



**FACULTAD DE POSTGRADO**

**TESIS DE POSTGRADO**

**CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE  
AUDITORÍA FINANCIERA Y CONSULTORÍAS, PARA  
PEQUEÑAS, Y MEDIANAS EMPRESAS EN TEGUCIGALPA**

**SUSTENTADO POR:**

**HENRY CANTALICIO PAZ PORTILLO**

**MARVIN ALEXIS GARCÍA MEJÍA**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE**

**MÁSTER EN FINANZAS**

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

**FECHA ABRIL 2015**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA**

**UNITEC**

**FACULTAD DE POSTGRADO**

**AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

**RECTOR**

**LUIS ORLANDO ZELAYA MEDRANO**

**SECRETARIO GENERAL**

**RÓGER MARTÍNEZ**

**VICERRECTOR ACADÉMICO**

**MARLON ANTONIO BREVÉ REYES**

**DECANO DE LA FACULTAD DE POSTGRADO**

**CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE  
AUDITORÍA FINANCIERA Y CONSULTORÍAS, PARA  
PEQUEÑAS, Y MEDIANAS EMPRESAS EN TEGUCIGALPA**

**TRABAJO PRESENTADO EN CUMPLIMIENTO DE LOS  
REQUISITOS EXIGIDOS PARA OPTAR AL TÍTULO DE  
MÁSTER EN FINANZAS**

**ASESOR METODOLÓGICO  
JOSÉ TRÁNCITO MEJÍA**

**ASESOR TEMÁTICO  
OSCAR CARDONA HOWELL**

**MIEMBROS DE LA TERNA  
DIANA AGUILAR  
ALEJANDRO DÍAZ  
MARCO MARTÍNEZ**

## **DEDICATORIA**

Dedico esta tesis a Dios, por darme fuerzas, sabiduría y coraje para seguir adelante, que desde el inicio fue puesto en sus manos y que ahora es una meta más cumplida.

NUESTROS PADRES, por ser nuestra guía y ejemplo de perseverancia.

Henry Cantalicio Paz

Este trabajo se lo dedico en primer lugar a Dios por haberme dado la fortaleza y sabiduría para llegar al final de este logro profesional, a mis padres ya que siempre han sido un ejemplo en mi vida y el mayor apoyo, motivación y ayuda para lograr este objetivo profesional.

Marvin Alexis García

## **AGRADECIMIENTO**

A la Universidad Tecnológica Centroamericana por habernos dado la oportunidad de ingresar al sistema de Educación Superior y cumplir este gran logro.

A nuestro asesor metodológico, por brindarnos su apoyo incondicional en la elaboración de la tesis de graduación.

Nuestros amigos y familiares quienes de una u otra forma han colocado un granito de arena para el logro de este trabajo, agradecemos de forma sincera su valiosa colaboración.

## **CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE AUDITORÍA FINANCIERA Y CONSULTORÍAS, PARA PEQUEÑAS, Y MEDIANAS EMPRESAS EN TEGUCIGALPA**

**AUTOR:**

**Henry Paz**

**Marvin García**

### **RESUMEN**

En los últimos años los niveles de competencia en el mercado financiero han experimentado cambios significativos, y brindar servicios de evaluaciones financieras más precisas con las aportaciones que satisfagan las necesidades expectativas de los clientes, son las características o preocupaciones fundamentales para las firmas de auditoría que ofrecen servicios financieros. El propósito esencial de este trabajo fue determinar el grado de factibilidad, para poner en marcha una firma de auditoría en la ciudad de Tegucigalpa, Francisco Morazán. El objetivo principal fue determinar cuál es la demanda insatisfecha dentro de las empresas que conforman el mercado objetivo, realizar un estudio financiero que mida el grado de rentabilidad. Establecer un estudio técnico sobre el personal necesario para operar, su estructura organizacional, requerimientos legales para su creación. La viabilidad del estudio resultó factible para la creación del proyecto, ya que existe un mercado significativo para incursionar en este mercado, también basados en el análisis financiero su Tasa Interno de Retorno es superior al costo de su capital y Valor Actual Neto es mayor a su inversión y su recuperación sería en 3 años y un mes. Un proyecto de pre factibilidad no constituye una herramienta con predicción exacta al 100% este solo es un parámetro para que ayude a encaminar a una empresa al éxito.

**Palabras claves: Factibilidad, demanda insatisfecha, estudio financiero, rentabilidad, Tasa Interna de Retorno.**



## **CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE AUDITORÍA FINANCIERA Y CONSULTORÍAS, PARA PEQUEÑAS, Y MEDIANAS EMPRESAS EN TEGUCIGALPA**

**AUTHOR:**

**Henry Paz**

**Marvin García**

### **ABSTRACT**

The essential purpose of this study was to determine the degree of feasibility, to launch an audit firm in the city of Tegucigalpa, Francisco Morazán. The main objective was to determine the unmet demand within companies that make up the target market, make a financial study that measures the degree of profitability. Establish a technical study on the personnel necessary to operate, its organizational structure, legal requirements for its creation. The feasibility study was feasible to create the project, as there is a significant market inroads into this market, also based on financial analysis its internal rate of return exceeds the cost of capital and Net Present Value is greater than its investment and its recovery would be in three years and one month. A project prefeasibility not an accurate prediction tool with 100%, this is only one parameter to help guide a company to success.

