



FACULTAD DE POSTGRADO

TESIS DE POSTGRADO

**PROPUESTA DE DIVERSIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS DE
LA EMPRESA CONSULTORIO CONTABLE M&M**

SUSTENTADO POR:

**LESTER SAMIR MORENO MARTEL
RODOLFO JESÚS LÓPEZ CASTELLÓN**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE
MÁSTER EN
DIRECCIÓN EMPRESARIAL
ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS**

**TEGUCIGALPA, F.M, HONDURAS, C.A.
NOVIEMBRE, 2021**

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

UNITEC

FACULTAD DE POSTGRADO

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR

MARLON ANTONIO BREVÉ REYES

SECRETARIO GENERAL

ROGER MARTÍNEZ MIRALDA

VICERRECTORA ACADÉMICA

DESIREE TEJADA CALVO

DIRECTORA NACIONAL DE POSTGRADO

ANA DEL CARMEN RETTALLY

**MÁSTER EN
DIRECCIÓN EMPRESARIAL
ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS**

ASESORA METODOLÓGICA

VIANNEY PATRICIA VILLALTA RIVERA

ASESORA TEMÁTICA

ATHENAS ELEONORA ESPAÑA VÁSQUEZ

MIEMBROS DE LA TERNA:

ENRIQUE JOVEL RIVAS SOLIS

MARIA FERNANDA FÚNEZ

JUAN MARTÍN HERNÁNDEZ



FACULTAD DE POSTGRADO

**ESTUDIO DE DIVERSIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS DE LA EMPRESA
CONSULTORIO CONTABLE M&M**

**DIRECCIÓN EMPRESARIAL
ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS
LESTER SAMIR MORENO MARTEL
RODOLFO JESÚS LÓPEZ CASTELLÓN**

Resumen

La Empresa Contable M&M, con el fin de diversificar sus servicios y como consecuencia el aumento de oportunidades para generar ingresos que aseguren la sostenibilidad se ha planteado incluir dentro de su oferta de servicios aplicar auditorías a un segmento de mercado denominado Organizaciones No Gubernamentales, de preferencia ubicadas en el municipio del Distrito Central. Para la elaboración del estudio de pre factibilidad de ofrecer un nuevo servicio se desarrolló una investigación cualitativa y cuantitativa tomando en cuenta los requerimientos legales, técnicos, económicos, se ha analizado la disponibilidad de recursos humanos y económicos, factores del micro y macro entorno, se determinó una muestra de 53 Organizaciones No Gubernamentales a quienes fue aplicada la encuesta, la inversión total será de L. 95,565.00 con una financiación del 47% con fondos ajenos. La tasa interna de retorno (TIR) fue de L. 636% y un valor actual neto de L.1,266,117.21

Palabras claves: (Clientes, pre factibilidad, segmento, servicios, recursos)



GRADUATE SCHOOL

ESTUDIO DE DIVERSIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS DE LA EMPRESA

CONSULTORIO CONTABLE M&M

DIRECCIÓN EMPRESARIAL

ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS

LESTER SAMIR MORENO MARTEL

RODOLFO JESÚS LÓPEZ CASTELLÓN

Abstract

M&M Accounting Company, to diversify its services and consequently increase opportunities to generate income to ensure sustainability, has considered including audits to a market segment called Non-Governmental Organizations, preferably located in the municipality of the Central District. For the elaboration of the pre-feasibility study to offer a new service, a qualitative and quantitative research was developed considering the legal, technical, economic requirements, the availability of human and economic resources, micro and macro environment factors, A sample of 53 Non-Governmental Organizations to whom the survey was applied was determined, the total investment will be L. 95,565.00 with 47% financing from outside funds. The internal rate of return (IRR) was L.636% and a net present value of L.1,266,117.21.

Key words: (Customers, pre-feasibility, segment, services, resources).

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por darme la perseverancia de seguir adelante y el ánimo para continuar mi formación después de haber culminado mis estudios anteriores, cuando quise desistir; pero Él me animó con tiempo y trabajo para obtener mi maestría.

Lester Samir Moreno Martel

Agradezco al Creador, quien nos ha bendecido con el regalo de la vida, por conducirnos y permitirnos llegar hasta aquí. A nuestra asesora, Patricia Villalta, quien dio todo su esfuerzo y dedicación en cada jornada, transmitiendo sus conocimientos y brindando la guía, enfocándose en nuestro desarrollo profesional, con ese toque de calidad y exigencia que nos ha llevado por el camino de la excelencia. A la Empresa Contable M&M, que abrió sus puertas y puso a nuestra disposición la información que hemos requerido. A la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC), por facilitar todas las condiciones y recursos para aprender cada día.

A todos, muchas gracias por contribuir a que finalicemos con éxito la maestría.

Rodolfo Jesús López Castellón

DEDICATORIA

A mi familia, personas que me proporcionaron guías en este proyecto y demás amigos que me alentaron a seguir estudiando. En general, a todos y cada uno de quienes intervinieron en mi formación de manera positiva para seguir adelante en mi vida profesional.

Lester Samir Moreno Martel

A nuestros padres, que han sido bastión importante para obtener este logro, por moldear valores en nosotros y que con su esfuerzo impulsan lo que uno se propone en la vida; por forjar en nosotros los deseos de ser mejores cada día. A mi esposa, por el apoyo en cada etapa de este proceso. A nuestros hijos, a quienes nos debemos; con este triunfo les dejamos un ejemplo claro de superación y sacrificio, que, con dedicación, se alcanzan las metas. A todas las personas que nos han apoyado, directa e indirectamente.

Rodolfo Jesús López Castellón

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Balance de activos.....	16
Tabla 2. Matriz metodológica	23
Tabla 3. Operacionalización de las variables	27
Tabla 4. Plan de acción en relación con el precio	45
Tabla 5. Plan de acción en relación con el servicio	47
Tabla 6. Plan de acción en relación con el precio	49
Tabla 7. Plan de acción en relación con la promoción.....	51
Tabla 8. Detalle costos	53
Tabla 9. Método cuantitativo de puntos	56
Tabla 10. Cronograma de auditoría.....	58
Tabla 11. Inversión en mobiliario	59
Tabla 12. Gastos por sueldos mensuale	61
Tabla 13. Espacio físico en metros cuadrados del mobiliario.....	61
Tabla 14. Inversión en mobiliario	64
Tabla 15. Cálculo promedio de inflación	65
Tabla 16. Cálculo tasa TMAR.....	66
Tabla 17. Gastos por sueldos mensual y anua.....	67
Tabla 18. Cálculo costos fijos	69
Tabla 19. Cálculo depreciaciones.....	70
Tabla 20. Pronóstico demanda de servicios de auditoría	70
Tabla 21. Cálculo gastos fijos mensuale	71
Tabla 22. Pronóstico de flujos de efectivo	71

Tabla 23. Cálculo saldos mínimos de caja y bancos	73
Tabla 24. Balance inicial	73
Tabla 25. Estados de resultados proyectados	74
Tabla 26. Flujos de efectivo proyectados	74
Tabla 27. Concordancia metodológica	75
Tabla 28. Concordancia metodológica	79

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Estudio de mercado.....	12
Figura 2: Encadenamiento del sistema de servicio	15
Figura 3: Enfoques utilizados en las investigaciones.....	18
Figura 4: Metodología a aplicar	22
Figura 5: Esquema de variables de estudio	26
Figura 6: Enfoque y métodos	28
Figura 7: Detalle del enfoque que abarcan las organizaciones	34
Figura 8: Cantidad de empleados y colaboradores dentro de la organización	35
Figura 9: Organizaciones que cuentan con un departamento de auditoría interna.....	35
Figura 10: Planeación de presupuesto y consideración de auditorías	36
Figura 11: Frecuencia con que realizan auditorías.....	37
Figura 12: Método utilizado por las organizaciones para adquirir los servicios de auditoría.....	37
Figura 13: Los tipos de servicio que requieren	38
Figura 14:Cuál es el proveedor o asesor más recurrente.....	39
Figura 15: Qué buscan los clientes de un servicio de auditorías.....	39
Figura 16: Investigación de precios dispuestos a pagar	40
Figura 17: Estructura de aplicabilidad del proyecto.....	44
Figura 18: Flujograma del proceso de auditoría.....	57
Figura 19: Organigrama equipo auditor	60
Figura 20: Ubicación espacial de las áreas de trabajo.....	62
Figura 21: Cronograma de implementación y presupuesto.....	77

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Introducción

Este trabajo se realizó un estudio de pre factibilidad para la diversificación de los servicios a la empresa Consultorio Contable M&M en la ciudad de Tegucigalpa que brinde servicios de auditoría y consultoría a su mercado meta como ser el sector de Organizaciones No Gubernamentales.

Esta investigación fue de alcance descriptivo con enfoque mixto debido al análisis de variables cualitativas relacionadas a las características del servicio y cuantitativas como ser ingresos, egresos, costo y precios de los servicios.

Se analizó la pre factibilidad de la propuesta de diversificar los servicios, determinando la cantidad de la demanda de servicios, además las proyecciones de crecimiento para tres años tomando en cuenta factores como la inflación, así como la inversión requerida para llevar a cabo el proyecto.

La información de este estudio será útil para la toma de decisiones en la gestión de la creación de este nuevo servicio para sus inversionistas en el contexto actual de una pandemia global con muchos problemas económicos a nivel país.

1.2 Antecedentes del problema

Un trabajo cercano corresponde a (Ortega et al., 2018) los cuales realizaron la “Factibilidad de una empresa de consultorías contables y fiscales en Tegucigalpa”. Investigación enmarcada desde un punto de vista factible, donde se determinó una muestra en la ciudad de Tegucigalpa de 83 Mí

pymes utilizando la técnica de la encuesta, investigación de tipo transversal, cuantitativa y de carácter descriptivo.

Entre los principales hallazgos se obtuvo una inversión inicial por el monto de L. 795,390.00 financiada por el 51% y 49% capital propio con una tasa interna de retorno del 43.85%, un valor actual neto de L. 832,992.00 y un periodo de recuperación de dos años y cuatro meses.

1.3 Definición del problema

1.3.1 Enunciado del problema

El problema de investigación surge en el análisis del bajo rendimiento de la empresa debido a factores como la siempre pobre estructura macroeconómica de Honduras y el golpe de la pandemia del COVID-19 soportado por los estados financieros, la disminución de la demanda de nuevos clientes y el cierre de muchas empresas del sector.

1.3.2 Formulación del problema

¿Qué factores inciden en la diversificación de los servicios para la empresa Consultorio Contable M&M?

1.3.3 Pregunta general

¿Cuál es la pre factibilidad de mercado, técnico y financiero de diversificar los servicios de Consultorio Contable M&M?

1.3.4 Preguntas específicas

1. ¿Cuál es la factibilidad de mercado para la diversificación de los servicios de auditoría para la empresa Consultorio Contable M&M?

2. ¿Cuáles son los requerimientos técnicos para la diversificación de los servicios de auditoría en Consultorio Contable M&M?

3. ¿Cuál es el nivel de rentabilidad para la diversificación de los servicios de auditoría

Objetivos del Proyecto

1.4.1 Objetivo general

Determinar mediante un estudio de mercado, técnico y financiero, la viabilidad de diversificar los servicios para mejorar la rentabilidad de la empresa Consultorio Contable M&M.

1.4.2 Objetivos específicos

1. Determinar la demanda del servicio de auditoría que permita la diversificación de la oferta de la empresa Consultorio Contable M&M.

2. Definir los requerimientos técnicos necesarios para la diversificación de los servicios de auditoría en la empresa Consultorio Contable M&M

3. Determinar el nivel de rentabilidad de la diversificación de los servicios de auditoría en la empresa Consultorio Contable M&M.

1.5 Justificación

Se realizó este estudio con el objetivo de conocer las posibilidades de diversificar los servicios mediante la creación de una firma auditora que cubra los servicios de auditorías financieras para ONG en la ciudad de Tegucigalpa para aumentar los ingresos de la empresa Consultorio Contable M&M debido a la pérdida de ingresos y baja demanda por la crisis de país y el golpe de la pandemia COVID-19.

Este comprenderá desde la investigación y la obtención de información importante del comportamiento del mercado, hasta un estudio técnico y financiero que deberán combinarse de manera coherente y congruente, teniendo en cuenta los límites físicos, monetarios y técnicos de la empresa.

Los principales beneficiarios de este estudio serán las ONG que desean demostrar el buen uso de sus recursos a sus benefactores externos mediante la aprobación de una opinión de auditoría externa certificada.

También será de utilidad para cualquier persona que deseen realizar un estudio de pre factibilidad antes de iniciar un negocio para determinar una demanda insatisfecha, aspectos técnicos y análisis financiero de rendimientos.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1 Análisis de la situación actual

Como empresa que inicio como un emprendimiento familiar, que brinda servicios contables, M&M, en la actualidad cuenta con cuatro empleados, dos profesionales de Contaduría Pública y dos asistentes profesionales, que desempeñan diferentes labores que se van asignando dependiendo de la carga de trabajo, cada contador tiene asignado su cartera de clientes y los van gestionando con el apoyo de los asistentes mantenido este nivel en el rubro por más de 25 años, como todo emprendimiento por el esfuerzo de los fundadores se logrado mantener a flote. Sin una estrategia de crecimiento bien definida y amenazada por la situación en general que abate el país, los socios se han propuesto aprovechar su experiencia y diversificar su fuente de ingresos, con el aumento de sus servicios específicamente en el rubro de auditorías.

2.1.1 Análisis del macro entorno

A continuación, se analizará lo que tiene que ver con la empresa e influye en sus operaciones. La particularidad de esta fuerza y diferencia del microentorno, es que le empresa no tiene poder de influencia sobre ello.

Reguladores: El Gobierno influye básicamente en la formalización y legalización de la empresa. Esta deberá tener su permiso vigente de operación y declaración de impuestos. Con respecto al tipo de operación de M&M, sus servicios sí están regulados por leyes en materia de contabilidad y auditoría, Normas Internacionales de Información Financiera (NIFs) y las Normas Internacionales de Auditoría (NIAs); así, aparecen como actores en este rubro la (CNBS) y el Colegio de Profesionales de Auditores Universitarios, adonde se deben colegiar, además que la afiliación con ellos genera mayor confianza y credibilidad.

Sociales: La relación de los actuales clientes es debido a la ubicación estratégica de la oficina, en el Centro de la capital; pero para los posibles clientes puede resultar difícil el acercamiento debido a los problemas inherentes de la capital: no hay estacionamiento cercano, lo que provoca inseguridad; irrespeto a las normas de distanciamiento; asimismo es un lugar en donde concurren la mayor cantidad de protestas o manifestaciones y esto afecta el acceso a la zona.

Económico: La economía mundial lleva un arrastre debido al tiempo pandémico que vivimos. Honduras no está exenta de dicho evento, por lo que se ha visto fuertemente golpeada por la detención total o parcial de las operaciones, lo cual afecta a M&M por el paro de sus operaciones, y por el cierre de operaciones de algunos clientes que han redestinado o priorizado los presupuestos y la situación económica no es la mejor; pero la tendencia es que se vaya normalizando gracias a la vacunación masiva.

Tecnológico: El equipo tecnológico actualmente es primitivo (más de 8 años de antigüedad), no existen respaldos, antivirus vencidos, gestión de redes, entre otros. Este último aspecto ha tomado más fuerza por el hecho que se debe contar con las plataformas adecuadas para realizar los acercamientos con los posibles clientes que evitan el contacto o el acercamiento físico en reuniones o juntas.

Político: Los resultados de los años de elecciones se han visto como sospechosos desde hace dos periodos, lo cual lleva a caídas económicas y problemas de agitación social que pueden repercutir desde saqueos como daños a la propiedad privada. Este año están previstas las elecciones, así que deben considerarse planes de contingencias para no interrumpir las operaciones.

2.1.2 Análisis del micro entorno

En esta sección se analizará el entorno inmediato de la empresa, que permanece de manera constante en relación y por consiguiente, influye en la operación como en los resultados. A

continuación, se detallan los elementos, que, por el tipo de operación, tienen incidencia en la empresa: Clientes, proveedores, competencia y los reguladores del Estado.

Posibles clientes: Los interesados en servicios de auditorías son clientes que mueven grandes cantidades de dinero; la Comisión Nacional de Bancos y Seguros los define como “grandes deudores comerciales de instituciones financieras”. En efecto, estos clientes tienen procesos y estándares muy altos en el aspecto de cumplimiento y transparencia. Los clientes que actualmente maneja M&M son empresas medianas que carecen de estructura contable y es muy difícil que les realicen el proceso de auditoría. Entre los clientes de este tipo de servicios aparecen como actores muy activos el sector de las organizaciones no gubernamentales.

Es importante mencionar que para los posibles clientes estos requerimientos de auditorías se han vuelto frecuentes e imprescindibles en sus operaciones, debido a los últimos acontecimientos de corrupción que se han dado en el país y empañan la credibilidad de estas organizaciones. Estas requisiciones de servicios son publicadas en sitios web propios, diarios y sus plataformas digitales dedicadas a la socialización de productos. Otro punto importante es la fuente de financiamiento de estas organizaciones y la mayor parte proviene de países amigos, conocido como cooperación internacional.

Para los posibles clientes en la actualidad la cooperación internacional ha reactivado el apoyo por a la emergencia mundial por la pandemia de la COVID19, como también por el fortalecimiento y generación de empleos para la disminución de la migración, y el apoyo por los desastres naturales que abatieron al país en el año 2020. Como se puede apreciar, los estándares se han vuelto más rigurosos, por lo que M&M desarrollará e incorporará las auditorías en su lista de servicios.

Competidores: Solamente 25 firmas auditoras están registradas en el Registro de Auditores Externos (RAE) en Tegucigalpa y de categoría D en la Comisión Nacional de Bancos y Seguros (CNBS), que funciona como ente regulador de la profesión auditora en territorio hondureño. La mayoría de estas firmas han trabajado en crear un perfil especializado de servicios, han forjado su credibilidad a través del tiempo y la atención brindada a los clientes; es importante mencionar la constante actualización que se requiere en cuanto a las políticas internacionales de auditoría.

Proveedores de servicios profesionales: En este punto M&M ha optado por la estrategia de realizar contrataciones de personal, según la carga de trabajo por servicios de auditorías. Para eso, se debe crear un perfil que llenará el candidato, ya que es fundamental para la prestación del servicio; este será guiado por el director del proyecto. En la actualidad y por la situación que abate al país, hay muchos profesionales de esta rama que están a la espera de una oportunidad, por lo que se desarrollará un directorio que se estará alimentando y actualizando para contactarlos al momento de requerirlos.

Entorno microeconómico general: En la actualidad el gobierno tiene gran cantidad de acuerdos de cooperación con los países amigos; para entrar en esta selecta lista, las organizaciones deben presentar su información financiera y presupuestaria a cabalidad. A pesar de contar con una estructura robusta de personal en las áreas de finanzas, estas por normativa deben realizar al menos una auditoría para alguna firma externa que brinde los servicios de revisión

2.2 Conceptualizaciones

A continuación, se presenta una serie de conceptos básicos para comprender en mejor medida algunos términos técnicos propios del estudio de investigación.

Auditoría: Proceso sistemático para obtener y evaluar evidencia de una manera objetiva para emitir una opinión con relación a la veracidad de los estados financieros (Maribel, 2019).

Términos de referencia: Documento que contiene especificaciones técnicas, objetivos y estructura de cómo ejecutar un trabajo; define entre otros requisitos técnicos, entregables, forma de pago, calendarización de trabajo, factores de éxito/fracaso, lugar y recursos disponibles.

Muestreo probabilístico: Requiere que toda su población cuente con las mismas características “Donde todas las unidades de estudio tienen las mismas oportunidades de ser seleccionadas” (Sampieri, 2018, Pág. 141).

Informes de auditoría: Documento que comunica los hallazgos a las partes interesadas para tener certeza sobre los estados financieros (Alvin Arens & Elder, 2017).

Firma auditora: Sociedad conformada por dos o más licenciados en contaduría pública que brindan servicios de asesoría, auditoría e impuestos, entre otros, al igual que otro negocio debe promocionarse entre sus clientes actuales y potenciales (Fajardo & Barrios, 2019).

Estructura organizativa de la firma: El modelo organizativo que prevalece en las firmas de auditoría es el funcional, donde la estructura organizativa está bajo la administración y dirección de la asamblea de socios (Fajardo & Barrios, 2019).

Socios: Son los responsables de la dirección de las firmas, reuniendo ciertas características técnicas y profesionales para ejercer un liderazgo que le permita dirigir la firma. Además, el socio por ética debe tener experiencia profesional, capacidad de toma de decisiones, alternativas de solución y poder de convicción ante sus clientes (Fajardo & Barrios, 2019).

Gerente: Es la continuación del servicio del socio y actúa como tal. Técnicamente debe ser experto en el área que desarrolla y tener conocimientos sólidos en otras áreas con tareas, como presentar propuesta técnica, sugerir planes de trabajo, visitas a clientes y selección del personal requerido (Fajardo & Barrios, 2019).

Auditor sénior: Propone la planificación de los trabajos asignados y coordina el trabajo de campo con el persona; visita clientes y mantiene un contacto cercano, ya que también interviene en la preparación de la propuesta técnica (Fajardo & Barrios, 2019).

Asistente de auditoría: Sigue indicaciones del auditor sénior o el gerente, con conocimientos solidos del área en el que trabajan, sin menoscabo de aspectos básicos en otras áreas, ejecutando secciones completas de un trabajo con comunicación cercana con sus superiores para informar dudas o dificultades a su alcance (Fajardo & Barrios, 2019).

Contrato de auditoría: Escrito por el que la firma-cliente se comprometen a respetar una serie de parámetros previamente establecidos en relación al pago, alcance, entregables, calendarización, entre otros.

Mercado potencial: Oportunidad de negocio latente. Público que no consume un producto, pero puede llegar a consumirlo (Rosendo Rios, 2018).

Propuesta técnica de auditoría: Documento que explica de forma detallada la estrategia a desarrollar para realizar una auditoría (Juárez, 2016), recogiendo información como precios, equipo de trabajo, cronogramas, antecedentes, alcance y metodología.

ONG: Organización sin fines de lucro que no depende de la administración del gobierno central y realiza actividades sociales.

Viabilidad: “Disponibilidad de tiempo, recursos financieros, humanos y materiales que determinaran el alcance del proyecto” (Urbina, 2016, Pág. 89).

Enfoque cuantitativo: Método que utiliza la recolección de datos con base a la medición numérica y análisis estadístico, para establecer pautas de comportamiento y generalizar (Sampieri, 2018),

Alcance descriptivo: Especifica propiedades y características importantes de fenómenos y también describe tendencias en poblaciones (Sampieri, 2018).

Encuesta: Conjunto de preguntas realizadas a una población delimitada con el objetivo de recabar información en una investigación descriptiva (Sampieri, 2018).

Diseño no experimental: Estudios que se realizan sin la manipulación deliberadas de variables (Sampieri, 2018).

Método analítico: Modelo de estudio científico basado en la experimentación directa y lógica empírica.

