

**UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR DE
LOJA**

La Universidad Católica de Loja

MODALIDAD ABIERTA Y A DISTANCIA

DIPLOMADO EN GESTION DE FINANZAS

TRABAJO FINAL

**“PROYECTO DE CREACIÓN DE UNA OFICINA DE
ASESORIA FINANCIERA Y CONTABLE EN LA CIUDAD
DE TENA”**

DATOS PERSONALES:

APELLIDOS Y NOMBRES: Egas Revelo Diego Fabián

No. DE CEDULA: 170732959-3

APELLIDOS Y NOMBRES: Guamangate Ayala Eduardo Enrique

No. DE CEDULA: 050127888-1

CENTRO UNIVERSITARIO: Tena

PERIODO ACADEMICO: Noviembre 2007 – Mayo 2008

LUGAR Y FECHA DE ENTREGA: Quito, 10 de mayo de 2008

AUTORIA

“Del contenido del presente trabajo se responsabilizan los autores”

.....

Eduardo Enrique Guamangate Ayala

.....

Egas Revelo Diego Fabián

AGRADECIMIENTO

Queremos dejar constancia de nuestro profundo agradecimiento a los Directivos de la Universidad Técnica Particular y al personal docente de esta prestigiosa Institución que nos permitieron llegar a la cúspide de nuestra carrera, basada en su prestigio y presencia nacional e internacional.

Los Autores

DEDICATORIA

Con mucho amor, respeto y admiración dedico el presente trabajo de investigación a “Nacha” mi esposa, quien sin su apoyo moral e espiritual no hubiera sido posible cumplir con mis sueños y a mis bellas hijas: Dàmariz y María Belén, fuente de mi inspiración y deseos de vivir y seguir luchando por mejores días.

Eduardo

DEDICATORIA

A mi esposa Karla y a mis adoradas hijas Daniela y Valeria, mi razón de existir y piedra angular que me da fortaleza y deseo de superación constate.

Diego

INDICE GENERAL

CAPITULO 1

GENERALIDADES

1.1	INTRODUCCION	1
1.2	ANTECEDENTES	2
1.3	JUSTIFICACION	3
1.4	IDENTIFICACION DEL PROBLEMA O NECESIDAD	4

CAPITULO II

ESTUDIO DE MERCADO

2.1	ESTUDIO DE MERCADO	5
2.2	DEFINICIONES DE MERCADO	6
2.3	LA DEMANDA	8
2.4	LA OFERTA	11

CAPITULO III

ESTUDIO TECNICO

3.1	INGENIERIA DEL PROYECTO	13
3.2	ORGANIZACIÓN	15

CAPITULO IV

ESTUDIO FINANCIERO

4.1	EVALUACION FINANCIERA DEL PROYECTO	16
-----	------------------------------------	----

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1	CONCLUSIONES	29
5.2	RECOMENDACIONES	30

BIBLIOGRAFIA	31
---------------------	-----------

RESUMEN EJECUTIVO

“PROYECTO DE CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORIA FINANCIERA Y CONTABLE EN LA CIUDAD DE TENA”

El presente documento es un resumen del “PROYECTO DE CREACION DE UNA OFICINA DE ASESORIA FINANCIERA Y CONTABLE”, para satisfacer la demanda en la ciudad de Tena.

Su estructura temática apunta a abordar la importancia que tiene en la ciudad, la creación de este tipo de empresa, por lo que el presente trabajo de investigación se ha dividido en cinco capítulos.

En el **primer capítulo** Comprende la introducción, antecedentes, justificación, identificación del problema o necesidad.

El **segundo capítulo** contiene el Estudio de mercado donde se realiza el Análisis de mercado, el Análisis de la oferta y las conclusiones del análisis del mercado.

El **tercer capítulo** contiene la propuesta basada en el estudio técnico, con la finalidad de demostrar el manejo de los recursos materiales, humanos y financieros para la consecución de este proyecto.

El **cuarto capítulo** Contiene específicamente el estudio financiero donde se realizara un análisis de la calidad, garantía, costo, condiciones de pago, y la entrega oportuna de los resultados.