**Keywords: Feasibility, unmet demand, financial analysis, profitability, internal rate of return.**



# ÍNDICE

<b>CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	1
<b>1.1 INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>1.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA</b> .....	2
<b>1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA</b> .....	3
<b>1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</b> .....	4
<b>1.5 OBJETIVOS DEL PROYECTO</b> .....	5
1.5.1 OBJETIVO GENERAL.....	5
1.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	6
<b>1.6 HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN Y VARIABLES DE ESTUDIO</b> .....	6
1.6.1 HIPÓTESIS.....	6
1.6.2 DECLARACIÓN DE LAS VARIABLES.....	7
1.6.3 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES .....	8
<b>1.7 JUSTIFICACIÓN</b> .....	8
<b>1.8 DELIMITACIÓN</b> .....	9
<b>CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO</b> .....	11
<b>2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL</b> .....	11
2.1.1 ANÁLISIS DEL MACRO- ENTORNO .....	11
2.1.2 ANÁLISIS DEL MICRO ENTORNO .....	15
2.1.3 ANÁLISIS INTERNO .....	17
<b>2.2 BASES TEÓRICAS</b> .....	18
2.2.1 AUDITORÍA .....	18
2.2.2 DEFINICIÓN DE MERCADO .....	19
2.2.3 DEMANDA .....	20
2.2.4 ASPECTOS TÉCNICOS.....	22
2.2.5 INDICADORES FINANCIEROS .....	23
2.2.6 REGULACIONES Y LEYES .....	25
2.2.7 COMPETENCIA .....	26
<b>2.3 CONCEPTUALIZACIÓN</b> .....	27
2.3.1 Auditoría .....	27
2.3.2 Una auditoría operacional .....	27
2.3.3 Auditoría de cumplimiento .....	28
2.3.4 Auditoría de los estados financieros .....	28
2.3.5 EL AUDITOR INTERNO .....	29

2.3.6	EL AUDITOR EXTERNO.....	29
2.3.7	FINALIDAD DE LOS ESTADOS FINANCIEROS .....	30
2.3.8	TIPOS DE SERVICIO DE CONSULTORIA .....	31
2.3.9	LA CONTABILIDAD .....	31
<b>2.4</b>	<b>MARCO LEGAL.....</b>	<b>32</b>
2.4.1.	CONSTITUCION DE UNA SOCIEDAD EN HONDURAS .....	32
2.4.2	CÓMO ESTABLECER UNA EMPRESA EN HONDURAS.....	32
<b>CAPÍTULO III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>		<b>35</b>
<b>3.1</b>	<b>CONGRUENCIA METODOLÓGICA .....</b>	<b>35</b>
3.1.1	DEFINICIÓN OPERACIONAL DE LAS VARIABLES.....	35
3.1.2	OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	36
<b>3.2</b>	<b>ENFOQUE Y ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN. ....</b>	<b>37</b>
3.2.1	ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN.....	37
<b>3.3</b>	<b>DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>37</b>
3.3.1	POBLACIÓN .....	38
3.3.2	MUESTRA .....	38
3.3.3	UNIDAD DE ANÁLISIS .....	40
3.3.4	UNIDAD DE RESPUESTA .....	40
<b>3.4</b>	<b>INSTRUMENTOS CUANTITATIVOS .....</b>	<b>40</b>
3.4.1.	CUESTIONARIO.....	40
3.4.2	INSTRUMENTOS CUALITATIVOS.....	40
3.4.3	ENTREVISTA.....	41
3.4.4	GRUPO FOCAL .....	41
<b>3.5</b>	<b>FUENTES DE INFORMACIÓN.....</b>	<b>42</b>
3.5.1	FUENTES PRIMARIAS.....	42
3.5.2	FUENTES SECUNDARIAS .....	42
<b>CAPÍTULO IV. RESULTADO Y ANÁLISIS .....</b>		<b>44</b>
<b>4.1</b>	<b>DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO.....</b>	<b>44</b>
<b>4.2</b>	<b>DEFINICIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO .....</b>	<b>44</b>
<b>4.3</b>	<b>ESTUDIO DE MERCADO .....</b>	<b>45</b>
4.3.1	ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA Y LA INDUSTRIA.....	45
4.3.2	ANALISIS FODA.....	48
4.3.3	ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTTER .....	49
4.3.4	ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR.....	50
4.3.5	ESTIMACIÓN DE TENDENCIAS DEL MERCADO .....	58
4.3.6	ESTRATEGIA DE MERCADOS Y VENTAS.....	61