2.3 Teorías de sustento

Conglomerado de teorías que sustentan la investigación y dan una solución al problema de investigación.

2.3.1 Estudio de pre factibilidad

La importancia de emprender un proyecto de inversión siempre demanda realizar el análisis previo de la situación actual de la empresa en todas sus áreas, y con los resultados, proponer cual será la mejor estrategia para ofrecer sus servicios de consultorio en el área de auditorías a las organizaciones interesadas. La información recopilada en esta investigación relaciona los principales estudios (técnico, de mercado y financiero). Todos los elementos cualitativos y cuantitativos obtenidos permiten contar con un panorama más amplio y claro para la toma de decisiones.

2.3.2 Estudio de mercado

El estudio lleva a cabo una investigación de mercados con el objeto de elegir la mejor forma de asignar recursos limitados al desarrollo o incursión a un nuevo servicio que satisfaga las

necesidades de las empresas u organizaciones. El estudio demandó llevar a cabo una investigación acerca de las estrategias correctas para alcanzar los objetivos, la combinación de las cuatro P (por sus siglas en inglés): Mercado-producto (Product), precio (Price), lugar (Place) y promoción (Promotion), conocida como mezcla de mercado, en la experiencia de otros estudios. Se analizó en detalle cada una de estas variables internas y externas de la empresa, pero el objetivo era ver el posible comportamiento de todas ellas interrelacionadas, abarca oferta y demanda, el posible mercado meta, competencia, promoción, medios de comercialización de los servicios, precios, preferencias, necesidades más apremiantes, innovación de los servicios, entre otras. (Marty Altiery, V. 2005, p. 230).

Producto: Permite responder con mayor precisión y eficacia a las necesidades, deseos y expectativas de los segmentos de mercado que a la empresa le interesa servir. En este punto la estrategia a desarrollar se basará en crear un servicio diferente a su competencia, en la mente de sus consumidores. Esto es relativo a los deseos y necesidades de estos. El posicionamiento intenta distinguir una firma ante sus competidores. La definición, según los creadores de dicho término, “posicionamiento no es lo que tú haces con el producto, es lo que haces en la mente del prospecto eso es, tu posición en la mente del prospecto” (Ries & Trout, 1981, p. 3).



Figura 1: Estudio de mercado

Fuente: Publishing, M. (2017), Baca Urbina, G. (2015)

Precio: Valor, precio y satisfacción. El valor y el precio es lo que la persona está dispuesta a pagar por una necesidad. Satisfacción es la percepción del cliente de que ha recibido el valor esperado del servicio por el precio o costo pagado (Kotler, Bowen, & Makens, 1997).

Sapag Chain (2011) afirma:

Mientras que la demanda del mercado estudia el comportamiento de los consumidores, la oferta del mercado corresponde a la conducta de los empresarios, es decir, a la relación entre la cantidad ofertada de un producto y su precio de transacción. Otros elementos que condicionan la oferta son el costo de producción del bien o servicio, el grado de flexibilidad en la producción que tenga la tecnología, las expectativas de los productores, la cantidad de empresas en el sector, el precio de bienes relacionados y la capacidad adquisitiva de los consumidores, entre otros (p.57).

Basado a en esto se deberá trabajar en mantener la calidad del servicio y aprovechar la experiencia del personal, desempeñándose en el rubro y las buenas relaciones para saber manejar el poder de negociación ante los posibles clientes.

Oferta: “Es la relación de la cantidad ofrecida de un bien y su precio cuando todos los demás factores que influyen en los planes de venta, permanecen constantes”. (Parkin 2015, pág. 66). La empresa debe ser consciente de las limitaciones a nivel de personal y debe buscar cómo desarrollar las capacidades de su personal actual, y la incorporación de otros colaboradores que potencien la visión de este proyecto con las habilidades de gerenciar al equipo, y con cualidades en la creación de relaciones y negociación efectiva.

Lugar: En la actualidad es muy importante considerar la ubicación más adecuada y que transmita a los posibles clientes la seguridad y que cumplan con todas las medidas de bioseguridad. Es importante considerar la implementación de la tecnología y las facilidades que brinda para atender reuniones con clientes y realizar presentaciones; por el tipo de trabajo, se deberá analizar cómo cubrir la mayor cantidad de población posible o lograr una alta rentabilidad.

(Sapag Chain, 2011) afirma:

Aunque las opciones de localización pueden ser muchas, en la práctica estas se reducen a unas pocas, por cuanto las restricciones y exigencias propias del proyecto eliminan a la mayoría de ellas. La selección de la localización del proyecto se define en dos ámbitos: El de la macro localización, donde se elige la región o zona, y de la micro localización, que determina el lugar específico donde se instalará el proyecto (p.136).

Se debe de tomar en cuenta siempre que el segmento de mercado al cual apunta la empresa son las Organizaciones No Gubernamentales del municipio de Distrito Central. En el análisis se debe considerar la innovación con las nuevas formas de teletrabajo.

Promoción: Por las características de los servicios que brinda M&M y lo intangible de los mismos, se debe plantear una estrategia adecuada. Camacho Castellanos, J.C. (2012) menciona a los otros escritores como Kotler (2003), que habla de una cultura de los servicios y específica que “se centra en atender y satisfacer al cliente”. Por otra parte, Arellano (2000) explica que “es la especialidad de marketing que se ocupa de los procesos que buscan la satisfacción de las necesidades de los consumidores, sin que para ello sea fundamental la transferencia de un bien hacia el cliente” (p.15). En estos tipos de servicios hay una interacción continua con el cliente, por lo que se debe de preparar al personal y fortalecer el área de atención y comunicación efectiva.

Según Camacho Castellanos, J. C. (2012):

La gestión de relaciones con el cliente es una estrategia empresarial que sostenida bajo la aplicación de un sistema informático, procura estar al tanto de las necesidades del cliente externo, conociendo en detalle sus características y manteniendo una constante comunicación con el mismo. Está implícito, en parte, a la evolución de la variable del Marketing Mix de la Publicidad/Promoción a Comunicación. (p. 72).

Servicio al cliente: En la figura 2 se realiza una descripción grafica de cómo se complementan varios factores esenciales del servicio.

En primer lugar, se ha definido la promesa de servicio al cliente mediante la estrategia del servicio. Esta define el negocio. A continuación, la empresa debe precisar la oferta para el cliente. Solo después de realizar estos dos pasos, la empresa tendrá los elementos para definir el paquete de servicios para cumplirle la promesa al cliente (Uribe Macías, M. E., 2010).

Encadenamiento del sistema de servicio



Figura 2: Encadenamiento del sistema de servicio

Fuente: Uribe Macías, M. E. (2010).

Demanda: La demanda es la relación entre la cantidad solicitada más alta de un bien o servicio y su precio, cuando todos los demás factores que influyen en los planes de comprar, permanecen constantes. Cuando existe mayor cantidad de dinero disponible en la economía, la capacidad de compra se incrementa; por tal motivo la demanda se incrementa y al aumentar esta, por ley de oferta y demanda, los precios se incrementan. Cuando esto ocurre de manera generalizada, se produce inflación o alza generalizada de los precios. (Uribe Macías, M. E., 2010).

Mercadotecnia: A continuación, se brindan diferentes definiciones de este concepto.

Publicidad, promoción y venta agresiva con el objetivo de penetrar en los mercados, sobre todo en los de consumo masivo (...) Es un conjunto de herramientas de análisis, métodos de previsión de ventas, modelos de simulación y estudios de investigación de mercado que se usan para

realizar un análisis de la demanda y de las necesidades del mercado, que pueden utilizarse solo por las empresas de gran tamaño” (Vallet-Bellmunt, I. 2016, p.18).

El marketing crea continuamente nuevas necesidades. Esto permite conocer las necesidades de los clientes; para ello se debe realizar una investigación apoyada de fuentes primarias y secundarias que busque, de manera intencional, comprender el comportamiento de los clientes potenciales, los métodos de selección de proveedores, lo que buscan al requerir de un servicio, la periodicidad con que requieren los servicios, y preguntas que brinden una orientación de cómo definir la demanda a satisfacer.

2.3.3 Estudio técnico

Para desarrollar el estudio técnico operacional y organizacional es indispensable definir las operaciones que va a realizar la empresa con la inclusión de sus nuevos servicios de auditorías; esto servirá para evaluar la parte técnica de la empresa, su recurso humano, recursos tecnológicos, su zona de localización, organización de los horarios, tareas o roles y el teletrabajo.

Antes de hacer cualquier inversión y en el caso particular de ser una empresa existente, se recomienda realizar un recuento o balances de los activos, equipo, mobiliario, personal y sus competencias o perfiles de puestos. La tabla 1 permite identificar lo que se tiene, para cuánto tiempo servirá, qué necesidades se presentan con las nuevas actividades a realizar, el valor de rescate una vez cumplido el tiempo de depreciación y el calendario de reposición.

Tabla 1. Balance de activos

Ítem	Cantidades	Costos unitarios	Costo total	Vida útil	Valor de liquidación	Ingreso total

Fuente: (Sapag Chain 201, p.130)

Sapag Chain (2011) afirma:

El estudio de la viabilidad técnica analizado busca determinar si es físicamente posible hacer el proyecto. El objetivo del estudio técnico que se hace dentro de la viabilidad económica de un proyecto, y al cual se refiere este, es netamente financiero. Es decir, calcula los costos, inversiones y beneficios derivados de los aspectos técnicos o de la ingeniería del proyecto. Para ello, en este estudio se busca determinar las características de la composición óptima de los recursos que harán que la producción de un bien o servicio se logre eficaz y eficientemente (p.123).

En la actualidad toda iniciativa a desarrollar debe considerar la inversión en la parte tecnológica por la modalidad de teletrabajo. Por el tipo de servicio a ofrecer, se debe contar con todo el equipo desde la fase de inicio; así mismo el tema del mejoramiento de las instalaciones y la adquisición de algunos servicios, para realizar el trabajo en el menor tiempo.

Para la adquisición de los bienes se debe considerar una serie de variables para asegurar una correcta selección de equipo y del proveedor. Un plan de desarrollo institucional que permita el empoderamiento de este nuevo proyecto debe de ser parte primordial de la empresa, ya que sin el enfoque de todo el personal en el logro de este emprendimiento, no se logrará o se demorará más el alcance de los objetivos.

2.3.4 Estudio financiero

Consiste en analizar la viabilidad financiera del proyecto, haciendo uso de la información obtenida por la aplicabilidad de instrumento de recolección de datos; asimismo la proyección del aumento de servicios con la inclusión de esta categoría de servicios de auditoría.

Las variables para analizar serán: costos, ingresos, tasas de rendimientos, posibles financiamientos, entre otros. Este análisis permitirá una base sólida para la toma de decisiones.

Según Córdoba Padilla, M. (2014), el análisis financiero permitirá brindar soluciones o alternativas para enfrentar los problemas surgidos, o para idear estrategias encaminadas a aprovechar los aspectos positivos.

2.4 Metodologías aplicadas

Análisis de la metodología Estudio de Mercado

En esta sección y basado por las características del planteamiento de problema una de las metodologías que se ha seleccionado aplicar es la antes mencionada, el enfoque basado en las metodologías aplicadas en otros estudios con las mismas características del proyecto, que se basa en la prestación de nuevos servicios de auditorías. En estos casos, las metodologías abarcan el área cualitativa como cuantitativa, por lo que se vuelven un estudio mixto.

Sapag Chain (2011) afirma:

El Enfoque cuantitativo usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías. El enfoque cualitativo utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación (p. 49).

La figura 3 muestra un esquema descriptivo de los enfoques que se han usado en estos tipos de estudios.

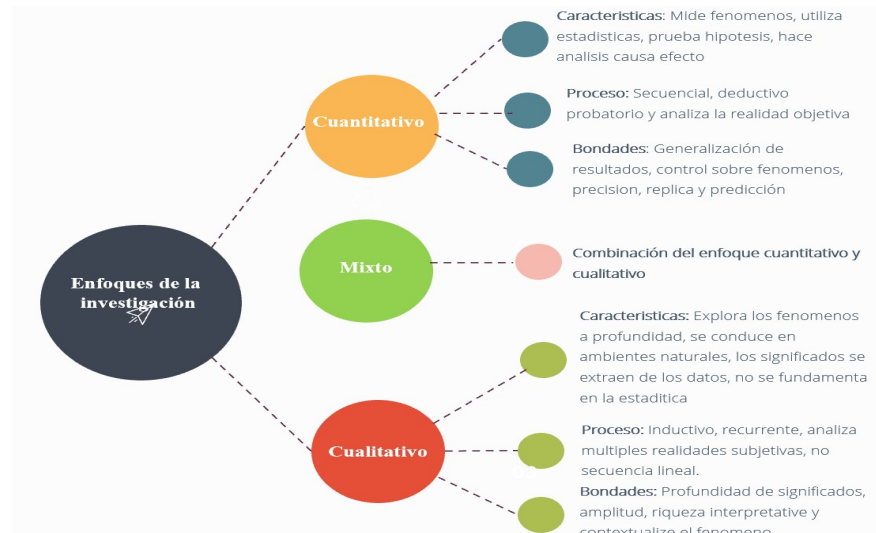


Figura 3: Enfoques utilizados en las investigaciones

Fuente: (Sapag Chain, 2011)

Antecedentes de la Metodología Estudio de Mercado

Basado en este análisis, las empresas que han aplicado esta metodología han logrado combinar los dos enfoques de la investigación, alcanzando los objetivos trazados. Esto ha permitido el análisis de múltiples variables que aparecen en este tipo de estudios.

1. Llevan a cabo la observación y evaluación de fenómenos.
2. Establecen suposiciones o ideas como consecuencia de la observación y evaluación.
3. Demuestran el grado en que las suposiciones o ideas tienen fundamento.
4. Revisan tales suposiciones o ideas sobre la base de las pruebas o del análisis.
5. Proponen nuevas observaciones y evaluaciones para esclarecer, modificar y fundamentar las suposiciones e ideas; o incluso para generar otras.

Análisis crítico de la Metodología Estudio de Mercado

En este punto se debe tener claridad que la metodología brinda información valiosa para la correcta toma de decisiones en cuanto analizar la competencia, para así emprender las estrategias de acercamiento a sus posibles clientes, definir el precio del servicio a ofrecer, factores como la localización y la comercialización, se debe tener claro que el constante análisis de estas variables es determinante, ya que esta condicionado por la evolución de todas estas variables que inciden positiva o negativamente.

Análisis de la metodología del Estudio Técnico

En el caso particular del estudio a realizar a la empresa contable MYM, es importante tener claro que la empresa cuenta con una estructura ya montada tanto financiera, física, y de recurso humano, es por ello que es indispensable realizar el recuento de que es con lo que cuenta y como sacar provecho de ello, y así potenciar la otras actividades a realizar con el ofrecimiento de este nuevo servicio.

Antecedentes de la Metodología Estudio Técnico.

Tomando como guía las experiencias de otros estudios relacionados fuertemente al proyecto que emprenderá MYM, resaltan la importancia de hacer un recuento con lo que cuentan y esto servirá para dar inicio al emprendimiento, uno de los beneficios es bajar el nivel de inversión inicial a realizar para poner en marcha el proyecto, punto muy importante, es realizar el estudio y análisis de cargas de trabajo, con el objetivo de aprovechar al máximo el desempeño del personal, la sinergia de estos pasos aumentara las posibilidades de éxito y la generación de ganancias los más pronto posible.

Análisis crítico de la Metodología Estudio Técnico

Aquí se debe tener clara la capacidad financiera de la empresa y como todo nuevo emprendimiento se requiere siempre una salida de efectivo para poder iniciar las operaciones, además se requiere del cambio de la forma de realizar los procesos, esto debido a que en el análisis de la carga de trabajo se pueden implementar nuevas estrategias que influyan en la mejora de los tiempos, calidad, merma del tiempo ocioso etc. En el caso particular de MYM, tiene que iniciar con formalizar la empresa y completar el tramite de legalización. Una nueva ubicación que permita lograr mayor visibilidad y que transmita mayor confianza a los clientes de la visita.

Análisis de la metodología del Estudio de Financiero

En este estudio recae gran cantidad del peso para la toma de la decisión por los inversionista y socios, y este recopila toda la información cuantitativa de cada una de las actividades o acciones a realizar por cada uno de los estudios, ya que todas estas actividades recaen una cuota monetaria que se conocerá como la inversión inicial, este realizara el comparativo con la proyección de las ventas tomando como base un escenario basado en los resultados obtenidos por la aplicación de la

encuesta. Este se debe de realizar con la precisión necesaria en diferentes escenarios tanto como optimista y pesimista.

Antecedentes de la Metodología Estudio financiero.

Basado en las experiencias pasadas de otros estudios enfocados a comprobar la factibilidad de un proyecto, se basan en la aplicación de varias técnicas para poder genera información proyectada en el transcurso del tiempo que permita el analizar los datos financieros con un margen de confianza que esta respaldado por el análisis previo en la recolección de información, primaria y secundaria, conocer la competencia, conocer los precios y frecuencias o recurrencia de los gastos es necesario para las estimaciones más acertadas.

Análisis crítico de la Metodología Estudio Financiero

Este estudio como se ha recalcado con anterioridad se debe de tener suma cautela y prudencia para emitir algún dictamen o conclusión sobre el emprendimiento, es mas se debe de realizar l matriz de riesgos que debe de enumerar los posibles riesgos que conlleva cada proceso y que imparto tendrá, si monetario o solo de reproceso o retraso de las actividades, afectación de la imagen etc. El punto en donde se vuelve critico es donde los involucrados no llevan a cabo el adecuado monitoreo que permita la reorientación temprana de las acciones.

Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2018) señalan qué resultados han obtenido con la aplicación de estas metodologías:

- Desarrollo de modelos y técnicas de predicción y análisis
- Sistematización de información que satisface todos los requerimientos de todos los agentes económicos.
- Simulación de riesgo
- Evitan el desperdicio y el mal uso de los recursos

- Observan procesos sin necesidad de interrumpir
- Producen datos en forma de esquemas, diagramas y mapas que permiten una mejor comprensión (pág. 52).



Figura 4: Metodología a aplicar

Fuente: Propia

2.4 Instrumentos utilizados

Según Blanco, C. (2012):

Particularmente, el cuestionario permite obtener información sobre las personas en estudio de manera sistemática y ordenada. Esa información puede ser sobre sus trayectorias académicas, laborales, sociales, familiares, vitales; sobre lo que ellos hacen, opinan, esperan, quieren o desprecian, aprueban o desaprueban; sobre los motivos de sus actos, opiniones y actitudes; sobre las características personales de los individuos (p.76)

Para obtener un mejor panorama, la recolección de datos en los estudios de soporte está basada en la aplicación de un cuestionario a personal clave, asimismo el apoyo en una serie de entrevistas con personas puntuales en este ámbito y que tienen un panorama del comportamiento de estas organizaciones. Otro acercamiento clave será el personal experto en el rubro de servicios

de consultorios, específicamente en auditorías, así como instrumentos de apoyo para realizar los análisis financieros y rentabilidad.

2.5 Marco legal

La Comisión Nacional de Bancos y Seguros (CNBS) es el ente regulador que vigila las firmas de auditoría que comprenden a socios, directores, administradores, representantes legales y personas profesionales a quien la firma encomiende la dirección y gestión de las auditorías en Honduras.

Según la normativa de la (CNBS) las firmas de auditoría solo pueden ser sociedades, por lo que es idóneo para sus comienzos para lograr desenvolverse en el mundo de las auditorías empezar como una sociedad de responsabilidad limitada debido a sus facilidades de registro (Anexo 1):

2.5.1 Registro de firmas auditoras.

Las firmas de acuerdo con su capacidad y volumen de operaciones se segmentarán en categorías. La (RAE) establece los lineamientos y elección en cuanto a que tipo de empresa pueden prestar sus servicios de auditoría por la elección de su categoría entre A, B, C Y D mediante la aplicación de un examen (Comisión nacional bancos y seguros, Circular 075/2011)

2.5.2 Requisitos de inscripción

Las firmas son sociedades muy vigiladas en el ámbito financieros por la (CNBS) debido a que sus opiniones pueden tener mucha influencia entre las personas interesadas. La (CNBS) ha establecido una serie de requisitos de difícil cumplimiento y tramites a realizar para ejercer la profesión de auditor en Honduras. (Anexo 2).

2.5.3 Contrato de auditoría

Los contratos estipulan diferentes matices que se deben esclarecer antes de realizar un trabajo de auditoría como ser precios, tiempo de trabajo, alcance, confidencialidad, responsabilidad, plan y programa de auditoría (Anexo 3).

2.5.4 Papeles de trabajo

A medida que el auditor avanza en su labor recogiendo información para sustentar un dictamen sobre los estados financieros, los papeles de trabajo son los medios específicos para registrar la evidencia y el soporte básico para emitir la opinión del auditor.

2.5.5 Faltas y sanciones

Las firmas auditoras como entes regulados por la (CNBS) tendrán sanciones cuando cometan faltas, estas se dividen en faltas graves y leves y se verán remendadas por amonestaciones sin publicación o reducción en la escala de categorías. (Anexo 4).

2.5.6 Impuestos

Las firmas están sujetas a la presentación y pago de diversos impuestos fiscales y municipales como ser impuesto sobre ventas, impuesto sobre la renta, impuesto al activo neto, aportación solidaria temporal, pagos a cuenta, volumen de ventas entre otros según leyes y normativas vigentes para Honduras.

2.5.7 Empleados

Como cualquier empresa registrada para operar en el mercado hondureño las firmas de auditoría no están exceptas de estar bajo el amparo del código del trabajo y sus normativas, haciendo cumplimiento de sus leyes en cuanto a remuneraciones, pagos de honorarios, 13avo y 14vo mes, vacaciones, cesantía, preaviso y otros beneficios diversos, así como las responsabilidades según el código del trabajo.

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

3.1 Congruencia metodológica

3.1.1 Matriz metodológica

Tabla 2. Matriz metodológica

Tema	Problema	Preguntas de investigación	Objetivo general	Objetivo específico	Variable dependiente	Variable independiente
Propuesta de diversificación de los servicios de la empresa Consultorio Contable M&M	¿Qué factores inciden en la diversificación de los servicios para la empresa Consultorio Contable M&M?	<p>1 ¿Cuál es la factibilidad de mercado para la diversificación de los servicios de auditoría para la empresa Consultorio Contable M&M?</p> <p>2 ¿Cuáles son los requerimientos técnicos para la diversificación de los servicios de auditoría en la empresa Consultorio Contable M&M?</p> <p>3 ¿Cuál es el nivel de rentabilidad por la diversificación de los servicios de auditoría en la empresa Consultorio Contable M&M?</p>	Determinar mediante un estudio de mercado técnico y financiero, la viabilidad de diversificar los servicios para mejorar la rentabilidad de la empresa.	<p>1 Determinar la demanda del servicio de auditoría que permita la diversificación de los servicios de la empresa Consultorio Contable M&M.</p> <p>2 Definir los requerimientos técnicos necesarios para la diversificación servicios de auditoría en la empresa Consultorio contable M&M</p> <p>3 Determinar el nivel de rentabilidad de la diversificación servicios de auditoría en la empresa Consultorio contable M&M.</p>	<p>1. Pre factibilidad de Mercado</p> <p>2. Pre factibilidad técnica</p> <p>3. Pre factibilidad financiera</p>	<p>4. Oferta</p> <p>5. Demanda</p> <p>6. Precios</p> <p>7. Competencia</p> <p>8. Localización</p> <p>9. Fuerza laboral.</p> <p>10. Equipo necesario.</p> <p>11. Proceso de auditoría</p> <p>12. Cálculo VAN</p> <p>13. Cálculo TIR</p> <p>14. Periodo de recuperación</p> <p>15. Pronósticos financieros</p>

Fuentes: Manual de forma

Esta tabla permite apreciar el resumen de la investigación y comprobar la secuencia lógica eliminando vaguedades durante toda la investigación. Organiza las etapas del proceso de investigación de forma que desde el inicio exista congruencia entre el tema, preguntas y objetivos.