Finalmente el **quinto capítulo** contiene las conclusiones ha que se ha llegado y las respectivas recomendaciones realizadas luego del trabajo Investigativo realizado.

CAPITULO I

GENERALIDADES

1.1. INTRODUCCION

El desarrollo de la profesión contable ha tenido un crecimiento constante paralelo con la tecnología mundial aplicada en las empresas trayendo consigo la necesidad para que la formación de los profesionales en finanzas se extienda más allá de los límites de las técnicas y los procedimientos. Podemos agregar que el constante desarrollo de los principios contables y la falta de culturización tributaria existente en el país hacen que sea indispensable se creen este tipo de empresa de asesoramiento financiero en nuestra ciudad y provincia.

Con la experiencia y los conocimientos en la materia, esta oficina brindará a sus clientes un servicio más especializado en el ámbito Financiero y Contable.

Tomando en cuenta que las empresas privadas en nuestra ciudad por lo general son medianas y pequeñas, prefieren encargar el registro contable de sus transacciones a profesionales con conocimiento y experiencia en el área financiera, tributaria y contable. Nuestra oficina dispondrá para este servicio de un equipo de personas y computadoras a fin de brindar un trabajo garantizado y la entrega de los resultados serán cuando el cliente lo requiera.

1.2. ANTECEDENTES.

La ciudad de Tena es una población en constante crecimiento económico y social por lo que en los últimos 10 años se han desarrollados y se han instalados nuevas empresas que se dedican a diferentes actividades en el cual se ha podido notar que en su mayoría no cuentan con personal calificado en contabilidad para que lleven sus cuentas y al contar con profesionales del lugar con formación en el área financiera Contable se ha creído necesario proponer un proyecto de empresa para que brinde el asesoramiento y la prestación de servicios financieros y contables.

La ciudad de Tena actualmente no cuenta con una empresa de éstas características por lo que sería un proyecto que además de dar un servicio de calidad y garantizado, ayudaría a la población a mejorar y desarrollar la cultura del tributo y por ende el desarrollo de las empresas.

1.3. JUSTIFICACIÓN.

El profesional con formación en el área financiera realiza una actividad que proporciona información cuantitativa, generalmente, de naturaleza financiera, para ser utilizada en la toma de decisiones económicas de las empresas, por lo tanto es necesaria e importante la creación de una empresa de asesoramiento financiero, en esta época que se caracteriza por la mayor complejidad en las leyes fiscales relacionadas con los tributos se requiere de profesionales capacitados y formados plenamente en estas materias, capaz que su asesoría no solamente se limite a la elaboración de documentos para el pago de impuestos, sino además se de el asesoramiento necesario y las recomendaciones a sus clientes para que sepan tomar las mejores decisiones para su empresa.

1.4. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD

Para la identificación de esta necesidad se ha tenido que recurrir a diferentes instancias para tener suficientes causas y se ha trabajado en base a datos proporcionados por la Cámara de Comercio y Cámara de Turismo del cantón y ciudades aledañas, así como de otras instituciones similares que reúnen datos relevantes para conocer el número de establecimientos comerciales y turísticos existentes en la región para lograr determinar el mercado meta al que se podría dirigir el proyecto.

También se recurrió a la base de datos del Servicio de Rentas Internas de la provincia para obtener información acerca de los contribuyentes existentes (número de sujetos pasivos personas naturales y jurídicas) y poder ofertar los servicios de la oficina.

Se estimó que el proyecto tendrá acogida debido al gran número de locales comerciales y turísticos existentes y a la falta de profesionales que brinden este servicio. Tema que se ha reflejado con las continuas clausuras efectuadas por el Servicio de Rentas Internas por desconocimiento de los contribuyentes en sus obligaciones tributarias.

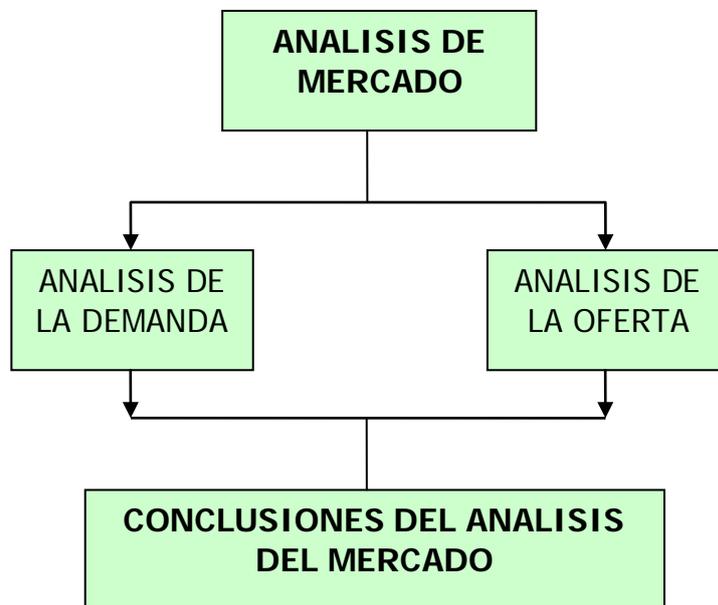
Por tanto esta nueva propuesta conlleva no solamente a satisfacer el proyecto de sus autores sino una gran necesidad en la ciudad y provincias que están ávidos de este servicio profesional.

CAPITULO II

2.1. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado comprende dos etapas fundamentales para asegurar el éxito del proyecto, ya que logran determinar la demanda existente y proyectar la demanda insatisfecha así como determinar la oferta de servicios existentes en la actualidad y determinar a los competidores en el mercado.

Etapas del análisis del mercado



Elaborado por: Autores, abril 2008

2.2 DEFINICIONES DE MERCADO

La palabra marketing (comercialización) proviene del vocablo inglés market (mercado) que representa un grupo de vendedores y compradores deseosos de intercambiar bienes y/o servicios por algo de valor.

Concepto de Comercialización

El concepto de comercialización significa que una organización encamina todos sus esfuerzos a satisfacer a sus clientes por una ganancia.

Hay tres ideas fundamentales incluidas en la definición del concepto de comercialización:

1. Orientación hacia el cliente.
2. Esfuerzo total de la empresa.
3. Ganancia como objetivo.

Mercado Total.- conformado por el universo con necesidades que pueden ser satisfechas por la oferta de una empresa.

Mercado Potencial.- conformado por todos los entes del mercado total que además de desear un servicio, un bien está en condiciones de adquirirlas.

Mercado Meta.- esta conformado por los segmentos del mercado potencial que han sido seleccionados en forma específica, como destinatarios de la gestión de marketing, es el mercado que la empresa desea y decide captar.

Mercado Real.- representa el mercado al cual se ha logrado llegar, a los consumidores de los segmentos del mercado meta que se han captado.

Características de Mercado

El mercado está compuesto de vendedores y compradores que vienen a representar la oferta y la demanda.

Se realizan relaciones comerciales de transacciones de mercancías.

Los precios de las mercancías tienden a unificarse y dichos precios se establecen por la oferta y la demanda.

Comercialización y Mercado

La comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean, y debería servir de guía para lo que se produce y se ofrece.

La comercialización es a la vez un conjunto de actividades realizadas por organizaciones, y un proceso social.

Se da en dos planos: Micro y Macro. Se utilizan dos definiciones: Micro comercialización y macro comercialización.

La primera observa a los clientes y a las actividades de las organizaciones individuales que los sirven.

La otra considera ampliamente todo nuestro sistema de producción y distribución.

La Competencia

La competencia es el verdadero motor de un gran número de actividades. La competencia se asocia, con frecuencia, a la idea de rivalidad u oposición entre dos o más sujetos para el logro de un objetivo, como la utilidad personal o la ganancia económica privada.

La competencia es un mecanismo de la organización de la producción y de la determinación de precios y rentas.