3.1.2 Esquema de variables de estudio

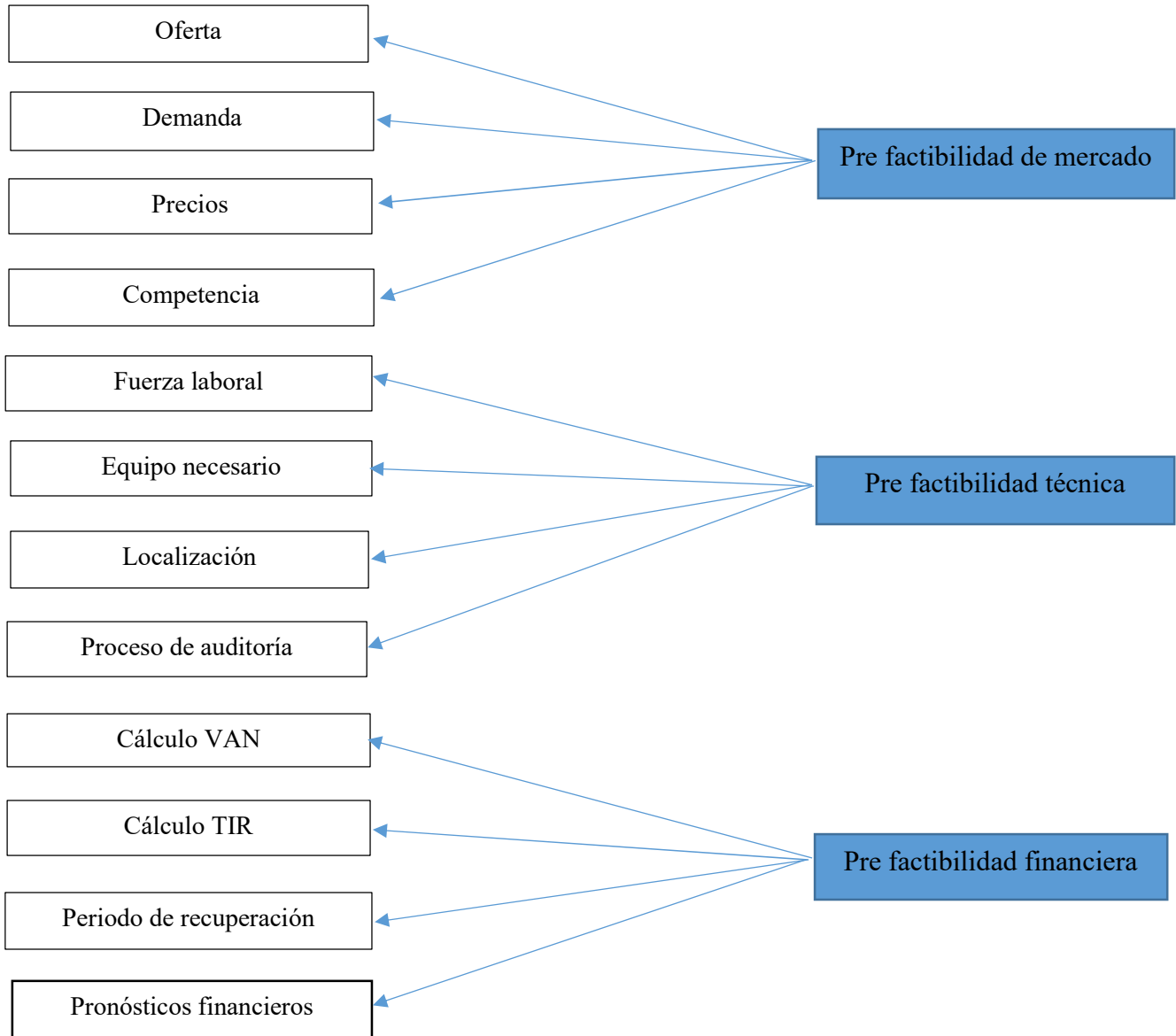


Figura 5: Esquema de variables de estudio

Elaboración propia

3.1.3 Operacionalización de las variables

Tabla 3. Operacionalización de las variables

Independiente	Definición conceptual	Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Categorías	Escala
Pre factibilidad de mercado	Cantidad total de un bien o servicio que las personas desean adquirir en un mercado.	Totalización de clientes que necesitan los servicios.	Potenciales clientes	Número de ONG interesadas en los servicios	¿Cuántas ONG están interesadas en la ciudad de Tegucigalpa?	-30	1
					-40	2	
					-50	3	
			Competencia	Lista de competidores	¿Cuánta competencia existe?	-10	1
					-20	2	
					-25	3	
Pre factibilidad técnica	Determinación del tamaño, tecnología, localización, y administrativo consecuente con un mercado.	Necesidades de recursos técnicos para desarrollar los procesos.	Tecnología/mobiliario	Costo de la tecnología/mobiliario	¿Qué calidad se espera del mobiliario en cuanto al precio?	-L.5,000.00--	1
					-L.10,000.00--	2	
					-L. 15,000.00--	3	
			Recurso humano	Capital de trabajo requerido	¿Cuántos empleados contrataremos?	-1	1
					-2	2	
					-3	3	
Pre factibilidad financiera	Análisis de recursos monetarios para hacer frente a los gastos e inversión inicial de un proyecto generador de utilidades	Determinar la rentabilidad de un proyecto desde un punto de vista financiero.	Inversión inicial	Capital de trabajo inicial requerido	¿Cuánto será el monto de la inversión inicial?	L. 50,000.00	1
					L. 70,000.00	2	
					L. 80,000.00	3	
			Razones financieras	Proyección de indicadores financieros	¿Qué indicadores serán los más representativos?	-Proyección ventas	1
					-Flujos de efectivos	2	
					-Sueldo Honorarios	1 2	

Fuentes: Manual de forma

3.2 Enfoque y métodos

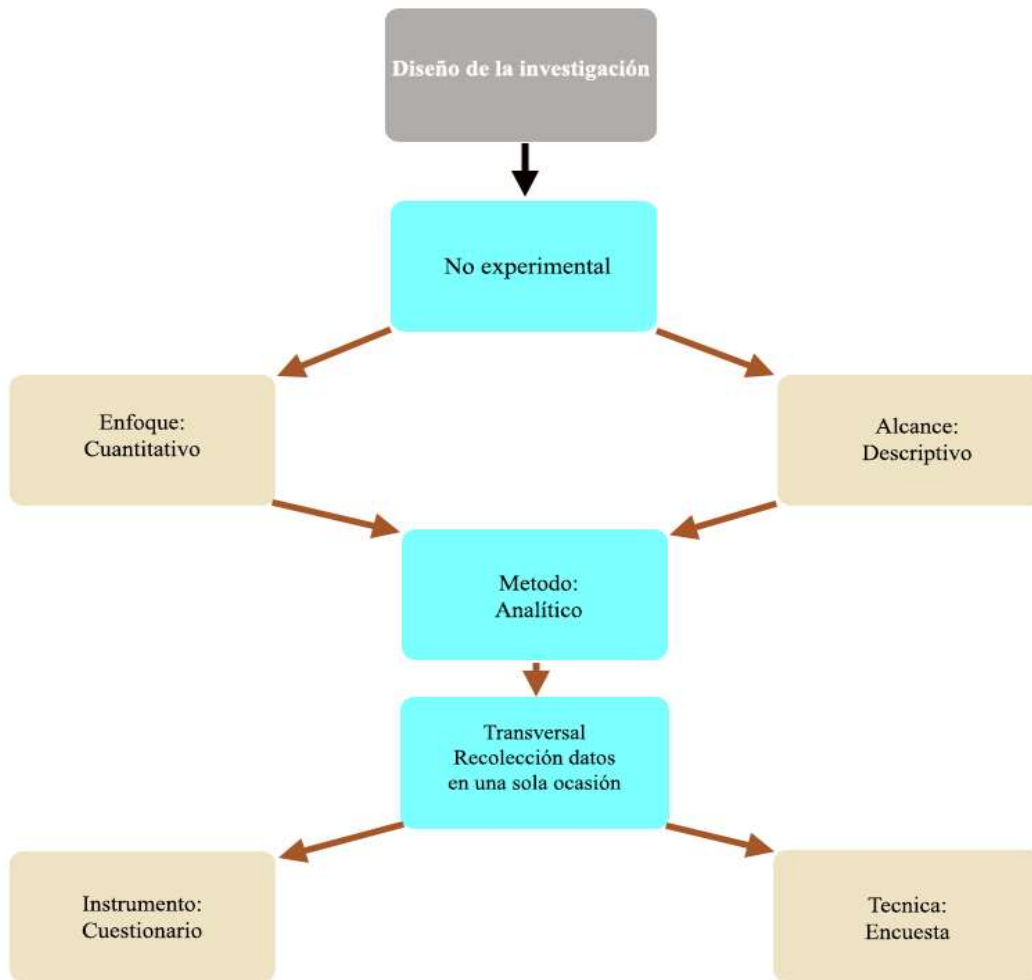


Figura 6: Enfoque y métodos

Fuente: Propia

3.3 Diseño de la investigación

3.3.1 Población

Se delimitó como clientes potenciales a las ONG ubicadas en la ciudad de Tegucigalpa. Según datos obtenidos por la Dirección de Regulación, Registro y Seguimiento de las asociaciones civiles (DIRSAC), existen en Honduras cerca de 3,000 ONG legalmente registradas de las cuales no se cuenta con un listado que muestre este número con exactitud, ni tampoco su ubicación, por lo que se determinó como una limitante para el análisis. Por ello se tomó la decisión de utilizar como población las 120 ONG registradas en la Foprیده (2021), ya que cuenta con la información necesaria para el estudio.

3.3.2 Muestra

Con la población sujeta a estudio, se seleccionó la muestra por medio de la conveniencia, debido a las facilidades de alcance a las mismas por medio de la plataforma de Foprیده la cual mantenía una base de datos con información importante como ser correos, números de teléfono y direcciones, donde se fue seleccionando las ONG más importante y grandes de la ciudad dentro de la plataforma.

3.3.3 Técnicas de muestreo

Se determinó como muestra por conveniencia la mitad de la población sujeta a estudio, es decir la muestra fue 60 ONG como la más representativa de la población en la ciudad de Tegucigalpa.

3.4 Instrumentos, técnicas y procedimientos aplicados

Instrumento: Una vez que se decide el tipo de muestreo en la investigación, resulta necesario armar el instrumento de recolección de información. El instrumento de medición es el cuestionario y la cantidad de preguntas fue de 12. El diseño del instrumento está basado en

recolectar información relacionada a las preguntas de investigación y a las variables, medir cuál es el comportamiento de los posibles clientes y sustentar el desarrollo del proyecto, mediante información con base científica para demostrar con argumentos que evidencien la pertinencia. Inicialmente se realizó una prueba piloto que sirvió para afinar el instrumento y permitió saber cuál es el nivel de comprensión por parte de los encuestados de cada una de las interrogantes. La actividad dio inicio de manera simultánea el 26 de agosto del 2021, acompañado de entrevistas a personas expertas en el medio, tanto en el área de auditoría como en el sector de las Organizaciones no Gubernamentales, segmento de mercado al cual van dirigidos los servicios de auditoría que presentará M&M (Ver anexo 5 y 6).

Técnica: Para recolectar la información se utilizó la encuesta, el medio para llegar a los encuestados fue la plataforma de Google y la opción de formularios; la población definida fue a gerentes financieros o directores de proyectos de Organizaciones no Gubernamentales, que cuentan con un nivel alto en la toma de decisiones. “Ver anexo 13”

Procedimiento: El trabajo inicial fue la elaboración de un mapeo de contactos a quienes se les dirigió la encuesta; esta actividad inició en los primeros días de agosto del 2021. Seguidamente se envió el enlace de la encuesta por medio de WhatsApp; esta inició el 27 de agosto y terminó el 30 de agosto del presente. Hacer uso de los recursos tecnológicos facilitó la interacción y monitoreo de las solicitudes enviadas; igualmente las personas que la recibieron manifestaron que fue muy práctico y fácil. Toda la información recolectada fue usada de manera responsable y con un tratamiento confidencial. “Ver anexo 14”

1. La primera parte de la encuesta recolecta información de variables categóricas o cualitativas que indican categorías, clases o dimensiones.
 - Favor indique el nombre de la organización que representa y la temática que abarca.

- ¿Cuántos años tiene la organización de operar?
- Nombre y puesto que desempeña.
- Dirección de correo electrónico y teléfono.

2. La segunda parte analiza las variables discretas, surgen de un simple conteo o por asignación de ciertos códigos numéricos a las categorías de las variables cualitativas.

- ¿En la actualidad cuenta con un área de auditoría en la organización?
- ¿Al requerir una evaluación externa de auditoría, cómo se asesora?
- ¿Los requerimientos o necesidades son lanzados al público o cuentan con una lista

corta de proveedores o pre registrados?

- ¿Qué tipos de servicios estaría interesado en contratar?

Auditoría financiera

Servicios especializados en temas de declaración de impuestos, exoneraciones y declaraciones, y certificaciones en la SAR.

Auditorías de fondos especiales de donantes extranjeros o fondos de gobierno, previo a cierre de proyectos.

- En una escala de 1 a 5, ¿qué es lo más importante para la organización, al considerar un proveedor en servicios de auditoría?

- ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por año fiscal auditado?

Las modalidades de difusión utilizadas fueron: medios de comunicación, correo electrónico y la red social WhatsApp. Esta solicitud se dirigió a directores, gerentes de finanzas y administración de las organizaciones priorizadas como mercado meta (Anexo 6).

3.5 Fuentes de información

3.5.1 Fuentes primarias

Recurso obtenido por la información suministrada por la encuesta, se tomaron listados de ONG registradas en la base de datos de (Foprideh) como población y cálculo de muestra sujeta a estudio e información suministrada de ideas conceptualizadas de trabajos previos en auditoría.

3.5.2 Fuentes secundarias

Esencialmente fue basada en libros académicos en materia de auditoría, evaluación de proyectos, tesis internacionales semejantes al estudio de pre factibilidad, marcos legales aplicables, datos estadísticos históricos de tasas del BCH e informes de consultorio aplicables al área de estudio.

CAPÍTULO IV. RESULTADO Y ANÁLISIS

En esta sección se presentan los resultados que se han recopilado de la aplicación de un cuestionario dirigido específicamente al segmento de mercado seleccionado ONG.

4.1 Informe de proceso de recolección de datos

Para la recolección de datos, como primer paso fue realizar una segmentación de mercado justificado por la relación del servicio al cual desea incursionar la empresa M&M y la necesidad que presentan las Organizaciones No Gubernamentales (ONG), en servicios de auditoría. Según la investigación realizada, se cuenta con un directorio de afiliadas a la federación de organizaciones.

Se elaboró de una serie de preguntas con la intencionalidad de recopilar información en un cuestionario y con un orden lógico para facilitar la comprensión de los entrevistados.

La muestra representativa de la población a analizar fue de 53 organizaciones a evaluar. En el proceso se recibieron 62, esto representa una tasa de respuesta de 117%.

El análisis de las respuestas se llevó de manera cronológica y correlacional con las variables de la investigación, considerando el planteamiento de la investigación. El trabajo a continuación recopila información que da respuesta a las preguntas planteadas; esto permite conocer el rubro y cómo gira todo alrededor de los servicios requeridos por las Organizaciones No Gubernamentales.

4.2 Resultados y análisis de las técnicas aplicadas

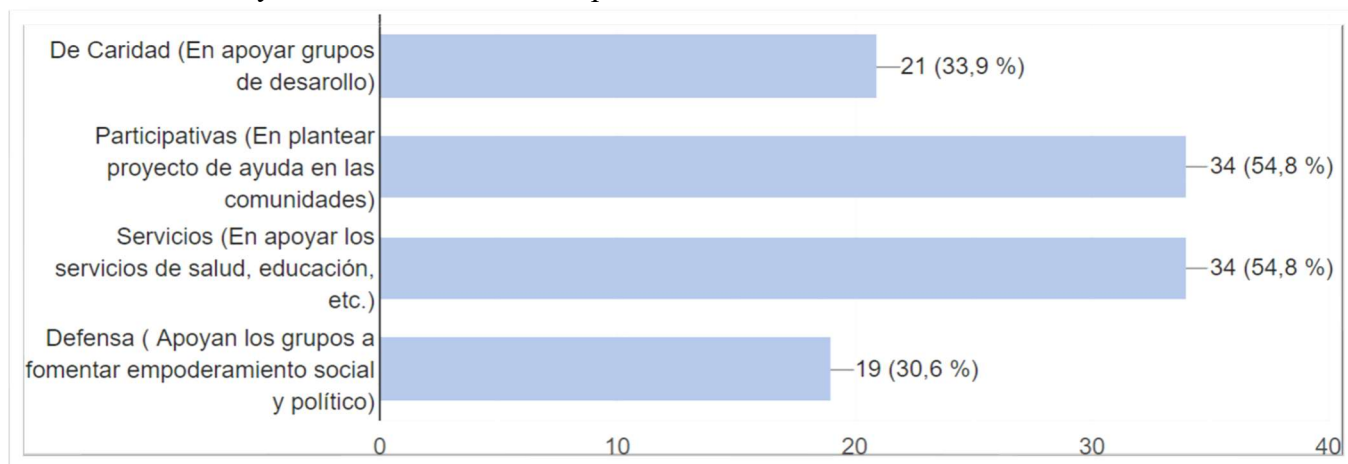


Figura 7: Detalle del enfoque que abarcan las organizaciones

Fuente: Propia

En la investigación llevada a cabo se consultó por el área en la que se desenvuelven y qué tipos de necesidades apoyan en el país; respondieron que la mayoría de las organizaciones realizan una labor mixta. Como resultados, un 54.8% el enfoque en participativas y un 54.8% para las organizaciones que se dedican al área de servicios y con varios enfoques; esto les permite optar por varios fondos de parte de la cooperación internacional o el gobierno. Ejecutar varios proyectos está relacionado directamente con la capacidad de operación de cada una de ellas. El total de organizaciones se enfocan como prioridad en los proyectos de ayuda a la sociedad y apoyo a los servicios de salud; estas a su vez apoyan proyectos de caridad, reflejando un 33.9% y en menor porcentaje con 30.6% enfocan sus esfuerzos en la defensa de los derechos.

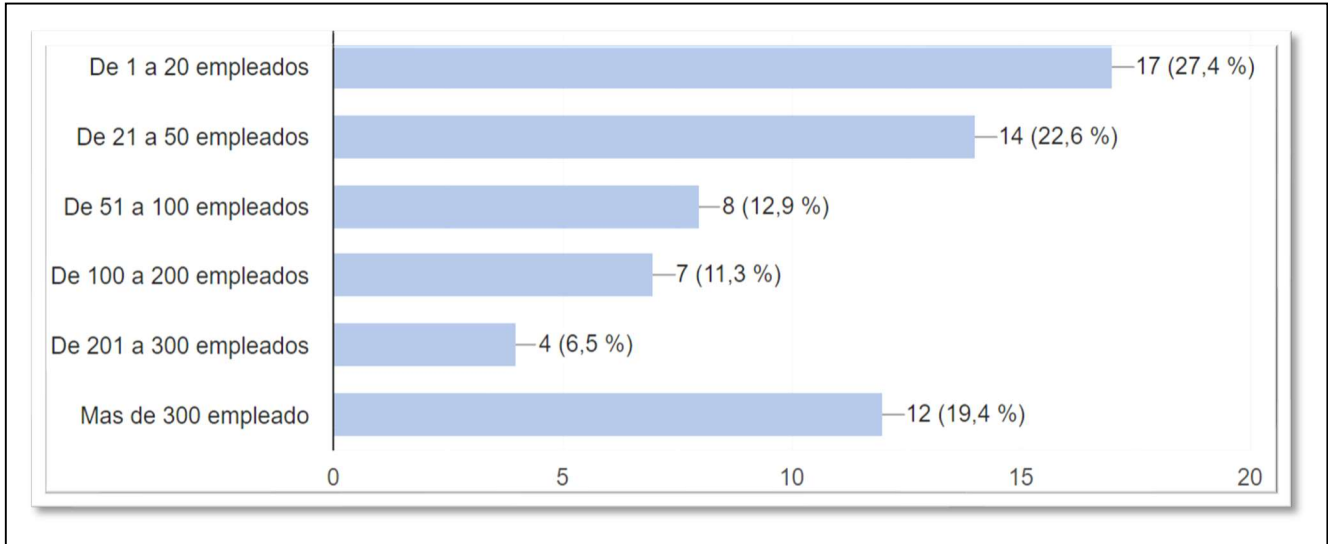


Figura 8: Cantidad de empleados y colaboradores dentro de la organización

Fuente: Propia

Es importante conocer la cantidad de personas con las que cuentan estas organizaciones, ya que esto da la pauta de la capacidad instalada de las mismas y es menos probable que las empresas con una media de 20 empleados cuenten con un área de auditorías o un auditor de planta. El 50% de los encuestados están bajo el rango menor a los 50 empleados.

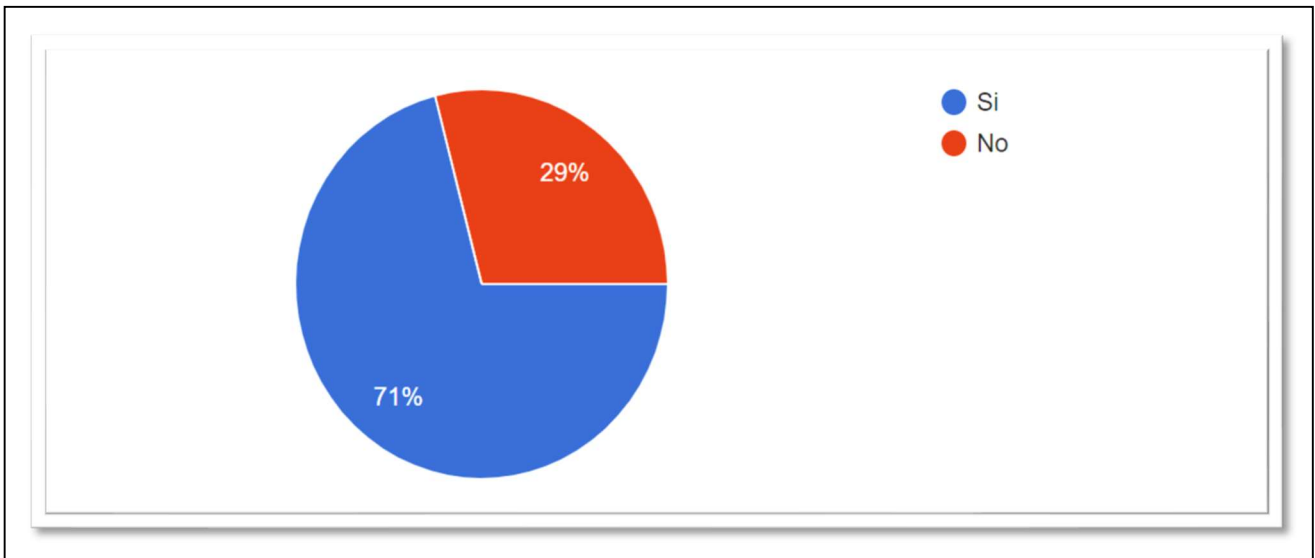


Figura 9: Organizaciones que cuentan con un departamento de auditoria interna

Fuente: Propia

Como complemento de la pregunta anterior y de manera cronológica, se presenta la siguiente interrogante a los encuestados, obteniendo resultados positivos: 30% no cuentan con área encargada de realizar auditorías, ni siquiera un auditor de planta para realizar los trabajos de cumplimiento y verificación de sus operaciones. Esto se define como el mercado primordial al cual ofrecer los servicios; asimismo las organizaciones que tienen áreas de auditoría, requieren servicios para obtener la opinión externa de sus operaciones.

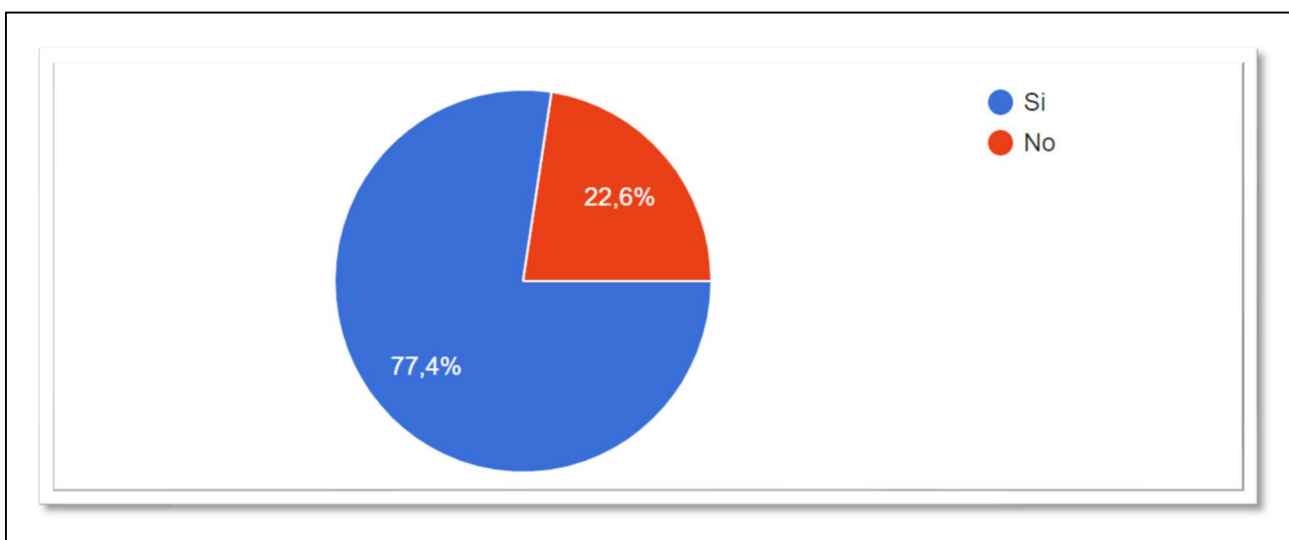


Figura 30: Planeación de presupuesto y consideración de auditorías

Fuente: Propia

Los resultados recabados por medio de la interrogante confirman que un 77% (siendo este la mayoría de las organizaciones) establecen un presupuesto para realizar este proceso de revisión; la mayoría de las organizaciones están regidas por una política de rendición de cuentas de forma periódica. Y en relación con la pregunta anterior, aun las empresas que cuentan con un área encargada de las auditorías, establecen un presupuesto para obtener siempre una opinión externa de sus operaciones.

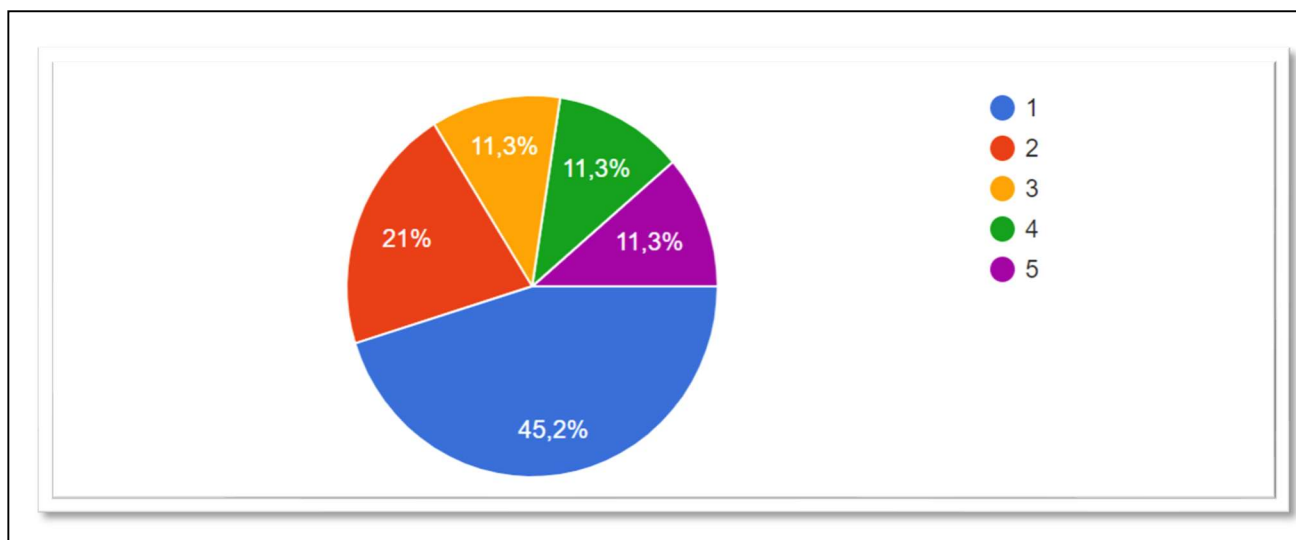


Figura 11: Frecuencia con que realizan auditorías

Fuente: Propia

Con esta pregunta confirmamos lo atractivo que se ha vuelto este segmento de mercado, ya que al menos un 45% realizan un proceso de auditorías; un porcentaje considerable de 21%, realizan dos procesos al año y seguramente relacionado a cuán grande es la organización o la cantidad de recursos que maneja en la misma periodicidad, se le exigen procesos de rendición de cuentas o reportes de verificación. Por otra parte, M&M deberá identificar aspectos técnicos y necesarios para ofrecer sus productos.

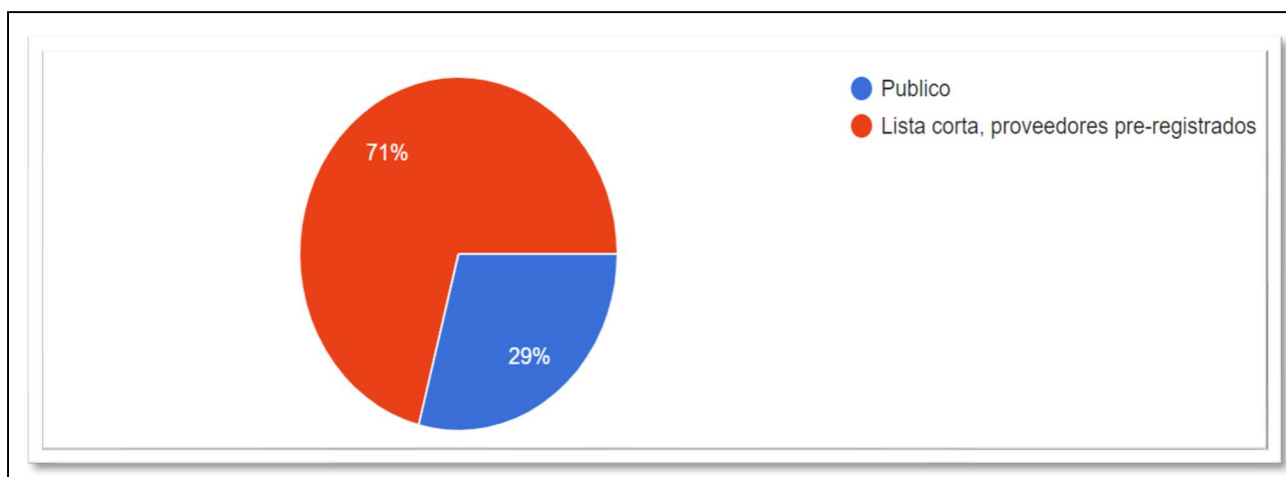


Figura 12: Método utilizado por las organizaciones para adquirir los servicios de auditoría

Fuente: Propia

Las Organizaciones No Gubernamentales ya cuentan con una lista corta de proveedores de servicios de auditoría en su mayoría, proveedores que por una o más características propias de los servicios que ofrecen son del agrado de estas organizaciones en una relación de lealtad.

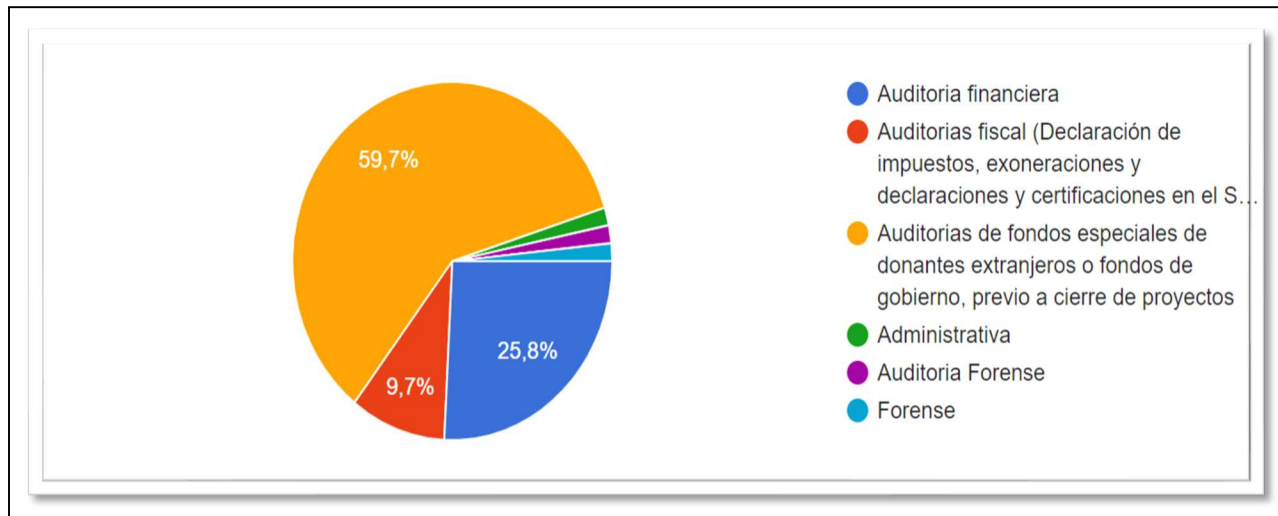


Figura 43: Los tipos de servicio que requieren

Fuente: propia

La investigación se centra en conocer las necesidades de los posibles clientes y los atributos que buscan en los servicios. Predominan las auditorías a fondos especiales de donantes extranjeros, en un 63%, seguido por la necesidad de auditorías financieras en 22%. Esto servirá para responder la pregunta de cuál será la preparación de personal y trabajar en la actualización de las políticas.

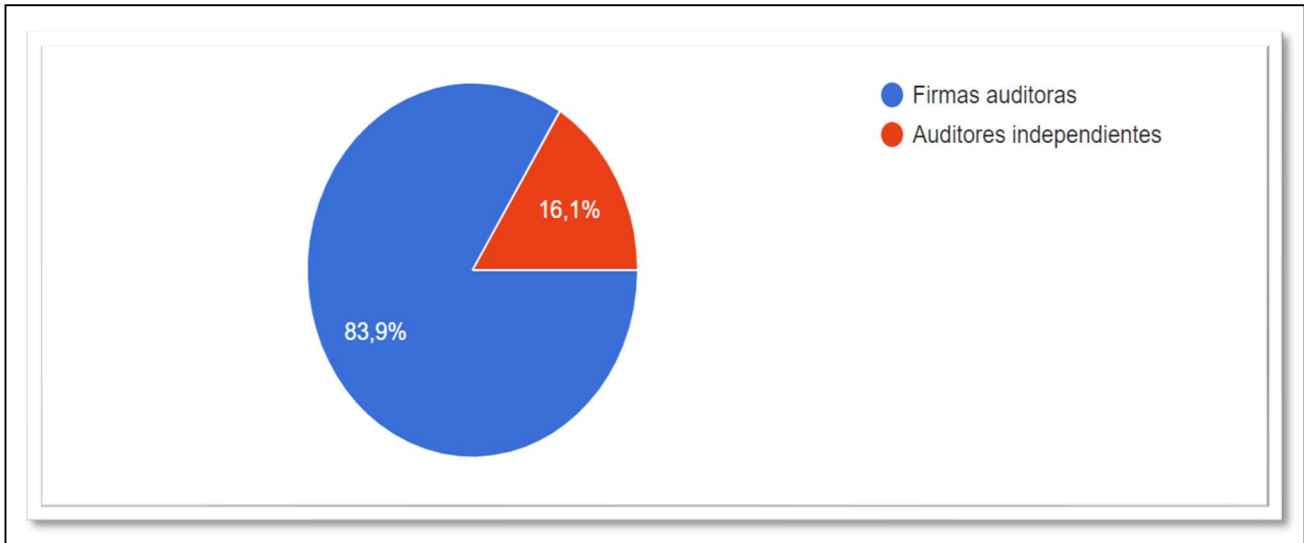


Figura 14: Cuál es el proveedor o asesor más recurrente

Fuente: Propia

Los resultados recabados en esta interrogante nos muestran la preferencia por la contratación de firmas auditoras en un 85% en lugar de auditores independientes debido a que cuentan con más experiencia, mejor sistema de trabajo y porque sus benefactores lo exigen.



Figura 15: Qué buscan los clientes de un servicio de auditorías

Fuente: Propia

Los resultados que se obtuvieron al realizar esta interrogante determinan que los clientes potenciales buscan obtener un servicio con un alto grado de experiencia y muy cercano el tema de confidencialidad de sus operaciones, seguidos a factores como ser el precio como fundamentos a la hora de decidir que firma auditora deben contratar.

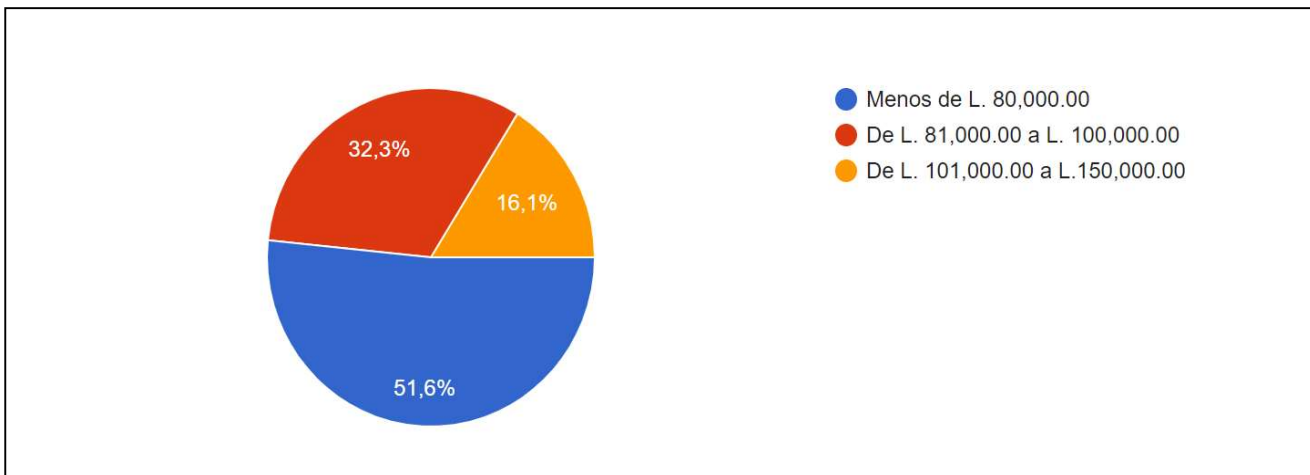


Figura 16: Investigación de precios dispuestos a pagar

Fuente: Propia

De las respuestas que se obtuvieron, los resultados fueron: 51% de los encuestados estarían dispuestos a pagar menos de L. 80,000.00 y un 32% llegarían al rango de 80 mil a 100 mil lempiras por año de auditoría. En estos 2 rangos se concentran la mayor parte de organizaciones encuestadas. Es importante considerar las otras variables que interactúan o aparecen como catalizadores de los aspectos económicos y afectan el comportamiento del mercado en cuanto a precios.

4.3 Resultados y análisis de datos encontrados con otras técnicas de investigación

El día 26 de agosto del 2021 se realizó una entrevista con la Lic. Milissen Cañadas, Directora de administración y finanzas de CREATIVE con una experiencia de más de 20 años en el área de auditorías y amplios conocimientos del tema relacionados con las organizaciones no gubernamentales, el fin de esta actividad fue el afinamiento a las preguntas del instrumento de recolección de datos que permita entender mejor a los clientes potenciales y sus necesidades (Ver anexo 7).

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En la presente investigación se analizó información referente a las necesidades de auditoría por las ONG, tocando varios puntos como: cantidad de empleados para dar una referencia del tamaño de la ONG, presupuestos de contratación, número de auditorías en el periodo, preferencias de firmas y rasgos importantes a la hora de elegir cuál firma contratar, por lo que se concluye:

5.1 Conclusiones

1. Según los resultados obtenidos en el estudio de mercado donde fueron analizadas una serie de variables tales como precio de mercado, oferta del servicio, demanda del servicio, frecuencia de uso entre otros, apunta a que es factible incorporar este nuevo servicio en su oferta ya que se constató que existe demanda insatisfecha del mismo en un promedio de entre dieciséis a veintiuno este último corresponde al dato de un escenario optimista auditorías por año.
2. Mediante la evaluación de los activos, se pudo conocer la inversión necesaria para poner en marcha el proyecto, que asciende a L. 95,565.00, entre las actividades más significativas se identifican las siguientes; el cambio a una nueva ubicación y su distribución física dividida en áreas, el proceso de una auditoría, su tiempo de elaboración, la fuerza laboral para sostener la demanda, términos de referencia, control de calidad e insumos
3. Al ser un servicio que tiene similares características a los que ya presta M&M, no se requiere de mayor inversión en su desarrollo e implementación por lo cual podemos concluir que de acuerdo con el estudio financiero, la apertura del servicio de auditoría es viable y generará rendimientos positivos Se determinó un nivel de rentabilidad en operaciones entre el 19 al 28%, un VPN por L. 278,032.85 y una TIR del 93%.

5.2 Recomendaciones

1. En esta parte que incluye las acciones de mercadeo, se recomienda llevar a cabo la implementación de este nuevo servicio, siguiendo las estrategias de captación y fidelización de nuevos clientes, además llevar a cabo las evaluaciones intermedias de evaluación de resultados y la mejora del servicio.
2. Al ser un servicio el que se presta, se recomienda solicitar evaluaciones periódicas de parte de los clientes que sirvan de retroalimentación y fomentar la mejora continua, a nivel interno una correcta administración de la carga de trabajo, adicionalmente implementar sistemas de control de la calidad con métricas de tiempos de entrega y calidad del trabajo.
3. Se recomienda invertir en el proyecto después de realizar y analizar los estados financieros proyectados, aprovechar la baja inversión inicial y la proyección de ventas esperadas, diseñar un sistema de métricas y reportaje con tiempos definidos de presentación y evaluación del rendimiento para mantener vigilancia en términos financieros de la rentabilidad de la empresa.

CAPÍTULO VI. APLICABILIDAD

6.1 Estudio de pre factibilidad para la diversificación de los servicios de la empresa Consultorio Contable M&M.

6.2 Justificación de la propuesta

La investigación consiste en determinar pre factibilidad de incluir nuevos servicios de auditoría, enfocándose en el mercado de las Organizaciones No Gubernamentales. La empresa se ha dedicado a prestar servicios contables desde el año 1993, con la intención de ampliar su oferta, obtener ingresos adicionales que aporten a la sostenibilidad de la empresa y aprovechar su experiencia para posicionarse en el mercado, considerando la existencia de una demanda insatisfecha. El fin de todo negocio es la obtención de utilidades, realizando inversiones y esperando el retorno o recuperación en un tiempo estipulado. Para ello se llevan a cabo estudios y análisis que ayudarán a la toma de decisiones de determinado proyecto. Por su naturaleza, mínimo se deben realizar los siguientes estudios: Mercado, técnico y financiero.

6.3 Alcance de la propuesta

- Ratificar la necesidad de una demanda insatisfecha de servicios en el área de auditorías y exponer las estrategias para captación de mercado.
- Conocer los medios que emplean Organizaciones no Gubernamentales para la contratación de estos servicios de auditorías.
- Identificar las áreas de implementación de un plan de fortalecimiento de capacidades y desarrollo organizacional.
- Detallar las estrategias a utilizar y presentar a los inversionistas un análisis de la información recolectada en término de los resultados obtenidos a través de cada uno de los estudios de mercado, técnico y financiero.

6.4 Descripción y desarrollo a detalle de la propuesta.

6.4.1 Estudio de pre factibilidad

Se realizará un estudio de pre factibilidad compuesto por un estudio de mercado, técnico y financiero como medio de investigación para aprobar la propuesta de la diversificación de los servicios bajo la luz de los datos que arroje el desarrollo del mismo para determinar la viabilidad de la propuesta.