Así, para los economistas clásicos de libre competencia era la forzada ordenadora que impulsaba a una empresa individual a la reducción del precio de sus productos con la finalidad de incrementar su participación en el mercado.

La Competencia Perfecta es una representación idealizada de los mercados de bienes y de servicios en la que la interacción recíproca de la oferta y de la demanda determina el precio.

Una empresa es de **Competencia Imperfecta** cuando las empresas oferentes influyen individualmente en el precio del producto de la industria. Las empresas concurrentes no actúan como precio-aceptantes, sino como precio-oferentes, puesto que, de alguna forma, imponen los precios que rigen en el mercado.

Producto.-

Es un bien o servicio, idea, lugar que se ofrece a la venta para el intercambio. Este aspecto de la mezcla del marketing incluye el diseño, del empaque de un bien, así como sus características físicas o cualquier servicio asociado con él.

Precio.-

Es la asignación de un valor; o la cantidad que el consumidor debe intercambiar para recibir la oferta. La decisión de cuánto se debe cobrar por algo no es simple, se debe determinar los costos que se han incurrido en la elaboración de dicho producto.

2.3 LA DEMANDA

Hay una serie de factores determinantes de las cantidades que los consumidores desean adquirir de cada bien por unidad de tiempo, tales como las preferencias, la renta o ingresos en ese período, los precios de los demás bienes y, sobre todo, el precio del propio bien en cuestión.

La cantidad demandada es inversamente proporcional al precio del bien y/o servicio.

Proyección de la Demanda utilizando la Ecuación de la Recta

Del total de comerciantes registrados en la Cámara de Comercio de Tena, del total de establecimientos turísticos registrados en la Cámara de Turismo de Tena y del total de contribuyentes registrados en el Servicio de Rentas Internas. Se ha tomado en cuenta solamente a aquellos que están obligados a llevar contabilidad, ya que éstos serían el mercado objetivo del proyecto. Los datos de los últimos 7 años son:

CUADRO DE DEMANDA DE LOS UTLIMOS 7 AÑOS

AÑOS	DEMANDA (Y)		X	X²		X.Y
2,000	132	-	3.00	9.00	-	396.00
2,001	172	-	2.00	4.00	-	344.00
2,002	197	-	1.00	1.00	-	197.00
2,003	235		-	-		-
2,004	274		1.00	1.00		274.00
2,005	293		2.00	4.00		586.00
2,006	332		3.00	9.00		996.00
N= 7 Años	1,635		-	28.00		919.00

Fuente: Cámara de Comercio de Tena

Cámara de Turismo de Tena

Servicio de Rentas Internas de Napo

PROYECCION DE LA DEMANDA PARA LOS PROXIMOS CINCO AÑOS

CALCULOS:

$$a = \frac{\sum y}{N} \qquad b = \frac{\sum x \cdot y}{\sum x^2}$$

$$a = \frac{1.635}{7} \qquad b = \frac{919}{28}$$

$$a = 233,57 \qquad b = 32,82$$

ECUACION:

$$Y_c = a + b x$$

DEMANDA PROYECTADA

AÑOS	CALCULOS	DEMANDA PROYECTADA
2,007	$233.57 + 32.82 (4)$	365
2,008	$233.57 + 32.82 (5)$	398
2,009	$233.57 + 32.82 (6)$	430
2,010	$233.57 + 32.82 (7)$	463
2,011	$233.57 + 32.82 (8)$	496
2,012	$233.57 + 32.82 (9)$	529

Elaborado por: Autores, abril 2008

2.4 LA OFERTA

Es el conjunto de factores que determinan la oferta de un empresario individual. Estos son la tecnología, los precios de los factores productivos (tierra, trabajo, capital) y el precio del bien que se desea ofrecer.

La oferta es la relación que existe entre el precio de un bien y las cantidades que un empresario desearía ofrecer de ese bien por unidad de tiempo.

Mientras la tabla de demanda muestra el comportamiento de los consumidores, la tabla de oferta señala el comportamiento de los productores. Sí la tabla de demanda relaciona los precios con cantidades que los consumidores desean comprar, una tabla de oferta representa, para unos precios determinados, las cantidades que los productores estarían dispuestos a ofrecer.