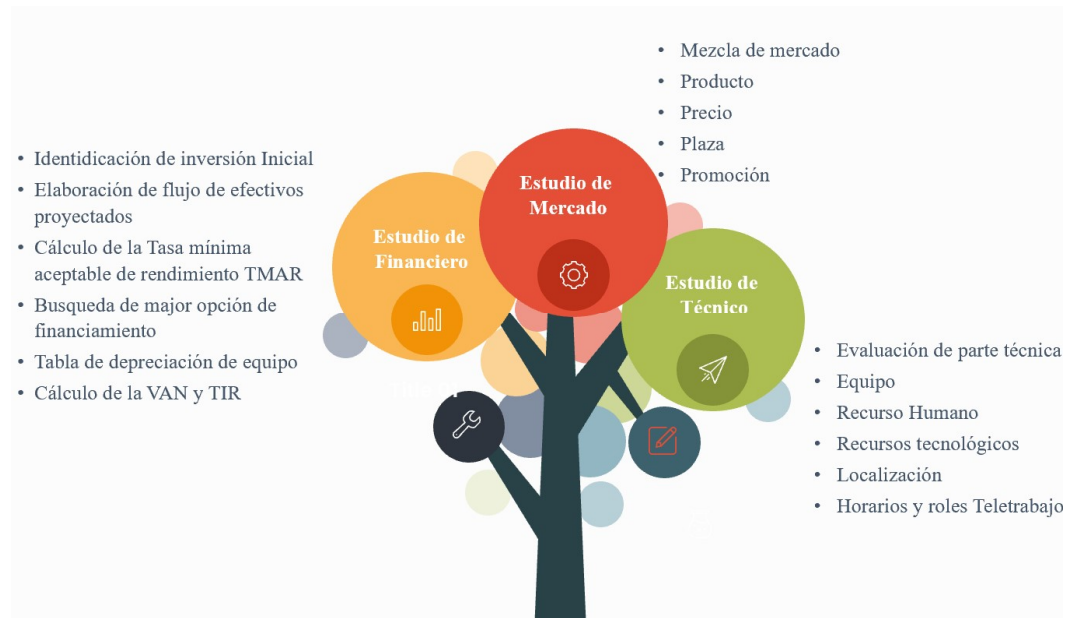


Figura 17: Estructura de aplicabilidad del proyecto

Fuente: Propia

6.4.2 Desarrollo de todos los elementos necesarios

6.4.3 Estudio de mercado

Una vez concluida la investigación de campo dirigida al segmento de mercado seleccionado, se determinó que la oferta de servicios planteada en este proyecto tiene una demanda comprobada satisfecha pero no saturada, por lo que hay oportunidad de incursionar en este mercado con éxito. Esto dependerá de las cualidades e impulso que le den al servicio mediante los

resultados obtenidos en la aplicación de la encuesta, información sobre el canal de comercialización, un análisis de posibles precios y con la posibilidad de brindar un mejor servicio, según el análisis de los datos obtenidos mediante la aplicación de la encuesta.

6.4.3.1 Análisis del Precio

A continuación, se detalla las acciones a realizar para alcanzar los logros esperados en el aspecto del precio, este análisis se desprende del análisis cualitativo y cuantitativo de los datos recolectados.

Tabla 4. Plan de acción en relación con el precio.

Variables	Hallazgo	Actividades principales	Responsable	Duración
Precio	Se encontró que el precio promedio que están pagando las organizaciones por el servicio de auditorías en relación con un año de información, otra importante en relación al precio es que al momento de decidir por una firma auditora no es el precio la que tiene más peso a la hora de decidir se encuentra en tercer lugar	<ul style="list-style-type: none"> Llevar a cabo un estudio previo de los posibles clientes, capacidad de operación para poder participar con mejor criterio y enviar las propuestas técnicas y financieras de los servicios completos. El precio de este servicio se debe detallar en las propuestas de manera detallada puede ser por nivel de esfuerzo de las personas asignadas a realizar el trabajo. Dar a conocer a los posibles clientes el servicio de la empresa M&M, resaltando la experiencia en el manejo de contabilidades y diferentes reportes de fondos. Definir de manera interna un estándar de calidad de prestación de este servicio, iniciando con una evaluación de capacidades y de ahí armar un plan de capacitación para el personal. 	Líder del equipo del proyecto de auditorías, apoyado por el resto del equipo auditor	<u>60 días</u> (Esta actividad se tiene que mantener siempre activa, se coloca 60 días para realizar un

Continuación de la tabla 4: Plan de acción en relación con el precio

	<p>de las 5 opciones que presentamos, otra variable que vale la pena detallar y que están estrechamente relacionada es la oferta es competitiva o un mercado libre, con una competencia en igualdad de condiciones con respecto a la necesidad de Consultorios de parte de las Organizaciones no Gubernamentales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Con el análisis de la información obtenida se concluyó que no hay una lealtad desarrollada para un mismo proveedor, ya que los procesos de selección; evalúan criterios esenciales que M&M perfectamente puede alcanzar y volverse competitivo; para eso debe de estudiar los términos de referencia de cada licitación de servicios en que participe. • Con la experiencia previa en cuanto al volumen de información que analiza o procesa M&M, realizar estimaciones de cuánto serían los tiempos que tomarán las revisiones, por cantidad de transacciones o año. 		<p>trabajo intensivo de visitas)</p>
--	---	--	--	--------------------------------------

Fuentes: Propia

6.4.3.2 Análisis del Servicio

En este caso como no se cuenta con una estadística previa, la investigación de campo servirá para formar un criterio en relación con los factores cualitativos del servicio a ofrecer y demanda. En el caso de fijar precio para este servicio, M&M debe considerar muchos factores previo a emitir una oferta económica, considerando que en la investigación los procesos son competitivos y un factor al cual le dan importancia los clientes potenciales.

Tabla 5. Plan de acción en relación con el servicio

Variables	Hallazgo	Plan de acción	Responsable	Duración
Servicio	En el análisis de la información se logró identificar las preferencias, periodicidad de consumo y requisitos básicos de preferencia del consumidor, y se concluye que el tipo de servicio a ofrecer mínimamente debe de satisfacer las necesidades que hemos identificado en el análisis de los datos	<ul style="list-style-type: none"> Basado en la experiencia del personal M&M se puede realizar el ofrecimiento de un buen servicio respaldado por la trayectoria y referencia de los clientes actuales. El servicio de auditorías está dirigido al sector en específico que son las Organizaciones no Gubernamentales, en la ronda de entrevistas y consultas realizadas a personas que se desempeñan en el medio, afirman que el valor agregado que requieren es factor fundamental para crear un relación de confianza y duradera. A esto se le llama fidelización de los clientes, y la apuesta debe de ser lograrlo en la primera venta, es por eso que la comunicación del encarado de relaciones comerciales debe de ser una persona, empoderada, conocedora y con la habilidad de creación de construcción de relaciones. Desarrollar un plan de seguimiento a los clientes que será un servicio post venta, que el cliente puede contar 	Líder del equipo del proyecto de auditorías, apoyado por los auditores junior	<p><u>60 días</u></p> <p>Esta actividad se tiene que mantener siempre activa, se coloca</p> <p>60 días</p>

Continuación tabla 5: Plan de acción en relación con el servicio

	<p>recopilados en la encuesta, en relación con la demanda que son variable estrechamente relacionadas se concluye que una demanda es satisfecha no saturada</p>	<p>con el equipo como aliados casi parte de su equipo de colaboradores.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hacer evaluaciones periódicas al cliente tra recibir el servicio, medir grado de satisfacción en general por el producto recibido, la atención, apertura, agilidad en responder consultas u otro requerimiento y la retroalimentación para efecto de mejora y atención de brechas, etc. • Estratégicamente tener claro la capacidad instalada en la actualidad de M&M y cuál será el plan de crecimiento y fortalecimiento del personal para el servicio que presta M&M. La clave es brindar un buen servicio al cliente. • Monitorear los sitios web utilizados por estas organizaciones y monitorear los procesos de la competencia para poder hacer comparación entre los servicios que brindan. • Evaluar los factores externos que puedan afectar la ejecución de proyectos y asignación de recursos a estas organizaciones, por ejemplo cambio de gobierno y por ideologías se cancelan proyectos y reorientan los fondos por los ajustes de presupuestos. 		<p>para realizar un trabajo intensivo de visitas</p>
--	---	---	--	--

Fuentes: Propia

6.4.3.3 Análisis de la Plaza o Lugar

Tabla 6. Plan de acción en relación con el precio.

Variables	Hallazgo	Plan de acción	Responsable	Duración
Plaza o Lugar	Como se ha definido con anterioridad las organizaciones que conforman el segmento de mercado al cual está orientado el ofrecimiento de los servicios de M&M, estas organizaciones están en la zona de municipio de Distrito Central Honduras, pero en las entrevistas ha aparecido un nuevo factor que muchas de estas organizaciones tienen como sede el Distritito Central, pero por la nueva	<ul style="list-style-type: none"> • Seleccionar un buen lugar para la instalación de las oficinas es primordial, por estrategia y facilitar la accesibilidad a los futuros clientes, se decidido mover las oficinas de donde se encuentran en la actualidad a una zona cercana al Boulevard. Morazán en la ciudad de Tegucigalpa Honduras. • En la actualidad la modalidad presencia y el teletrabajo han pasado a ser parte de la nueva normalidad, por lo que se debe de considerar la búsqueda de un programa computacional de telecomunicación que permita la interacción en vivo, para esto se recomienda el uso gratuito de Google Meet. • Este sistema permitirá la interacción efectiva con los futuros clientes, sin necesidad de incurrir en gastos de movilización, y tiempo. • Realizar una evaluación en los próximos 3 meses de las herramientas tecnológicas, y no dejar a un lado la posibilidad de invertir en una 	Gerente general de M&M, líder del equipo del proyecto de auditorías, apoyado por los auditores junior	60 días

Continuación tabla 6: Plan de acción en relación con el precio

	<p>normalidad manejan todas las operaciones y registros contables aquí sin necesidad de movilizarse.</p> <p>En los resultados obtenidos en la encuesta una parte fuertemente representativa manifiesta que está de acuerdo con pagar el valor promedio que oscila en el mercado</p>	<p>aplicación que no tengan restricciones de tiempo, o pueda generar desconfianza de parte de los clientes, por aspectos de confidencialidad de la información.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Por las características del servicio, no es necesario intermediarios, por lo que este asegura un trato directo con el cliente y ese factor lo valoran los posibles clientes. 		
--	---	--	--	--

Fuentes: Propia

6.4.3.4 Análisis de la Promoción comercialización

En el caso de la empresa M&M no requerirá intermediarios para llevar a cabo sus servicios a los clientes potenciales por lo que la misma empresa realizará esas tareas. Por la naturaleza del servicio permite abarcar organizaciones que tienen presencia a nivel nacional pero sus registros contables están en la capital, en esta sección se planteará las acciones a llevar a cabo para lograr la promoción y llegar al máximo número de clientes.

Tabla 7. Plan de acción en relación con la promoción.

Variables	Hallazgo	Plan de acción	Responsable	Duración
<p>Promoción del servicio</p>	<p>En la información obtenida encontramos que este proceso se requiere hacer de manera personalizada y por una persona de confianza que maneje el tema.</p>	<p>La estrategia que se ha identificado por la naturaleza del servicio es realizar un plan de visitas a cada uno de clientes que se han identificado previamente en el mapeo posibles clientes. En estas visitas se realizará una pequeña presentación de los servicios del que dispone M&M, precios, garantías de confidencialidad. “Ver anexo 14”</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacitar al personal que estará encargado de las comunicaciones con los clientes potenciales, como opción se tiene primero y que ya han participado en talleres, capacitaciones que imparte con la Cámara de Comercio e Industrias de Tegucigalpa, y aprovechar los cursos que imparte el Instituto de Formación Profesional INFOP, para potenciar al equipo en áreas como la atención del cliente, aspectos de negociación efectivo, mejora de la comunicación etc. • Se identificó que no hay un claro dominio del mercado, por lo que M&M, debe de lanzar una campaña sutil como un primer acercamiento para dar a conocer a la empresa y la lista de servicios a los que pueden acceder, este acercamiento se debe de realizar por medio una pauta por las redes sociales, Facebook, que aparezcan una especie de Banner electrónicos 	<p>Gerente general de M&M Líder del equipo del proyecto de auditorías, apoyado por los auditores junior Profesional contratado</p>	<p>90 días</p> <p>Actividad que tiene que ser permanente, se coloca 90 días para ver el comportamiento y realizar una evaluación que definirá la periodicidad</p>

Continuación tabla 7 Plan de acción en relación con la promoción

		<p>en el sitio web de Red de Desarrollo Sostenible, y en la red LinkedIn, para el desarrollo de esta actividad, que requiere tiempo de respuesta rápido, y un manejo especializado para esto se ha contactado un profesional de marketing digital. Esta actividad se realizará de manera intensiva por 3 meses, este trabajo incluye lo siguiente: diseño de material digital, infografías y boletines publicaciones 2 veces por semana, cambios de portada una vez al mes de la página de Facebook y repuesta de comentarios y mensajes, con las pautas proporcionadas por M&M. después de este tiempo se realizará una evaluación de costo beneficio y depende de los resultados se bajará, mantendrá o subirá la intensidad de mensajes. El pago de pauta en la red social los días que por estadística se tienen más interacciones el promedio de costo por día es de L. 35.00, se realizará 3 días por semana, el costo total de esta actividad se detalla más adelante en la Tabla 8.</p> <ul style="list-style-type: none"> • En los resultados obtenidos con mayor porcentaje se encuentra la experiencia del personal, por lo que este es un punto donde M&M debe de brindar mucha atención, y este factor es objeto de una buena porción de la calificación en las evaluaciones que llevan a 		
--	--	--	--	--

Continuación tabla 7. Plan de acción en relación con la promoción

		<p>cabo de las propuestas recibidas por respuesta a sus procesos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocer a los clientes potenciales y saber qué regulaciones tienen de parte de sus donantes. • Realizar acercamientos a los clientes potenciales, facilitando las experiencias anteriores y trabajos desarrollados. 		
--	--	--	--	--

Fuentes: Propia

En este punto se ha identificado el detalle de los costos que representan estas actividades. Estos serán absorbidos en mayor proporción por los costos de operación que actualmente mantiene la empresa M&M. Como parte de la estrategia de potenciar este nuevo proyecto se detallan los costos de la implementación del plan de mercadeo.

Tabla 8. Detalle costos

Número	Descripción	Costo Mensual
1	Servicios de profesionales Marketing digital	3,500.00
2	Preparación de propuesta	500.00
3	Movilización	1,000.00
4	Capacitación de personal (se aprovecharán los servicios de INFOP y la CCIT)	0.00
5	Pauta en Facebook	420.00
	Total	L. 5,420.00

Fuentes: Propia

Conclusiones estudio de mercado:

Se concluye que se han elegido las mejores opciones para poder llegar a los clientes y ofrecer los servicios de auditoría, basado en las características del servicio por la experiencia que suma el personal en el desarrollo de trabajos contables y su fortaleza en la creación de relaciones personales, para esto es vital llevar a cabo cada una de las acciones propuestas y realizar el monitoreo de los indicadores.

6.4.4 Estudio técnico

Ante una crisis económica crónica y el golpe económico del COVID-19 en Latinoamérica, el buen juicio dicta a arriesgar la menor cantidad de dinero, buscando las mejores opciones que satisfagan las necesidades, pues las condiciones macroeconómicas no están asentadas para otorgar una seguridad razonable al largo plazo.

6.4.4.1 Localización y tamaño óptimo de la oficina

Su determinación se verá afectada por la nueva demanda del servicio a ofrecer, lograr cubrir con lo que la empresa ya cuenta que es su servicio de contabilidad externa y tener flexibilidad en esta nueva ubicación.

La ubicación actual de la empresa no cuenta con los requerimientos necesarios para una firma. Algunas de sus limitantes más notorias son percibidas por falta de un sistema de aire acondicionado, falta un parqueo para clientes, por lo que estos se tienen que buscar uno externo y caminar hacia la oficina, separación de sitios de trabajo entre empleados, desorden visual que se percibe a primera vista así como falta de disponibilidad de agua entre otros por lo que será necesario la búsqueda de una local para oficina que cuente con las comodidades básicas y necesarias para que una firma pueda trabajar en condiciones.

Para la elección de una nueva localización se eligió dos nuevas ubicaciones, con factores de importancia relativa denotadas por el método cuantitativo de puntos ponderados (Ver tabla 9), el punto financiero no es tomado en cuenta ya que se da a entender que ambas opciones son accesibles económicamente y corresponde al estudio financiero.

Datos generales opción los Jarros

Metros cuadrados: 85mts²

Ubicación: Boulevard Morazán, centro comercial los Jarros, área urbanizada.

Servicios públicos: Agua de pozo, se paga luz, telefonía e internet.

Comodidad: Parqueo, seguridad privada, aire acondicionado, flexibilidad.

Mobiliario: Mueble de cocina, tres escritorios con tres sillas de oficina.

Precio: \$600+ISV= \$690.00

Datos generales opción Plaza marte

Metros cuadrados: 60Mts²

Ubicación: una cuadra del boulevard Morazán, plaza Marte, área urbanizada.

Servicios públicos: Agua de pozo, se paga luz, telefonía e internet.

Comodidad: Parqueo, fácil acceso, seguridad, oficinas con aire acondicionado.

Mobiliario: Sin mobiliario.

Precio: \$500+ISV= \$575.00

Tabla 9. Método cuantitativo de puntos

Factores	Importancia relativa	Los jarros 85mts ²		Plaza marte 60mts ²	
		Calificación	Calificación ponderada	Calificación	Calificación ponderada
Parqueo	10%	7	0.7	7	0.7
Zona urbanizada	5%	5	0.25	5	0.25
Flexibilidad	15%	6	0.9	4	0.6
Seguridad	10%	5	0.5	4	0.4
Comodidad	25%	7	1.75	6	1.5
Costo de vida	10%	4	0.4	4	0.4
Precio	25%	4	1	6	1.5
Suma	100%		5.5		5.35

Fuentes: (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 8va edición, Pág. 110 .2018).

Se eligió la opción de Los Jarros porque está muy cerca de donde actualmente se encuentra la oficina; cuentan con todas las necesidades para una oficina en cuanto a comodidad, parqueo y seguridad. Ubicada en una zona ampliamente conocida como el boulevard Morazán, a un precio de \$600+ISV, con servicio de agua de pozo incluido y en comparativa a la opción plaza marte los precios son muy similares.

6.4.4.2 Proceso de una auditoría.

No existe una serie de pasos rígidos para elaborar una auditoría debido a que cada una es diferente y entran muchos factores que impiden determinar qué proceso específico se debe realizar, se podría resumir:

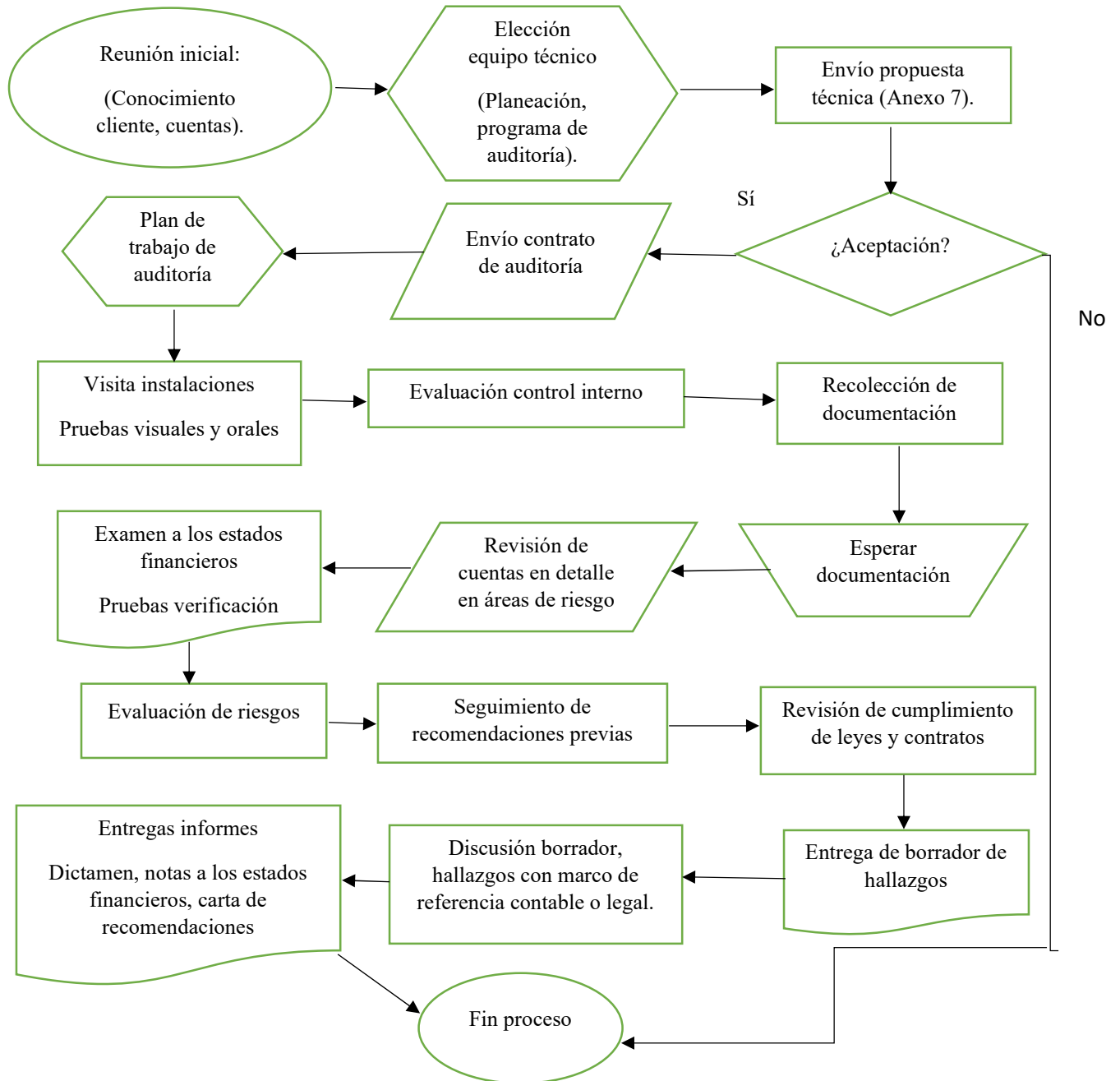


Figura 185: Flujograma del proceso de auditoría

Fuente: Propia

El objetivo principal de un proceso de auditoría es el de emitir un diagnóstico de alta calidad según las normas aplicables que sirva para toma de decisiones de las partes interesadas según los términos de referencia establecidos.

6.4.4.3 Tiempo de una auditoría

Cada trabajo de auditoría es un proceso único, el giro de la empresa, el tamaño, volumen de papeles de trabajo entre otros factores, hace que no puede distinguirse un tiempo dedicado renglón del proceso, pero regularmente según opinión de auditores Séniors, una auditoría a una ONG dura entre 1 a 2 meses, Mi pymes 1 a 2 meses, medianas empresas entre 4 meses y grandes empresas, hasta 6 meses.

El gerente de auditoría elaborará un cronograma de actividades que le ayudan a planificar el tiempo de cada proceso y dividir tareas entre su equipo de trabajo acorde a los términos de referencia con fechas de entrega (Ver tabla 10).

Tabla 10. Cronograma de auditoría

Procedimiento de Auditoría	Enero-febrero					Febrero					Febrero					Febrero				
	Días hábiles					Días hábiles					Días hábiles					Días hábiles				
	30	31	1	2	3	6	7	8	9	10	13	14	15	16	17	20	21	22	23	24
PLANIFICACIÓN																				
Plan de Trabajo de auditoría de cierre	■																			
Estrategia de auditoría	■	■																		
Recolección de documentación	■	■																		
Evaluación detallada de riesgos	■	■																		
Comprensión y evaluación de la estructura de control interno	■	■	■																	
Riesgos y respuestas a nivel de los estados financieros finales			■	■	■	■														
PRUEBAS SUSTANTIVAS																				
Examen de los estados financieros			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
Revisión de las cuentas en detalle al cierre del año en las áreas de riesgo.			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
Otros informes financieros y no financieros que se hayan emitidos			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
CUMPLIMIENTO																				
Revisión del cumplimiento de leyes						■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				

Continuación tabla 10. Cronograma de auditoría

Seguimiento de recomendaciones de revisión preliminar																				
INFORMES DE AUDITORÍA																				
Conferencia final de salida																				
Entrega de informes borradores																				
Discusión de informe financiero, borrador y de control interno, incluido el informe de auditoría de sistemas																				
Entrega de informe final																				

Fuentes: (Juarez Group, 2017)

6.4.4.4 Capacidad instalada y la tecnología

El factor tecnológico es fundamental en una firma tanto como una laptop, ya que será equipo clave y soporte del trabajo realizado, acompañado de un software de gestión de datos como Microsoft Excel o “Menos-Papeles”, el cual es un software especializado que simplifica el proceso de la auditoría con sus diferentes características, utilizando guardados en la nube como Dropbox o OneDrive.

6.4.4.5 Selección de equipo y mobiliario

Equipo necesario para la nueva área de auditoría en la oficina, lista de artículo provista por cantidades, especificaciones, precios y cotizaciones (Anexo 8).

Tabla 11. Inversión en mobiliario

Equipo	Unidades	P. unitario	ISV	Total
Escritorio de oficina 1.20x0.60mt	3	L 5,600.00	Exento	L 16,800.00
Silla ejecutiva	3	L 2,075.00	Incluido	L 6,225.00
Laptop Dell 14" W.10 4gb Ram 1tb Core i3 10ma generación	3	L 13,990.00	Incluido	L 41,970.00
Fundas laptop 14" Targus negra	3	L 595.00	Incluido	L 1,785.00
Impresora HP Smart Tank 415 wifi	2	L 5,995.00	Incluido	17,985.00
Archivo metálico de oficina	2	L 5,400.00	Incluido	L 10,800.00
Total				L 95,565.00

Fuentes: (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 8va edición, Pág. 195 .2018).

6.4.4.6 Determinación de empleados

Se procederá a la contratación de tres empleados en el área de auditoría: un socio de auditoría, gerente y Sénior de auditoría de planta con diferentes tareas, funciones, roles, habilidades y objetivos (Anexo 9).

La empresa ya cuenta con dos personas adecuadas para el trabajo de asistente en auditoría, por lo que se les brindará la oportunidad de formar parte del proceso cuando la situación amerite, sin menoscabo de sus funciones en el área de contabilidad. Estos empleados cuentan con un salario mensual de la rama de contabilidad; su pago por los trabajos de auditoría será realizados por medio de honorarios, de lo contrario se procederá a la contratación de terceros.

La demanda de auditorías es por temporadas, por ejemplo, los meses de enero a abril son en los que más demanda existe debido al fin del periodo fiscal; en estos casos se procederá a la contratación externa de otros auditores, dependiendo del juicio del socio de auditoría y su trabajo será pagado por honorarios con un organigrama, según figura 20.

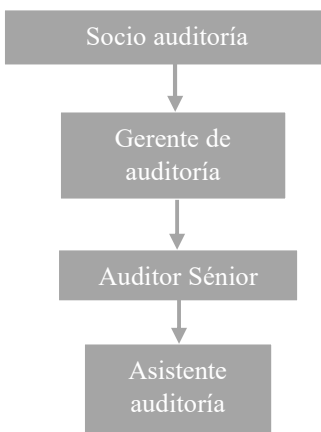


Figura19: Organigrama equipo auditor

Fuente: Propia

Listado de puestos y salarios propuestos para los diferentes cuatro puestos, según el organigrama del equipo auditor.

Tabla 12. Gastos por sueldos mensuales.

Puesto	Salario
Socio de auditoría	L 18,000.00
Gerente de auditoría	L 15,000.00
Auditor Sénior	L 14,000.00
Asistente de auditoría	L 12,000.00
Total	L 59,000.00

Fuentes: Propia

6.4.4.7 Determinación de las áreas de trabajo

Ya justificados la ubicación, el equipo, el proceso de auditoría y el nuevo número de empleados, es necesario determinar las dimensiones del mobiliario dentro del tamaño físico del local subdivido en seis áreas, bajo un enfoque de distribución de procesos donde personas y equipo están agrupadas para tener una pronta comunicación, evitando el ruido de los mensajes. Muy apropiado para el trabajo de auditoría en equipo, es individual y único, pero en conjunto, una suma de todos sus valores agregados por el equipo auditor.

Se determinó utilizar el siguiente orden de las áreas de trabajo:

Tabla 13. Espacio físico en metros cuadrados del mobiliario.

Cantidad	Mobiliario	Área	Base de Cálculo	mts ²
7	Escritorios	Sala principal	0.5	2.5
1	Estufa	Cocina	1	1
1	Mueble microondas	Cocina	0.5	1
6	Archivos	Archivos	0.2	0.8
1	Mueble para baño	Baño	0.2	0.2
2	Sillones	Sala de espera	1	2
3	Archivos pequeños	Área escritorios	0.1	0.3

Fuentes: (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 8va edición, Pág. 160 .2018).

Ubicación del mobiliario dentro del espacio físico del local:

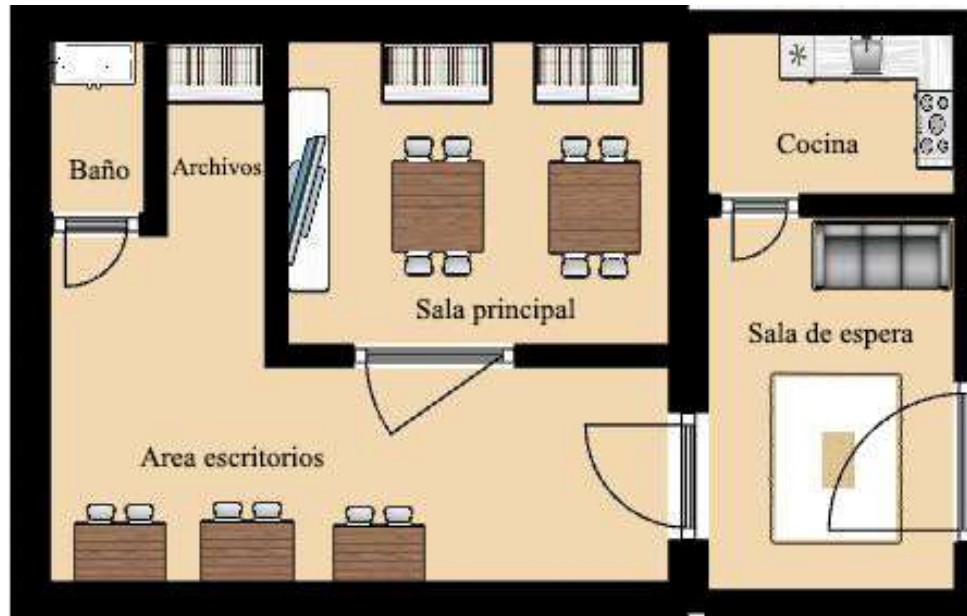


Figura 60: Ubicación espacial de las áreas de trabajo

Fuente: Evaluación de proyectos, 8va edición, Pág. 164 .2018).

Memoria de cálculo:

1. Sala principal: Se determina ubicar los escritorios principales en la sala principal de la ubicación debido a su cargo de jefes.
2. Cocina: La cocina tiene el punto negativo de estar cerca de la entrada principal donde se reciben a los clientes.
3. Área de escritorios: Compuesta por seis escritorios junto con archivos para cada empleado con suficiente espacio disponible para otras mesas.
4. Archivos: Área pequeña como almacenaje, por lo que se tendrá que tratar de retener la menor cantidad de papelería disponible por parte de los clientes.

6.4.4.8 Capacitaciones

La empresa actualmente ya se encuentra registrada en la Cámara de Comercio de Tegucigalpa, por lo que la recomendación es entrar en un programa sobre auditorías para estar al tanto de las nuevas disposiciones, normas y cambios sobre la materia.

6.4.4.9 Balance de insumos

Estos gastos ya son existentes en el área de contabilidad de la empresa, pero debido a la apertura del nuevo servicio, ascenderán en cierta medida especificada de la siguiente manera, con una reposición cada seis meses por un monto de L. 10,674.94 (Anexo 10).

6.4.4.10 Control de calidad

La norma ISO 9001 incentiva a la creación de un sistema de gestión de la calidad (SGC) dirigido directamente por el socio auditor de la compañía, persona con más experiencia en el área, y teniendo entre sus roles las de ser encargado de la vigilancia y calidad de los informes establecidos por las necesidades del cliente como pauta. Estas actividades de calidad son en sí el proceso de auditoría como tal, donde interviene toda la referencia a una alta calidad.

El control del desempeño se dividirá en dos etapas.

1. Las actividades que corresponden a un funcionamiento de un SGC se están aplicando.
2. Las consecuencias de estas actividades.

Todas las actividades que corresponden al desempeño están determinadas en las normas ISO.

Métricas de control estadístico de calidad

1. Tiempo de entrega de informes según términos de referencia.
2. Tiempo de entrega del borrador sujeto a discusión.
3. Porcentaje de hojas de trabajo mal elaboradas.
4. Tiempo que dura las pruebas visuales y orales.

5. Número de veces en que un asistente requiere ayuda de un auditor Sénior.
6. Tiempo que dura realizar ajustes al informe después de una discusión de hallazgos.

Tratando de mantener estas métricas lo más baja posibles, pero congruentes con la realidad

Conclusión estudio técnico:

Se llegó a la conclusión que tomando como base el equipo propuesto, la nueva ubicación y el nuevo personal a cargo del área de auditoría, con una amplia experiencia en el tema y con todos los permisos legales para dedicarse a la profesión, sí es posible cumplir un trabajo de auditoría mensual con demanda de una a 2 mensuales, según el estudio de mercado.

6.4.5 Estudio financiero

Luego de la determinación de la existencia de una demanda y del conjunto de aspectos técnicos necesarios para llevar a cabo la satisfacción de esta, se necesita la creación de un modelo de inversión, pronósticos futuros y márgenes adecuados que otorguen datos duros sobre la viabilidad financiera de la diversificación de los servicios.

6.4.5.1 Inversión inicial

Según el estudio técnico, se determinó una inversión inicial ejemplificada en la tabla 14:

Tabla 14. Inversión en mobiliario.

Equipo	Unidades	P. unitario	ISV	Total
Escritorio de oficina 1.20x0.60mt	3	L 5,600.00	Exento	L 16,800.00
Silla ejecutiva	3	L 2,075.00	Incluido	L 6,225.00
Laptop Dell 14" W.10 4gb Ram 1tb Core i3 10ma generación	3	L 13,990.00	Incluido	L 41,970.00
Fundas laptop 14" Targus negra	3	L 595.00	Incluido	L 1,785.00
Impresora HP Smart Tank 415 wifi	2	L 5,995.00	Incluido	17,985.00
Archivo metálico de oficina	2	L 5,400.00	Incluido	L 10,800.00
Total				L 95,565.00

Fuente: Evaluación de proyectos, 8va edición, Pág. 190 .2018).

6.4.5.2 Financiamiento de la inversión

De los L. 95,565.00 de inversión inicial se pretende pagar por facilidades de crédito por medio de tarjeta de crédito al 0% de interés, pero con un gasto de comisión del 9%, pagaderos en un año un monto de L. 45,000.00 sumando también L. 50,000.00 como saldo inicial en caja y bancos para el área de auditoría.

$$L. 95,565.00 = 53\% \text{ Fondos propios} + 47\% \text{ fondos ajenos}$$

6.4.5.3 Cálculo Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)

Es la tasa de ganancia anual que solicita un inversionista por la operación de una empresa.

$$TMAR = i + f + if$$

Ecuación 2: Tasa TMAR

Donde:

I: Premio al riesgo.

f: Promedio de inflación 5 años (Ver tabla 15).

Cálculo promedio de inflación de los últimos cinco años según datos del BCH.

Tabla 15. Cálculo promedio de inflación.

Año	Inflación
enero-agosto 21	4.28%
2,020	3.47%
2,019	4.38%
2,018	4.34%
2,017	3.93%
Promedio	4.08%

Fuente: Propia

La tasa premio al riesgo por lo general se determina dependiendo el tipo de riesgo según el giro de la empresa, cuando el riesgo es bajo y existe mucha demanda, como supermercados. Se determina una tasa del 1 al 10% en otros casos, como auditorías donde la demanda es baja y el riesgo es alto. Se determinó una tasa del 20%, una tasa activa bancaria del 9%, una tasa pasiva bancaria del 6.42 y una tasa libre de riesgo del 5.06.

Tabla 16. Cálculo tasa TMAR

Tipo de tasa	I	F	$i*f$	$i+f+(i*f)$
Tasa premio	0.2	4.08	0.00816	25%
Tasa pasiva	0.0506	0.0408	0.00206448	9.33%
Tasa libre	0.0642	0.0408	0.00261936	10.76%
Tasa capital propio				15%

Fuente: Propia

6.4.5.4 Cálculo del costo del capital ajeno

Costo del endeudamiento

$$K_i = k_d * (1 - \text{tasa fiscal})$$

Ecuación 3: Eliminación del costo del impuesto en tasa activa

Donde:

K_i : Costo después de impuestos del financiamiento.

K_d : Tasa activa bancaria

Tasa fiscal: tasa fiscal (25%)

$$K_i: 0.09(1-0.25) = 0.0675$$

Cálculo costo promedio ponderado (CCPP)

$$CCPP = \% \text{ deuda (costo de deuda)} + \% \text{ capital propio (costo capital propio)}$$

Ecuación 4: Costo de capital promedio ponderado

$$\text{CCPP} = 0.47 * 0.0675 + 0.53 * 0.15 = 11\%$$

6.4.5.5 Alquiler del local

El costo de alquiler del nuevo local será de \$690.00 se determinó con el gerente general que el área de auditoría se hiciera cargo del 25% del costo del alquiler.

$$\$690 * 0.25 = \$172 * 24.25 = L. 4185.00$$

Aplica lo mismo para gastos de luz, cable e internet, con promedio mensual de gasto de L. 2,500.00 y L. 1,500.00, siendo L. 2,000.00 lo que se hará cargo el área de auditoría de forma mensual y en forma anual por un monto de L. 24,000.00

6.4.5.6 Gastos de viático

Los gastos de viáticos serán pagados en su totalidad al equipo auditor, el alcance solo es Tegucigalpa, por lo que solo cubrirá gastos de combustible, parqueo, alimentación. Como base se tomarán viáticos de L 3,000.00 en forma mensual y anual L. 36,000.00.

6.4.5.7 Gastos en sueldos y salarios

Tabla 17. Gastos por sueldos mensual y anual.

Puesto	Salario mensual	Salario anual
Socio de auditoria	L17,000.00	L204,000.00
Gerente de auditoria	L14,000.00	L168,000.00
Asistente de auditoria	L11,000.00	L132,000.00
Total	L42,000.00	L504,000.00

Fuente: Propia

Según el organigrama se determinó el pago a cuatro auditores de planta con una demanda de una o dos auditorías por mes en el mejor de los casos, el gasto por sueldos ascienden a L.

59,000.00 mensual y con la incorporación externa cuando la alta demanda lo determine un nuevo asistente de auditoría con pago por honorarios.

6.4.5.8 Gastos de mercadeo

Según el estudio de mercado se determinó un gasto mensual de L. 5,420.00 y un gasto anual por el monto de L. 65,040.00

6.4.5.9 Insumos de oficina

Se determinó un consumo de insumos de oficina por un monto inicial de L. 10,674.94 consumibles dos veces al año, por lo que el monto mensual promediado sería de L. 1,779.15 y anual de L. 21,349.88

6.4.5.10 Cálculo punto de equilibrio

En base al supuesto que se trabajan 9 horas al día de lunes a viernes, y que de estas horas existe un tiempo ocioso debido a la hora de almuerzo y tiempo perdido normal de 45 minutos diarios, se tendría un tiempo activo de 7.25 horas en el trabajo y solamente se trabajan 22 días al mes, debido a los 30 días calendario del mes menos 8 días por fin de semana compuesto por cada 4 semanas que tiene un mes, se tiene:

9 horas * 22 días: 198 horas totales trabajadas al mes

7.25 horas * 22 días: 160 horas activas trabajadas al mes

38 horas de tiempo ocioso

En un día se tiene 7.25/9 horas: 80% de horas activas y un 20% de horas pasivas en el trabajo.

Sueldo mensual L. 42,000.00*0.80: L. 33,600.00 sueldos de horas activas y L. 8,400.00 de sueldo de horas pasivas

$$PE = \frac{F}{P - V}$$

Ecuación 5: Punto de equilibrio

D onde:

F: Costos fijos

P: Precio unitario de la auditoría al mes

V: Costo unitario de la auditoría al mes

Bajo el argumento de tener una demanda de una auditoría por mes por ingresos de L. 60,869.56 y con unos costos fijos mensuales determinados en la tabla 18:

Tabla 18. Cálculo costos fijos

Cuentas	Mensual	Anual
Alquiler (25%)	L 4,185.00	L 50,220.00
Sueldos y salarios (20%)	L 8,400.00	L 100,800.00
Agua + luz + cable	L 2,000.00	L 24,000.00
Viáticos	L 3,000.00	L 36,000.00
Insumos	L 1,779.15	L 21,349.80
Mercadeo	L 5,420.00	L 65,040.00
13avo y 14avo	L 7,000.00	L 84,000.00
Gastos varios	L 2,000.00	L 24,000.00
Total	L 33,784.15	L 405,409.80

Fuente: Propia

$$PE: \frac{33.784.15}{60,869.56 - 33,600.00}$$

PE: 2

Conclusión: Se necesita tan solo dos auditorías mensuales para cumplir con el punto de equilibrio, más de dos auditorías mensuales significa.

6.4.5.11 Depreciación

Realizado bajo el sistema de línea recta con un periodo de 5 a 10 años de vida útil.

Tabla 19. Cálculo depreciaciones

Activo	Valor	años	Depre. anual
Escritorios	L 16,800.00	10	L 1,680.00
Sillas	L 6,225.00	5	L 1,245.00
Laptop	L 41,970.00	5	L 8,394.00
Fundas	L 1,785.00	5	L 357.00
Impresoras	L 17,985.00	5	L 3,597.00
Archivos	L 10,800.00	10	L 1,080.00
Total	L 95,565.00		L 16,353.00

Fuente: Evaluación de proyectos, 8va edición, Pág. 196 .(2018).

6.4.5.12 Cálculo del VAN y TIR

El VAN será calculado para un periodo de 3 años bajo el argumento de que los primeros tres meses del año la demanda de auditoría sube a tres auditorías por mes, mientras que en los restantes meses las auditorías se mantienen en un promedio de una a dos.

Tabla 20. Pronóstico demanda de servicios de auditoría.

Meses	Año 1	Año 2	Año 3
Enero	1	3	2
Febrero	1	2	3
Marzo	3	1	2
Abril	2	1	2
Mayo	1	2	1
Junio	1	2	1
Julio	1	1	1
Agosto	1	1	2
Septiembre	1	1	1
Octubre	1	1	1
Noviembre	1	1	2
Diciembre	1	1	1
Total	15	17	19

Fuente: Propia

Con este dato se puede deducir un promedio mensual de 1.25 auditorías mensuales, bajo el argumento que una auditoría se cobra en promedio L. 70,000.00, menos impuesto sobre ventas sería L. 60,869.56

Los egresos anuales se verán afectados por la tasa promedio de inflación, según datos del BCH del 4.08%

Tabla 21. Cálculo gastos fijos mensuales

Cuentas	Mensual	Anual
Alquiler	L 4,185.00	L 50,220.00
Sueldos y salarios	L 42,000.00	L 504,000.00
Agua + luz + cable	L 2,000.00	L 24,000.00
Viáticos	L 3,000.00	L 36,000.00
Insumos	L 1,779.15	L 21,349.80
Mercadeo	L 5,420.00	L 65,040.00
13avo y 14avo	L 7,000.00	L 84,000.00
Gastos varios	L 2,000.00	L 24,000.00
Total	L 67,384.15	L 808,609.80

Fuente: Propia

Calculando la demanda y los costos fijos mensuales calculamos una tabla de flujo futuros para los siguientes tres años:

Tabla 22. Pronóstico de flujos de efectivo.

Periodos	Ingresos	Egresos	Saldo
0			-L 145,565.00
1	L 913,043.48	L 808,609.80	L 104,433.68
2	L 1,034,782.61	L 840,954.19	L 193,828.42
3	L 1,156,521.74	L 873,298.58	L 283,223.16

Fuente: (Nassir, Sapag, Proyectos de inversión, 4da edición, 2011).

$$VAN = -P + \sum_{i=0}^n (F/(1+i))$$

Ecuación 6: Valor presente neto

Donde:

P: Inversión inicial (L145,565.00)

F: Flujo futuro (Año 1, 2 y 3)

I: Tasa de descuento (15%)

VAN= L 278,032.85

Cálculo TIR

$$TIR = -P + \sum_{i=0}^n (F/(1 + TIR)^n)$$

Ecuación 7: Tasa interna de retorno

Donde:

P: Inversión inicial (L145,565.00)

F: Flujo futuro (Año 1, 2 y 3)

Tir: Tasa de descuento por determinar

TIR= 93%

Interpretación:

EL VAN es superior a cero, por lo que es una buena señal de proyecto rentable, El TIR arroja un resultado positivo muy alto y superior a la tasa Tmar del 15% como buena señal de un proyecto rentable debido a que en una auditoría la inversión inicial es poca debido a que lo que se cobra en sí es el conocimiento del auditor, a diferencia de un negocio de manufactura donde la inversión inicial y los márgenes de ganancias, son grandes y holgados.

6.4.5.13 Caja y bancos

Es la disponibilidad líquida de efectivo para hacer frente a gastos y cargos, dado que la empresa planea cobrar el 50% al inicio de la auditoría y el otro 50% en la entrega de los informes, determinando un tiempo promedio de 45 días en la elaboración y entrega del informe final de una auditoría es necesario mantener en caja y bancos el equivalente al pago de gastos de 30 días de L. 36,949.37 o en una gestión de riesgo eficaz un promedio de entre L. 70,000.00 a L. 100,000.00

Tabla 23. Cálculo saldos mínimos de caja y bancos.