Por todo lo expuesto anteriormente, se detalla a continuación las oficinas con mayor clientela que se dedican a organizar, dirigir y llevar la contabilidad de varios comerciales de la ciudad:

OFICINAS CONTABLES EXISTENTES EN TENA

No.	NOMBRE DE FANTASIA
1	Checa Carlos C.P.A.
2	Escobar Natalia CPA - SERTYCONT
3	Morán Narciza C.P.A.
4	Polanco Galo C.P.A.
5	Polanco Magdalena C.P.A.
6	Viteri Lidia C.P.A. - ATC

Fuente: Estudio de Campo

Entre las oficinas existentes, se ha determinado que éstas logran abarcar el 30% de la demanda existente, es decir que existe aproximada mente un 70% de mercado desatendido. Del cual la oficina estaría en capacidad de absorber un 50% de este mercado. Por lo que en el estudio financiero se toma en cuenta la Proyección de ingresos a raíz de este porcentaje

CAPITULO III

3. ESTUDIO TECNICO

3.1 INGENIERIA DEL PROYECTO

Para la cuantificación de la inversión necesaria de cada rubro ha sido necesario llevar a cabo una investigación basada en la realización de cotizaciones con distintos proveedores, a modo de elegir los más convenientes para el proyecto en cuanto a calidad, garantía, costo, condiciones de pago, entrega, que conduzcan a la mejor toma de decisiones en la adquisición de recursos y que respondan eficientemente.

Presupuesto de inversión.

Todo presupuesto implica un plan para la realización de objetivos, en especial de tipo financiero, para llevarlos a cabo en un plazo determinado en donde se establecen opciones y los recursos necesarios para lograrlo.

En especial, un presupuesto de inversión se refiere a la estimación de los costos de inversión en que incurrirá un determinado proyecto para su funcionamiento a través de una comparación y selección de alternativas que mejor se ajusten a sus necesidades.

Este tipo de presupuesto, en especial, se aboca a los desembolsos que se realizan de una sola vez para adquirir e instalar los recursos necesarios para el proyecto en un determinado periodo de tiempo, e implica la cuantificación de la inversión en valores monetarios que permiten al inversionista conocer la magnitud de la inversión que deberá realizar en caso de que acepte poner en marcha un proyecto en particular.

Entre los recursos más importantes tenemos:

1) Recursos Materiales.

El presupuesto de inversión en recursos materiales se refiere a la valorización de las inversiones en obras físicas, equipo, insumos y servicios necesarios para la instalación y puesta en marcha de un proyecto.

2) Recursos Humanos.

La mano de obra constituye un importante recurso en la operación de un proyecto. Por tal motivo, es necesario identificar y cuantificar el tipo de personal que el proyecto requiere; así como determinar el costo en remuneraciones que ello implica.

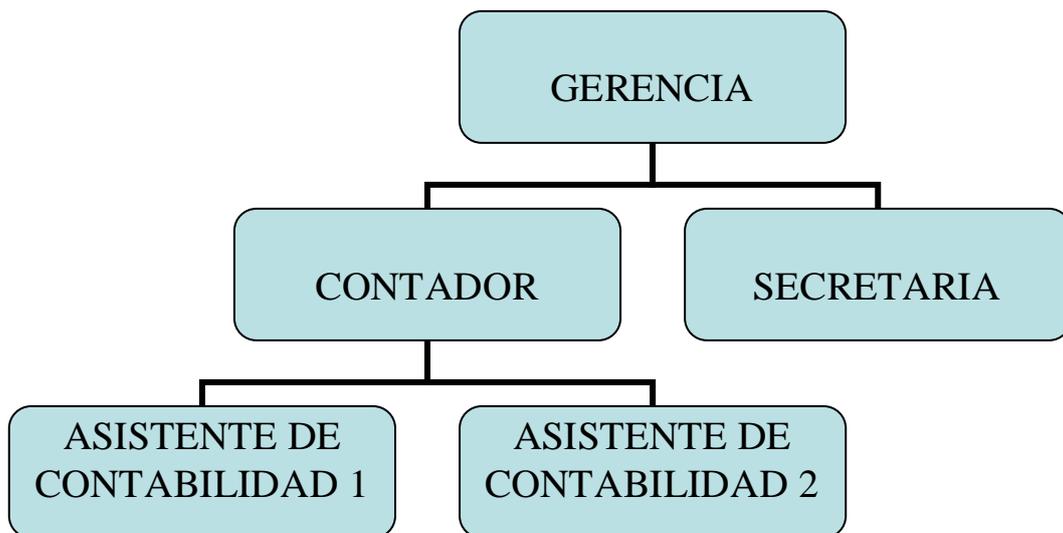
3) Recursos Financieros.