Gastos mensuales	L	67,384.15
(-) Primer pago recibido	L	30,434.78
Caja y bancos	L	36,949.37

Fuente: Propia

6.4.6 Estados financieros proyectados

6.4.6.1 Balance inicial

Tabla 24. Balance inicial.

<u>Activos corrientes</u>		
Caja y bancos	L	100,565.00
Propiedad, planta y equipo Mobiliario	L	95,565.00
<u>Pasivo corriente</u>		
Préstamos		L 45,000.00
<u>Patrimonio</u>		
Capital social		L 151,130.00
Total	L	196,130.00
		L 196,130.00

Fuente: Evaluación de proyectos, 8va edición, Pág. 188 .(2018).

6.4.6.2 Estado de resultados proyectado.

Tabla 25. Estados de resultados proyectados.

Años	Oct-Dic	Año 2	Año 3
Ingresos:	L 228,260.87	L 1,034,782.61	L 1,156,521.74
Egresos:			
Sueldos y salarios	L 126,000.00	L 504,000.00	L 504,000.00
Alquiler	L 12,555.00	L 50,220.00	L 50,220.00
Viáticos	L 9,000.00	L 36,000.00	L 37,440.00
Servicios públicos	L 6,000.00	L 24,000.00	L 24,960.00
Depreciación	L 4,088.25	L 16,353.00	L 16,353.00
Insumos	L 5,337.45	L 21,349.80	L 22,203.79
13avo y 14avo mes		L 73,500.00	L 84,000.00
Mercadeo	L 16,260.00	L 65,040.00	L 67,641.60
Gastos varios	L 6,000.00	L 24,000.00	L 24,960.00
Utilidad en operaciones	L 43,020.17	L 220,319.81	L 324,743.35
ISR (25%)	L 10,755.04	L 55,079.95	L 81,185.84
Utilidad neta	L 32,265.13	L 165,239.86	L 243,557.51

Fuente: Evaluación de proyectos, 8va edición, Pág. 201 .(2018).

Rendimiento en operaciones.

Tabla 26. Métrica porcentaje de rendimiento en operaciones.

Octubre a diciembre año 1	19%
Año 2	21%
Año 3	28%

6.4.6.3 Estado de flujo de efectivo proyectado

Tabla 27. Flujos de efectivo proyectados.

Cuentas	Oct-Dic	Año 2	Año 3
Saldo	L 100,565.00	L 63,032.33	L 93,438.16
Ingresos	L 228,260.87	L 1,034,782.61	L 1,156,521.74
Egresos			
Sueldos y salarios	L 126,000.00	L 504,000.00	L 504,000.00
Alquiler	L 12,555.00	L 50,220.00	L 50,220.00
Viáticos	L 9,000.00	L 36,000.00	L 37,440.00
Servicios públicos	L 6,000.00	L 24,000.00	L 24,960.00
Insumos	L 5,337.45	L 21,349.80	L 22,203.79
13avo y 14avo mes		L 73,500.00	L 84,000.00
Mercadeo	L 16,260.00	L 65,040.00	L 67,641.60
Gastos varios	L 6,000.00	L 24,000.00	L 24,960.00
ISR		L 10,755.04	L 55,079.95
ISV	L 22,826.09	L 153,695.65	L 171,956.52
Pagos a cuenta		L 8,066.28	L 41,309.96
Mobiliario	L 50,565.00		
Acreedores varios	L 11,250.00	L 33,750.00	
Total egresos	L 265,793.54	L 1,004,376.78	L 1,083,771.83
Flujo	L 63,032.33	L 93,438.16	L 166,188.07

Fuente: Propia

Conclusión estudio financiero:

El estudio financiero ha mostrado la viabilidad del proyecto de diversificación de servicios, tomando en cuenta el estudio de mercado y aspectos técnicos necesarios para llevarlo a cabo, mostrando números positivos en los diferentes exámenes realizados, por lo que el proyecto debe ser aprobado.

6.4.7 Medidas de control

Para el cumplimiento de lo establecido en el estudio de pre factibilidad para la diversificación de los servicios de la empresa Consultorio Contable M&M, se determinó lo siguiente:

- Cantidad de clientes que vieron, comentaron o enviaron un mensaje en la publicación en redes sociales.
- Alcance en la ciudad de Tegucigalpa de las pautas publicitarias en Facebook en relación a un mismo monto de inversión de pauta publicitaria.
- Promedio de saldo en caja y bancos en saldos de L. 50,000.00 o superiores.
- Compra de mobiliario según los precios de establecidos en la inversión inicial.
- Obtención del crédito según los parámetros establecidos de 9% de comisión o inferiores antes que cambie la oferta.
- Tiempo en que se la propuesta es llevada a cabo.
- Contratación del socio auditor en las primeras tres semanas de inicio del proyecto.

6.4.8 Comparativa de un antes y después de la aplicación del proyecto

Con la nueva oferta del servicio de auditoria obtendríamos nuevos ingresos anuales con una ratio de rentabilidad entre 15 al 20% con respecto a los ingresos, también ingresos mensuales promedio entre L. 15,000.00 a L. 20,000.00 con tendencia ascendente lo que permitirá con un flujo de efectivo positivo combinado a los ingresos obtenidos en la rama de contabilidad permitirá colocar una equidad entre los gastos de alquiler y servicios públicos de un 50% lo más pronto posible.

7. Compra de conjunto de laptop por medio de Diunsa, tienda online

<https://www.diunsa.hn/laptop-dell-14--core-i3-10ma-generacion/P>

8. Compra de impresora por medio de Lady Lee tienda online

https://ladylee.net/products/impresora-hp-smart-tank-415-wifi?_pos=4&_sid=ff58da544&_ss=r

9. Compra de fundas para laptop por medio de Jestereo tienda online

<https://www.jetstereo.com/funda-targus-con-agarradera-14-tss932>

10. Compra realizada al proveedor "Inversiones Olivera Cel. 8945-0957"

11. Compra de insumos de oficina al proveedor "Útiles de Honduras" por medio de tienda online

<https://utilesdehonduras.com/>

12. Capacitaciones en Infop o la Cámara de Comercio, con duración de 2 semanas.

13. Contratación de servicios de "María José David Tel. 3170-1725", profesional independiente experto en el área de Marketing digital.

14. Pauta publicitaria Facebook por una semana de duración, especificando un público sin división de género por personas con edades de 30 a 60 años, en la ciudad de Tegucigalpa.

6.6 Concordancia de los segmentos de la tesis con la propuesta

Tabla 28. Concordancia metodológica.

Capítulo I			Capítulo II	Capítulo III			Capítulo V	Capítulo VI	
Título investigación	Objetivo general	Objetivos específicos	Teorías	Variables	Población	Técnicas	Conclusiones	Nombre propuesta	Objetivos de la propuesta
Propuesta de diversificación de los servicios a la empresa consultorio Contable M&M	Determinar mediante un estudio de mercado, técnico y financiero o la viabilidad de diversificar los servicios para mejorar la rentabilidad de la empresa	1. Determinar la demanda del servicio de auditoría que permita la diversificación de la oferta de la empresa Consultorio Contable M&M.	Marco legal del mercado de firmas auditoras	Estudio de mercado	53 ONG en la ciudad de Tegucigalpa	Encuesta	1. En el estudio se logró determinar la demanda insatisfecha, preferencias de elección, precios de mercado y frecuencia con que se requieren los servicios de auditoría externa.	Estudio de pre factibilidad para la diversificación de los servicios de la empresa Consultorio Contable M&M	Ratificar la necesidad de una demanda insatisfecha de servicios en el área de auditorías y exponer estrategias para captación de mercado.
		2. Definir los requerimientos técnicos necesarios para la diversificación de los servicios de auditoría en la empresa Consultorio Contable M&M		Estudio técnico			2. Mediante la evaluación de los activos se pudo conocer la inversión necesaria para poner en marcha el proyecto que ascienden a L. 95,565.00		Determinar las áreas de implementación en un plan de fortalecimiento de capacidades y desarrollo organizacional
		3. Determinar el nivel de rentabilidad de la diversificación de los servicios de auditoría en la empresa Consultorio Contable M&M	Evaluación de proyectos	Estudio financiero			3. De acuerdo al estudio financiero la apertura del servicio de auditoría es viable y generara rendimientos positivos. Un nivel de rentabilidad		Detallar estrategias a utilizar y presentar a los inversionistas un análisis de información recolectada en términos de resultados, obtenidos a través de cada área de estudio.

						en operación entre un 19% AL 28% y con una VPN de L. 278032.35 y una TIR de 93%		
--	--	--	--	--	--	--	--	--

Fuente: Propia

BIBLIOGRAFÍA

1. Alvin Arens, & Elder, R. (2017). *Auditoría un enfoque integral* (décimo primera edición). Pearson
2. “Aportes Sobre El Financiamiento Del Desarrollo Rural Con Enfoque Territorial En América Latina - ProQuest.” Accessed August 22, 2021.
<https://www.proquest.com/docview/1782245165/C29C96A92A8C4B04PQ/20?accountid=35325>
3. Blanco, C. (2012). Encuesta y estadística: métodos de investigación cuantitativa en ciencias sociales y comunicación. Editorial Brujas.
<https://elibro.net/es/ereader/unitech/78080?page=75>
4. Blanco, Cecilia. Encuesta y Estadística: Métodos de Investigación Cuantitativa En Ciencias Sociales y Comunicación. Córdoba, Argentina: Editorial Brujas, 2017.
5. Boero, Carlos. Evaluación de proyectos, 2020.
<https://elibro.net/ereader/elibrodemo/172500>.
6. Camacho Castellanos, Juan Carlos. Marketing de servicios. S.L.: Eumed.net, 2011.
<http://site.ebrary.com/id/10576900>.
7. Comisión nacional bancos y seguros. (2011). *Normas para el registro y contratación del trabajo de auditores externo*.
8. Comisión nacional bancos y seguros. (s. f.). *Circular CNBS No.075/2011*. 2011.
9. Córdoba Padilla, Marcial. Análisis financiero, 2017.
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&scope=site&db=nlebk&db=nlabk>

[&AN=1516179.](#)

10. Droznes, L. (2005). Manual para un plan de negocios. Unitexto.
<https://elibro.net/es/ereader/unitechn/35155?page=1>
11. Fajardo, W., & Barrios, K. (2019). *Estudio de pre factibilidad para la creación de una firma de contadores en la ciudad de Bluefields, Nicaragua 2019.*
12. Juarez, J. (2016). *Oferta técnica de auditoría «Juarez Group » Tegucigalpa.*
13. Maribel, P. (2019). *Introducción a la auditoría* (1ra edición). Universidad Católica de los ángeles.
14. López Casarín, Javier, and Alfonso Romo Garza. *Innovación: una actitud*. México: Fundación Reinventando a México, 2018.
15. Pimienta Prieto, J. y Arturo de la Orden Hoz. *Metodología de la investigación* (3a. ed.). México D.F: Pearson Educación, 2017. p.
<https://elibro.net/es/ereader/unitechn/38078?page=1>
16. Salinas Sánchez, José Manuel, Javier Gándara Martínez, Araceli Alonso Sánchez, and Unai Diago Santamaría. *Empresa e iniciativa emprendedora*. Aravaca, Madrid: McGraw-Hill/Interamericana de España, 2013.
<https://elibro.net/ereader/elibrodemo/50216>.
17. Sampieri, R. (2018). *Metodología de la investigación* (8va edición). Mc graw hill.
18. Sapag Chain, Nassir. *Proyectos de inversión*. Distrito Federal: Pearson Educación, 2011.
<https://public.ebookcentral.proquest.com/choice/publicfullrecord.aspx?p=4760779>.
19. “Unitechn - Evaluación de Proyectos.” Accessed August 22, 2021.
<https://elibro.net/es/lc/unitechn/titulos/172500>.
20. “Unitechn - Análisis de Pre factibilidad Económica de Una Fábrica de Envases de Madera en Santiago Del Estero.” Accessed August 4, 2021.
<https://elibro.net/es/lc/unitechn/titulos/9873>.
21. Rosendo Ríos, V. (2018). *Investigación de mercados. Aplicación al marketing estratégico empresarial*. ESIC.

ANEXOS

Anexo 1 “Requerimientos sociedad de responsabilidad limitada”

- a. Mayor de edad y en pleno goce de sus derechos civiles.
- b. Capital mínimo de L. 5,000.00 en dinero únicamente y ser exhibido al notario.
- c. Contar con un máximo de 25 socios. Ahora conforme a la “ley de generación de empleo y fomento a la iniciativa empresarial” en su art. 5 estipula la figura de “sociedad unipersonal”, la cual consiste en que una sola persona puede formar una sociedad.
- d. Estará conformado por el nombre de los socios, así como el giro principal de la empresa seguido de las palabras “S de R.L.”.
- e. Contrato de sociedad de responsabilidad limitada.
- f. Pagar el monto de L. 200.00 en concepto de derechos registrales con el recibo oficial de pago SAR-252 y obtener el registro tributario nacional (RTN).

Anexo 2. “Requisitos de inscripción en la RAE”.

- Estar constituido como sociedad mercantil y que tenga como actividad principal la prestación de servicios de auditoría externa; para la certificación de estados financieros de las instituciones supervisada.
- El capital de la Sociedad Mercantil deberá pertenecer por lo menos al 51% de profesionales

de la Contaduría Pública y que se encuentren facultadas a desempeñar funciones de auditoría de estados financieros.

- Contar con profesionales colegiados y calificados para dirigir auditoría de estados financieros y suscribir los informes respectivos, con sólidos conocimientos de su negocio, y del marco legal vigente que rige a las instituciones supervisadas por la Comisión

- Los socios, directores, administradores, representantes legales de la Firma y las personas habilitadas para dirigir auditorías o suscribir informes no deberán tener vinculación directa o a través de terceros en la propiedad o gestión de las instituciones supervisadas por la Comisión u otras empresas auditadas

- Los socios, directores, administradores, representantes legales y personas encargadas de dirigir y ejecutar auditorías o suscribir informes, deberán ser personas idóneas, de reconocida solvencia y honorabilidad que observen rigurosamente los principios éticos de su profesión. Como evidencia de ello deberán cumplir con los siguiente:

- No haber sido condenado por delitos que impliquen dolo o delitos financieros;

- Que no hayan sido declarado en quiebra, o se trate de fallidos no rehabilitados, o hayan sido condenados por delitos contra la propiedad vinculados a la ejecución de los servicios de auditoría.

- Que no se encuentre en alguna circunstancia que afecte su solvencia; siempre y cuando esto afecte la prestación de los servicios de auditoría.

- Que la sociedad, los socios, directores, administradores, representantes legales y personas encargados de dirigir y ejecutar auditorías o suscribir informes, no sea deudores directos o indirectos en la institución supervisada por la CNBS, (Categoría III, IV y V); de acuerdo con las Normas de Evaluación y Clasificación de la Cartera Crediticia.

- Que no hayan sido suspendidos o inhabilitados para ejercer la profesión;
- Que no sean funcionarios y empleados de instituciones supervisadas;
- Que no sean funcionarios o empleados de la Comisión.

Tramites a realizar para la inscripción en la RAE:

- a. Fotocopia RTN de socios, directores, administradores y personas facultadas para dirigir una auditoría.
- b. Constancia de suscripción del colegio de contadores públicos universitarios en contaduría pública de socios, directores, administradores y personas facultadas para dirigir una auditoría.
- c. Copia de escritura pública de la sociedad.
- d. Dirección de las oficinas, teléfono, correo electrónico.
- e. Información sobre la capacidad financiera de la firma.
- f. CV de los socios, directores, administradores y personas facultadas para dirigir una auditoría.
- g. Descripción de la organización en cuanto a (Reseña histórica, Estructura y perfil de puestos, estructura propiedad del capital, detalle de socios, directores y administradores, Detalle de equipo de oficina y del sistema de procesamiento de datos, descripción del sistema de evaluación de control de la calidad sobre las auditorías efectuadas.
- h. Declaración jurada sobre juramentación.

Anexo 3. “Contrato de servicios profesionales de auditoría externa”.

Nosotros, **“Nombre de la empresa”**, mayor de edad, hondureño, **“nombre gerente”**, portador de la identidad número-----, en mi condición de Gerente General de la **“nombre de la empresa”**, con facultades

otorgadas en Testimonio de Escritura Pública, número ----- quien en adelante se denominara “**sub nombre cliente**” y “**Nombre del auditor**” mayor de edad, casado, Licenciado en Contaduría Pública, hondureño y del domicilio de la ciudad de Tegucigalpa MDC, con tarjeta de identidad número cero ocho cero uno guion uno nueve cinco uno guion cero uno nueve uno cuatro (**#DNI**) quien actúa en carácter de representante legal de la firma **Consultorio Contable M&M S de RL**, como se acredita en poder general según testimonio de escritura pública No -- de fecha ----, No. ----, tomo -- del registro de la propiedad de Tegucigalpa y No. -- tomo ---, del registro de comerciantes sociales de Tegucigalpa, otorgado por el notario público “**Nombre notario**”, con de carnet del Colegio de Abogados de Honduras No. ----, con poder amplio y suficiente en cuanto a derecho fuere necesario y requerido para que represente a la Sociedad ante Terceros, quien para efectos de este contrato se denominará “**la Firma**” hemos convenido en celebrar como en efecto celebramos, el presente contrato de prestación de servicios profesionales de auditoría externa, sujeto a los términos y condiciones contenidas en las cláusulas siguientes: **CLÁUSULA PRIMERA:**

DECLARATORIA: **La Firma** declara conocer y aceptar lo establecido en el acuerdo No. 002/15-12-2016, publicado en la Gaceta del 31 de mayo de 2017, relativo a la normativa para la contratación y registro de Auditores Externos y que llenó los requisitos que se establecen en los artículos 5.-, para su inscripción en el Registro de Auditores Externos del CONSUCOP (REAC), artículo 6.- en el que se enumeran la información que se acompañó al expediente de solicitud para su inscripción, lo mismo que haberse sometido a la evaluación y clasificación en base a los criterios, factores y lineamientos tipificados en la metodología interna del RAEC, de conformidad con lo establecido en el Anexo 1 del artículo No. 7, de la normativa mencionada en esta CLÁUSULA, confirmando que el procedimiento para la selección y contratación de Firms Auditoras Externas emitido por “**sub nombre cliente**”, se enmarca en todo su contexto en la norma supra referida **-CLÁUSULA SEGUNDA: ALCANCE GENERAL DEL TRABAJO DE AUDITORÍA-** 1- Revisión de los registros Contables y verificación de la documentación que respaldan las cifras de las operaciones registradas durante el periodo a examinar de las diferentes cuentas de los

estados financieros de “**sub nombre cliente**”; lo mismo que las pruebas supletorias necesarias, para establecer la adecuada aplicación de las Normas Internacionales de Auditoría (NIA’s), emitidas por la Federación Internacional de Contadores (IFAC) y la Normativa prudencial vigente establecida por CONSUCOOP, en el marco de la ley de cooperativas y su reglamento. 2- La auditoría estará basada dentro de los lineamientos enmarcados en la propuesta técnica y económica de servicios profesionales presentada por **La Firma** el “**fecha de contrato**”, la cual forma parte del presente contrato para aquellos aspectos que no se incluyeron en este contrato y tendrá la misma validez contractual para efectos legales correspondientes.

CLÁUSULA TERCERA: OBJETO DEL CONTRATO: 1- Obtener de **La Firma** la opinión independiente de los estados financieros de “**sub nombre cliente**”. Estableciendo si presentan razonablemente, en todos los aspectos materiales la posición financiera de “**sub nombre cliente**”, los que incluyen: estado de situación financiera, estado de ingresos, gastos y excedentes, de cambios en el patrimonio y flujo de efectivo, por el año que terminará el “**fecha según contrato**” y un resumen de políticas contables y otras notas explicativas que les son inherentes, la auditoría financiera debe incluir los estados financieros para propósitos generales tomados en conjunto. 2 –Obtener de **La Firma** un informe con respecto a la eficiencia de la estructura de control interno, evaluar el riesgo de control e identificar condiciones reportables, incluyendo deficiencias materiales de la estructura de control interno, pero no con el propósito de expresar una opinión sobre la efectividad de los controles internos de “**sub nombre cliente**”, en una sección específica de este informe de la estructura de control interno se presentarán las observaciones sobre la evaluación del sistema tecnológico de información, practicado para propósito de la auditoría de estados financieros, el cual será firmado por el socio encargado de la auditoría y deberá contener como mínimo lo que se indica en el artículo 16 numeral 5 de la normativa supra mencionada. **CLÁUSULA CUARTA: DE LA**

RESPONSABILIDAD Y COMPROMISO DE LA ADMINISTRACIÓN: 1- La responsabilidad por la preparación de los estados financieros incluyendo la adecuada revelación, corresponde a la administración de “**sub nombre cliente**”. Esto incluye el mantenimiento de los registros contables actualizados y los controles

internos adecuados, selección, aplicación y cumplimiento de políticas y lineamientos contables, y la salvaguarda de los activos de la entidad. 2- Cooperación total del personal involucrado cerciorándose que se ponga a disposición de **La Firma** todos los registros, documentación y otra información que se requiera en relación con la auditoría.- **CLÁUSULA QUINTA: DE LA PLANIFICACIÓN DE LA AUDITORÍA:** **La Firma:** 1-

planificará el trabajo de revisión para establecer aspectos clave que pudieran redundar en beneficio de la ejecución del trabajo (disminución del riesgo). 2- Informará si en el transcurso de la auditoría establece evidencia suficiente relativa a que la auditoría pudiera expresar una opinión inapropiada si los estados financieros estén representados en una forma errónea de importancia relativa o si los registros y documentación son inapropiados y no permiten una revisión que fundamente la razonabilidad de las cifras y presentación de los estados financieros. 3- Iniciará el trabajo de auditoría de acuerdo al programa que se presentará a **“sub nombre cliente”**, como parte de la planeación, la cual se hará en dos etapas así:

Primera etapa: Para Confirmación de saldos **“fecha”** de cuentas y documentos por cobrar; Depósitos de Ahorro, b- la Confirmación de saldos de bancos y otras disponibilidades, se efectuará con saldos a la **“fecha”**. **Segunda etapa:** visita de campo final para revisar los saldos de los estados financieros al **“fecha”**, se efectuará de acuerdo a la CLÁUSULA NOVENA, numeral 1) del presente contrato. 4- Coordinará aspectos concernientes al involucramiento de personal de **“sub nombre cliente”**, 5- Informará oportunamente cualquier restricción de la responsabilidad de **La Firma**, si existe esta posibilidad. 6- Sostendrá reuniones con la Administración, sobre todo al inicio y cierre de la auditoría. 7- **“sub nombre cliente”**, deberá facilitar a solicitud de **La Firma** la Documentación e información administrativa y financiera que le sea requerida para el proceso de planificación, esto previo al inicio de la revisión de auditoría.