Los recursos financieros para un proyecto de inversión son los recursos monetarios útiles para solventar los requerimientos del monto total de inversión necesario para llevar a cabo su realización.

3.2 ORGANIZACIÓN

La oficina se constituirá como una Compañía Limitada. Sus socios serán El Gerente y El Contador.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Elaborado por: Autores, abril 2008

CAPITULO IV

4. ESTUDIO FINANCIERO

4.1 EVALUACION FINANCIERA DEL PROYECTO

Para evaluar financieramente la propuesta planteada se llevan a cabo los siguientes pasos:

1) Presupuesto de Ingresos.

Es la proyección de los ingresos que recibirá el proyecto en base a la demanda proyectada en el capítulo II, y está dada para cinco años.

2) Determinación de la Inversión.

Para llevar a cabo el proyecto y lograr obtener los ingresos proyectados es necesario determinar la inversión necesaria de acuerdo a proformas y cotizaciones, así como determinar la fuente y costo de dichos recursos.

3) Estado de Resultados Proyectado.

A fin de conocer los resultados que puede estar obteniendo el proyecto, se elabora un estado de resultados a cinco años.

4) Flujo de Efectivo.

De la misma manera, con el fin de conocer el movimiento de los recursos financieros, se proyecta un flujo de caja a cinco años.

5) Evaluación mediante indicadores financieros.

Con toda la información generada anteriormente, se procede a calcular el VAN, la TIR, la Relación Costo Beneficio y el Período de Recuperación de la Inversión.

CAPITULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

- La ciudad de Tena no cuenta con una oficina de asesoramiento financiero y contable de estas características.
- La mayoría de las empresas de la ciudad no llevan contabilidad limitándose a llevar únicamente registros de ingresos y egresos, lo que no son datos confiables en la declaración de sus impuestos.
- Las empresas no cuentan con un contador estable por que dichas entidades son pequeñas y su rentabilidad no permite mantener a un empleado.
- De acuerdo a los resultados los índices financieros nos demuestran favorables para la consecución del proyecto.

5.2 RECOMENDACIONES

- Se recomienda la creación de la empresa de asesoramiento financiero y contable, al no existir empresas de estas características.
- La mayoría de las empresas al no llevar contabilidad corren el riesgo de no crecer en forma técnica por lo que la implantación de la oficina de asesoramiento contable y financiero servirá de gran ayuda para las empresas que lo requieran.
- Las empresas de la ciudad de Tena al ser en su mayoría pequeñas, es recomendable la implantación de la oficina al ser ésta una alternativa de asesoramiento financiero.
- Al conocer que el VAN llega a \$15.514,24 (positivo), la TIR es de 53,76%, el Costo Beneficio es de 1,20 (mayor que 1) y la recuperación de la inversión se logra en tres años, se recomienda la creación de la asesora financiera y contable ya que se demuestra técnicamente que, es viable y económicamente factible poner en marcha el presente proyecto.

BIBLIOGRAFIA

MODULOS DE GESTIÓN FINANCIERA, Universidad Técnica Particular de Loja Quito - 2008.

SAPAG CHAIN, Preparación y Evaluación de Proyectos, Chile, 2006

SCHOTTER, Microeconomía. México. 2004