CLÁUSULA SÉXTA: DE LA EJECUCIÓN DE LA AUDITORÍA: 1- En esta fase se documentará la revisión en papeles de trabajo estructurados por rubro de los estados financieros, de acuerdo a las políticas y procedimientos de **La Firma**, en el marco de las Normas Internacionales de Auditoría (NIA's), emitidas por la Federación Internacional de Contadores (IFAC) y la Normativa prudencial vigente establecida por el CONSUCOOP, en

el marco de la ley de cooperativas y su reglamento. 2- Se determinará si “**sub nombre cliente**”, ha tomado acciones correctivas oportunas sobre recomendaciones de informes de auditorías previas. 3- Si derivado de la auditoría se establecen ajustes o reclasificaciones que modifiquen los estados financieros estos serán presentados por **La Firma** y aprobados por “**sub nombre cliente**”, para que sean registrados en sus libros Contables al “fecha”. -**CLÁUSULA SEPTIMA: DE LOS INFORMES Y SU CONTENIDO:** los informes a presentar serán los siguientes 1- Opinión independiente de los estados financieros de “**sub nombre cliente**”. Estableciendo si presentan razonablemente, en todos los aspectos materiales la posición financiera de “**sub nombre cliente**”, los que incluyen: estado de situación financiera, estado de ingresos, gastos y excedentes, de cambios en el patrimonio y flujo de efectivo, por el año que terminará el “**fecha**” y un resumen de políticas contables y otras notas explicativas que les son inherentes, la auditoría financiera debe incluir los estados financieros para propósitos generales tomados en conjunto. 2 – Informe con respecto a la eficiencia de la estructura de control interno, evaluar el riesgo de control e identificar condiciones reportables, incluyendo deficiencias materiales de la estructura de control interno, pero no con el propósito de expresar una opinión sobre la efectividad de los controles internos de “**sub nombre cliente**”, en una sección específica de este informe de la estructura de control interno se presentarán las observaciones sobre la evaluación del sistema tecnológico de información, practicado para propósito de la auditoría de estados financieros, el cual será firmado por el socio encargado de la auditoría y deberá contener como mínimo lo que se indica en el artículo 16 numeral 5 de la normativa supra mencionada en este contrato **CLÁUSULA OCTAVA: VALOR DEL CONTRATO, FORMA DE PAGO Y REEMBOLSO DE HOSPEDAJE Y ALIMENTACION:** La “**sub nombre cliente**”, pagará a **La Firma** por los servicios profesionales. Objeto de este contrato la cantidad de “**cifra numérica**”. (**cifra en letras con centavos 0/100**), detallados así: Honorarios, L (---)., más impuesto sobre ventas L. (---). Total a facturar L. (---)., más reembolso de gastos de transporte L (---)., y serán pagados por “**sub nombre cliente**”, de conformidad a la siguiente programación de anticipos: (%) a la firma del contrato, (%) al inicio el trabajo de campo (%) contra entrega del informe definitivo, en lo referente al

hospedaje y alimentación, este valor será reembolsado por la “**sub nombre cliente**”, mediante liquidación semanal de cuenta de gastos con sus respectivos comprobantes originales de respaldo. **CLÁUSULA**

NOVENA: PERIODO DE DURACIÓN DE LA AUDITORÍA: 1- El presente contrato entrará en vigencia a partir de su firma y terminará (**fecha**), la labor de campo iniciará una semana después de entregada la información que se solicitará, referente a los datos y cifras de los estados financieros al (**fecha**), la cual debe ser entregada correctamente en tiempo y forma en un máximo de 15 días calendario a partir de su solicitud, la entrega de la información que se menciona en esta CLÁUSULA será confirmado por escrito por parte de **La Firma**. 2-El plazo del presente contrato podrá prorrogarse por un máximo de 15 días si se presentan situaciones fortuitas demostrables no imputables a ninguna de las partes contratantes, si la causa es imputable a “**sub nombre cliente**”, como ser: retraso en la presentación de la información y/o documentación, como ser: información o documentación dudosa, incompleta o incorrecta, registros documentados de manera anómala o no documentados, **La Firma** lo informará por escrito a la Administración de “**sub nombre cliente**”, inmediatamente de conocido el hecho, para que se subsane la situación de manera completa y correcta en un plazo no mayor a tres (3) días, tiempo que se compensará prolongándolo en la duración del contrato, no teniéndose por este hecho que elaborar un adendum, en todo caso si no se hacen las subsanaciones de manera satisfactoria en tiempo y forma, y estas son por montos relevantes, **La Firma** hará acopio de su criterio para la decisión de calificar la opinión, si esto hace peligrar la sustentación de la opinión, o la emisión oportuna de los informes, lo cual notificará a la Administración de la “**sub nombre cliente**”. **CLÁUSULA DECIMA:**

RESCISIÓN POR INCUMPLIMIENTO: En caso de incumplimiento total o parcial por parte de **La Firma** de las CLÁUSULAS contenidas en este contrato, la “**sub nombre cliente**” queda facultada para suspender el pago de los honorarios, sin embargo, notificará por escrito a **La Firma** la causal del incumplimiento, fijándose un plazo perentorio de tres (3) días para que se solucione o corrija. Si transcurrido ese plazo **La Firma** no hubiere solucionado o corregido la causal del incumplimiento, la “**sub nombre cliente**” pondrá término anticipado al contrato, procediéndose a su liquidación de acuerdo a lo estipulado. Son causas para dar por terminado el

presente contrato: a) Por mutuo acuerdo entre las partes, b) por incumplimiento de cualquier obligación asumida por ambas partes y establecida en el contrato, c) por haber llegado a su vencimiento, habiéndose cumplido y ejecutado las prestaciones a las que ambas partes se encontraban obligados.- **CLÁUSULA DECIMA**

PRIMERA: SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS: En este contrato, su redacción, significado, interpretación y la relación creada entre las partes contratantes y en atención a que no se pueden prever en el mismo todos los hechos que pueden sucederse durante su vigencia; “**sub nombre cliente**” y **La Firma** acuerdan actuar de buena fe y con equidad sin menoscabo de sus intereses y que cualquier controversia sea resuelta de forma amigable y oportuna, mediante cruce de notas entre las partes, no obstante, de no lograr ningún acuerdo mediante este procedimiento, las controversias que llegaren a presentarse serán sometidas a lo que señalen las leyes, la jurisdicción y la competencia de los tribunales de la república de Honduras ante el juzgado de letras seccional de Tegucigalpa, departamento de Francisco Morazán.- **CLÁUSULA DECIMO SEGUNDA:**

MODIFICACIÓN DEL CONTRATO: Toda modificación del presente contrato deberá ser debidamente fundamentada y procederá de común acuerdo por las partes cuando concurren circunstancias imprevistas al momento de la contratación o necesidades, la decisión adoptada requerirá, en todo caso de la suscripción por ambas partes de un adendum, excepto lo indicado en la CLÁUSULA novena, numeral 2- de este contrato, relativa al retraso en la entrega de documentación o información, lo mismo que registros documentados de

manera anómala o no documentados - **CLÁUSULA DECIMO TERCERA: CONFIDENCIALIDAD:** Las partes contratantes acuerdan guardar, en forma recíproca y permanente, secreto profesional y confidencialidad absoluta respecto de toda la información que resultare de la ejecución del presente contrato. “**sub nombre cliente**” y **La Firma** se obligan a no transferir a nadie que no sean las partes contratantes, información, dictámenes y demás documentos o elementos que surjan de la implementación del presente contrato.-

CLÁUSULA DECIMO CUARTA: LIMITACIÓN DE RESPONSABILIDAD: La limitación de **La Firma** con respecto de cualquier pérdida, reclamo, daño u obligación que se pueda contraer en relación con este servicio, producto, o declaraciones orales y/o escritas y cualquier otra comunicación relacionada con el presente contrato, estará

limitada al monto de los honorarios profesionales recibidos por la porción del servicio de auditoría que hizo surgir la responsabilidad y no incluirá indemnización alguna por daños o pérdidas, especiales, incidentales o de cualquier otro tipo (incluidas pérdidas de ganancias, ahorros u oportunidades de negocio). Los anteriores términos aplicarán siempre que no sean contrarios a la ley aplicable, independientemente de los motivos y la naturaleza del reclamo (incluyendo reclamos por cualquier forma de omisión por parte de **La Firma**, incluyendo reclamos basados en contrato, responsabilidad directa, responsabilidad civil, extra contractual o no, o de cualquier otro tipo) y de si **La Firma** fue advertida o no de la posibilidad que se causaran daños o perdidas.- **CLÁUSULA DECIMO SEXTA: ACEPTACIÓN DEL PRESENTE CONTRATO:** Ambas partes declaran y manifiestan estar de acuerdo en cada una de las cláusulas del presente contrato, y aceptan el contenido de todas y cada una de ellas que integran el presente contrato y en fe de lo cual firmamos en la ciudad de Tegucigalpa MDC., Departamento de Francisco Morazán, a los 15 días del mes de octubre del año 2020.

Anexo 4. “Faltas de auditoría”

Faltas leves:

- a. No cumplir con los requerimientos en cuanto al contenido de contrato de auditoría (CNBS, artículo 12 circular 075/2011)
- b. Prestar servicio de auditoría cuando estos son incompatibles (CNBS, artículo 14 circular 075/2011).
- c. Mal manejo de los papeles de trabajo que dificultan su cotejo.

Estas faltas se verán remendadas por amonestación escrita sin publicación.

Faltas graves:

- a. No mantener reservas de información.
- b. Cometer tres faltas leves en dos años.
- c. Incumplir con algunos requerimientos de inscripción (CNBS, artículo 5, circular

012/2011).

d. Emitir dictámenes cuando el trabajo es incompatible con el cliente (CNBS, artículo 12 circular 012/2011).

Estas faltas se verán remendadas por la reclasificación a la categoría más baja inferior.

Anexo 5 “Instrumentos aplicados para la recopilación de información”.

Necesidades de servicio de auditorías

1. ¿Favor indique el nombre de la organización que representa?

2. Seleccione el enfoque que abarca. Puede marcar varias opciones.

- De Caridad (en apoyar grupos de desarrollo)
- Participativas (en plantear proyecto de ayuda en las comunidades)
- Servicios (en apoyar los servicios de salud, educación, etc.)
- Defensa (apoyan los grupos a fomentar empoderamiento social y político)

3. ¿Cantidad de empleados y colaboradores con que cuenta la organización?

- De 1 a 20 empleados
- De 21 a 50 empleados
- De 51 a 100 empleados
- De 100 a 200 empleados
- De 201 a 300 empleados
- Más de 300 empleado

4. ¿Puesto que desempeña?

5. ¿En la actualidad, cuenta con un área de auditoría o auditor interno en la organización?

- Sí
- No

6. ¿En la planeación del presupuesto, dejan una línea para realizar auditorías?

- Sí
- No

7. ¿Cuántas auditorías requieren al año? Favor considere todos los proyectos.

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

8. ¿Al requerir una evaluación externa de auditoría, cómo se asesora?

- Firmas auditoras
- Auditores independientes

9. ¿Los requerimientos o necesidades en el tema de auditoría, son abiertos al público o cuentan con una lista corta de proveedores o prerregistrados?

- Público
- Lista corta, proveedores prerregistrados

10. ¿Qué tipos de servicios estaría interesado en contratar?

- Auditoría financiera
- Auditoría fiscal (declaración de impuestos, exoneraciones y declaraciones, y certificaciones en el SAR
- Auditorías de fondos especiales de donantes extranjeros o fondos de gobierno, previo a cierre de proyectos.

11. ¿En una escala de 1 a 5, qué es lo más importante para la Organización al considerar un proveedor en servicios de auditoría? (1 menos importante, 5 más importante)

- Precio
- Experiencia
- Reconocido en el rubro (aval de una firma internacional)
- CV de auditores
- Confidencialidad

12. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por año fiscal auditado?

- Menos de L 80,000.00
- De L 81,000.00 a L 100,000.00
- De L 101,000.00 a L150,000.00

Anexo 6 “Entrevista”

Generalidades, Proceso y Fin de la entrevista.

En este proceso de recopilación de información se ha identificado varios expertos que se desenvuelven en este medio su opinión será valiosa y se espera que contribuya a la preparación de un panorama claro en cuanto a la necesidad de las ONG, sobre los servicios de auditoría.

Este tipo de entrevista se vuelve flexible para permitir un mejor desenvolvimiento de la persona seleccionada, en el inicio se creará una pauta a seguir enfatizada a recabar información que se considera importante para el desarrollo del análisis. En este punto se consultará al entrevistado si está de acuerdo en permitir la grabación de esta.

En el proceso de selección de los entrevistados, se toma en cuenta las siguientes características:

- Análisis del perfil, trayectoria, experiencia
- Opinión en base a experiencia, evidencia etc.
- Desarrollo y participación en el sector ONG.

La información obtenida será analizada de forma agregada esto permitirá hacer un comparativo entre todas las opiniones de los entrevistados.

Entrevista a Experto

Tema: Estudio de diversificación de los servicios de la empresa consultorio contable M&M

Nombre de entrevistado: _____ **Fecha** _____

Formación profesional:

Años de experiencia

Organización a la que pertenece:

-
1. ¿Nos puede brindar en su opinión qué relación existe entre las ONG y las auditorías?
 2. ¿Como influyen las auditorías en las operaciones de la ONG, existe mejoras en sus procesos o nuevas prácticas?
 3. ¿Porque considera importante estos procesos en las organizaciones no gubernamentales?
 4. ¿En la organización a la cual usted pertenece que tipo de empresas contratan?
 5. ¿De manera breve como realizan la búsqueda de un proveedor para realizar estos procesos de auditorías?
 6. ¿Cuál es la normativa existente o requerimientos de parte de los donantes el estado etc. en realizar estos procesos de revisión?
 7. ¿Con que periodicidad en la organización que usted representa llevan a cabo este tipo proceso?
 8. ¿Su opinión en cuanto a la prioridad que dan las organizaciones en incluir en sus presupuestos este tipo de procesos de revisión?
 9. ¿Desde su punto de vista bríndenos su opinión sobre la oferta y demanda de las ONG en Honduras si aparecen más organizaciones y si dispondrán de más recursos?
 10. ¿La necesidad de auditoría las prefiere que sean individualizadas por proyectos o de manera general de toda la organización?

Anexo 7. “Contenido de una propuesta técnicas”.

El objetivo de una propuesta técnica de auditoría es la de darle motivos al cliente para seleccionarnos como auditores e incluye entre otros aspectos lo siguiente:

- Portada con el nombre del cliente seguido de una carta introductoria.
- Antecedentes del cliente.
- Objetivo principal y específicos de la auditoría.
- Aspectos a considerar como ser (revisión de leyes y normas, contratos, manual contable, flujogramas de procesos, presupuestos, gestión.

- Alcance de la auditoría.

Mencionando que debe realizarse según las NIA o en su caso las normas aplicables a su caso y demás disposiciones legales aplicables, revisión del control interno, seguimiento a recomendaciones de auditorías previas, revisión por áreas y describir a detalle los exámenes que se realizaran a los diferentes renglones de cuentas en los estados financieros y la opinión final.

- Entregables
- Mención del plazo de ejecución de la auditoría
- Descripción de la firma y sus valores
- Mención del plan de auditoría y su desarrollo
- Control de calidad de servicios ofrecidos
- Equipo propuesto, organigrama y funciones de cada individuo miembro
- Cronograma de actividades
- Anexos.

Anexo 8. "Cotizaciones de compra de mobiliario".

INVERSIONES OLIVERA
TU MEJOR OPCIÓN

▶ ESCRITORIOS



MATERIAL: LAMINA - MADERA
MEDIDAS: 1.50 X 1.50 X 0.60 MT.
LPS. 8,500.00

MATERIAL: LAMINA - TUBOS 1" - MADERA
MEDIDAS: 1.20 X 0.60 MT
LPS. 5,600.00

MATERIAL: LAMINA - MADERA
MEDIDAS: 1.20MT. X 0.60MT
LPS. 3,999.00

INVERSIONES OLIVERA
TU MEJOR OPCIÓN

▶ SILLA SEMI-EJECUTIVA



- ESPALDAR ELABORADO EN TELA MESH
- BRAZOS Y BASE CROMADA
- ELEVACION NEUMATICA

LPS. 2,075.00



Laptop DELL 14" Core i3 10ma Generación

Código de Producto:
1TC73

☆☆☆☆☆ [0 opiniones](#)

~~L 10,400.00~~ **L 13,990.00**

Últimas 5 unidades

- 1 +

Agregar al carrito

Cobertura TGU, SPS y Ceiba

Disponible en tienda



Preguntar por este producto

IMPRESORA HP SMART TANK 415 WIFI



DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Modelo: Z4B53A#AKY

- 1 + **L 5,995.00** ~~L 7,225.00~~

Añadir al carrito

Impresora multifuncional Ink Tank 415 de HP Imprima, copie, escanee, inalámbrica. Imprima fácilmente grandes volúmenes con un costo por página muy bajo y obtenga una impresión móvil sencilla con un sistema de tinta confiable sin derrames, podrá imprimir hasta 8000 páginas en color o 6000 en negro y producir calidad excepcional. Wi-Fi



Funda para Laptop 14" Targus Slipskin Negra

Fundas

Lleve su computadora portátil a mano o deslicela en otra bolsa con la funda de piel antideslizante de 14 ". Sus manijas se guardan adentro y hay un bolsillo frontal para guardar los periféricos.

SKU: TSS932

- ✓ Color - Black
- ✓ Tamaño - 14"

Ver disponibilidad en tiendas físicas

En Inventario

L. 595.00

BAC 12 O

12 Cuotas de **L 49.58**
+12 Cuotas BAC disponible solo en [jetstereo.com](#)

Cantidad: 1

Agregar a Carrito

Agregar a deseos

▶ ARCHIVO METALICO



- LÁMINA CALIBRE 24
- CORREDERAS DE EXTENSIÓN EMBALINADAS

**DIMENSIONES: FRENTE 45 CM
X FONDO 63 CM X ALTURA 132 CM.**

LPS. 5,400.00

Anexo 9 “Perfiles de puestos”

Características personales	Socio de auditoría
Objetivo del puesto	Dirigir proceso auditoría
Funciones	Acordar con clientes términos de trabajo, mantener actualizado al cliente, supervisar miembros, revisar papeles de trabajo, revisar estados financieros, aprobar plan de auditoría, evaluar evidencia de auditoría, evaluar conclusiones, cerrar auditoría con el cliente, evaluación del control de calidad.
Relaciones de trabajo	Cliente y gerente de auditoría
Genero	Indiferente
Nivel académico	Licenciatura contaduría publica
Experiencia profesional	5 - 10 años
Destrezas	Conocimientos amplios de auditoría Coordinar trabajo en equipo Capacidad negociación Manejo vehículo
Características personales	Proactivo Liderazgo Organizado Extrovertido

Características personales	Gerente de auditoría
Objetivo del puesto	Asignar trabajos y monitorearlos
Funciones	Asignar al equipo de auditoría, montar la ejecución, revisar y aprobar procedimientos, proveer orientación, contacto con clientes, supervisar preparación de informes, gestionar nuevos clientes
Relaciones de trabajo	Sénior, socio de auditoría y clientes
Genero	Indiferente
Nivel académico	Licenciatura contaduría publica
Experiencia profesional	3 - 5 años
Destrezas	Manejo Excel Coordinar trabajo en equipo Conocimientos de auditoría Manejo papeles de trabajo
Características personales	Proactivo Liderazgo Organizo Buena comunicación

Características personales	Auditor Sénior
Objetivo del puesto	Planificación, ejecución y finalización de auditoría
Funciones	Supervisar y asesorar asistentes, diseñar presupuesto, revisar papeles de trabajo y la evidencia suficiente, ejecutar procedimientos de auditoría en áreas complejas, identificar problemas y comunicar al gerente, asegurar cumplimiento de compromisos con cliente
Relaciones de trabajo	Asistente y gerente de auditoría
Genero	Indiferente
Nivel académico	Licenciatura contaduría publica
Experiencia profesional	2 - 5 años
Destrezas	Manejo Excel Coordinar trabajo en equipo Conocimientos de auditoría Manejo papeles de trabajo Capacidad de análisis
Características personales	Logro de objetivos Liderazgo Organización Buena comunicación

Características personales	Asistente de auditor
Objetivo del puesto	Manejo de papeles de trabajo y ejecución de pruebas
Funciones	Ejecutar procedimientos de auditoría, realizar ajustes recomendados por el sénior, comunicar hallazgos, ejecutar otras tareas, sugerir cambios, administrar tiempo presupuestado
Relaciones de trabajo	Sénior auditoría
Genero	Indiferente
Nivel académico	Licenciatura contaduría publica
Experiencia profesional	0 - 2 años
Destrezas	Manejo Excel Trabajo en equipo Conocimientos de auditoría Capacidad de análisis
características personales	Proactivo Ganas de aprender Organizado

Anexo 10. “Tabla de gastos por insumos de oficina”.

Insumo	Cantidad	P. unitario	Total
Perforadoras swingline 8cm	3	L 96.12	L 288.36
Tachuelas push pins 100	3	L 17.19	L 51.57
Grapas GalvR34 5M	10	L 156.17	L 1,561.70
Notas adhesivas 3x3	10	L 11.21	L 112.10
Organizador escritorio	3	L 269.39	L 808.17
Portafolios C/DEP T	5	L 39.68	L 198.40
Sobres con cordón	10	L 37.49	L 374.90
Engrapadora full rapid E14	5	L 164.88	L 824.40
Perforadora 3 AG 10H ngr	1	L 246.91	L 246.91
Hules oficina	5	L 21.56	L 107.80
Tijeras 21cm	5	L 34.10	L 170.50
Calculadora 12 dig solar	5	L 174.34	L 871.70
Sacagrapas office negro	5	L 14.32	L 71.60
Almohadilla para sellos	3	L 35.88	L 107.64
Clips metal	5	L 7.82	L 39.10
Libretas blancas	10	L 28.10	L 281.00
Gancho sujeta papel	10	L 11.04	L 110.40
Sobres manila 12x15.5	100	L 3.34	L 334.00
Sobres manila 5x11	100	L 1.55	L 155.00
Fastenes 7cm 50	5	L 64.06	L 320.30
Papel bond carta 500 scribe	3	L 87.52	L 262.56
Carpeta binder negro	5	L 68.14	L 340.70
masking tape 1 3m	5	L 64.34	L 321.70
Masking tape 2 3m	5	L 26.74	L 133.70
Tape transparente	4	L 29.10	L 116.40
Lápiz grafito 12pcz	5	L. 24.60	L. 123.00
Lápiz tinta 2pcz	10	L. 11.95	L. 119.50
Corrector	5	L. 9.66	L. 48.30
Zaca punta metálico	10	L. 12.30	L. 123.00
Borradores	8	L. 24.15	L. 193.20
Tinta impresora	3	L. 317.11	L. 951.33
Marcadores negros 4 pcz	4	L. 226.50	L. 906.00
Total			L 10,674.94