<b>4.4</b>	<b>ESTUDIO DEL SERVICIO</b> .....	63
4.4.1	DISEÑO DEL NIVEL DE SERVICIO .....	63
4.4.2	DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS .....	66
4.4.3	PLANIFICACIÓN DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS .....	66
4.4.4	PLANIFICACIÓN ORGANIZACIONAL .....	68
<b>4.5</b>	<b>ESTUDIO FINANCIERO</b> .....	69
4.5.1	PLAN DE INVERSIÓN .....	69
4.5.2	PROYECCIÓN DE INGRESOS .....	71
4.5.3	PROYECCIÓN DE GASTOS .....	72
4.5.4	ESTADOS FINANCIEROS .....	73
4.5.5	SENSIBILIZACIÓN .....	77
4.5.6	ESCENARIOS .....	82
<b>CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....		85
<b>5.1</b>	<b>CONCLUSIONES</b> .....	85
<b>5.2</b>	<b>RECOMENDACIONES</b> .....	86
<b>APÍTULO VI. APLICABILIDAD</b> .....		87
<b>6.1</b>	<b>DIAGRAMA DEL CAPÍTULO</b> .....	87
<b>6.2</b>	<b>PLAN DE ACCIÓN</b> .....	87
<b>6.3</b>	<b>ANÁLISIS DE MERCADO</b> .....	88
6.3.1	OFERTA .....	89
6.3.2	NUEVOS COMPETIDORES .....	89
6.3.3	SERVICIOS SUSTITUTOS .....	89
6.3.4	CLIENTES .....	89
<b>6.4</b>	<b>ANÁLISIS DEL GRUPO FOCAL</b> .....	90
6.4.1	OBJETIVOS .....	90
6.4.2	INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN .....	91
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....		95
<b>ANEXOS</b> .....		97

## ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Figura 1. Años de aplicación y transición de NIIF .....	5
Figura 2. Variables de la investigación.....	7
<b>Tabla 3. Operación de las Variables .....</b>	<b>8</b>
<b>Tabla 4. Operacionalización de Variables .....</b>	<b>35</b>
<b>Tabla 5. Variables en factores Medibles .....</b>	<b>36</b>
<b>Tabla 6. Análisis FODA.....</b>	<b>48</b>
<b>Figura 7. Rubro de la empresa a cual pertenece del personal encuestado .....</b>	<b>51</b>
<b>Figura 8. Gráfica que muestra quiénes consideran importante recibir un servicio de auditoría financiera y quienes son indiferentes al servicio. ....</b>	<b>51</b>
<b>Figura 9. El nivel de servicios de auditoría requeridos de los encuestados. ....</b>	<b>52</b>
<b>Figura 10. Grafica determina el nivel de satisfacción de los clientes que recibieron el servicio.....</b>	<b>52</b>
<b>Figura 11. Razones de usuarios por las que no ha recibido servicios de auditoría.....</b>	<b>53</b>
<b>Figura 12. Requerimientos profesionales de los clientes al optar por un servicio de auditoría.....</b>	<b>54</b>
<b>Figura 13. Requisitos para contratar un servicio de auditoría.....</b>	<b>54</b>
<b>Figura 14. Esta variable nos indica el nivel de aceptación de los usuarios del servicio.....</b>	<b>55</b>
<b>Figura 15. Describe gráficamente el nivel de aceptación de un nuevo servicio.....</b>	<b>56</b>
<b>Figura 16. Muestra el porcentaje de usuarios que ha recibido servicios de consultoría .....</b>	<b>56</b>
<b>Figura 17. Muestra los tipos de servicios recibidos .....</b>	<b>56</b>
<b>Figura 18. Muestras el grado de aceptación por los representantes de las compañías que han recibido estos servicios.....</b>	<b>57</b>
<b>Figura 19. Refleja el nivel de aceptación en cuanto a beneficios de servicios de consultoría. ....</b>	<b>57</b>
<b>Tabla 20. Calculo de la demanda .....</b>	<b>59</b>
<b>Tabla 21. Calculo de la demanda que requiere servicios .....</b>	<b>60</b>
<b>Tabla 22. Detalle de personas que recibieron servicios de consultoría .....</b>	<b>60</b>
<b>Tabla 23. Demanda Insatisfecha.....</b>	<b>61</b>
<b>Tabla 25. Capacidad Máxima de Servicio .....</b>	<b>67</b>
<b>Tabla 26. Capacidad Mínimo de Servicio.....</b>	<b>67</b>
<b>Tabla 27. Capacidad Proyectada.....</b>	<b>67</b>
<b>Tabla 28. Mobiliario y Equipo de Oficina .....</b>	<b>69</b>
<b>Tabla 29. Equipo de Cómputo .....</b>	<b>70</b>
<b>Tabla 30. GASTOS PREOPERATIVOS.....</b>	<b>70</b>
<b>Tabla 31. Capital Trabajo.....</b>	<b>70</b>
<b>Tabla 32. Inversión Total .....</b>	<b>70</b>
<b>Tabla 33. Financiamiento.....</b>	<b>70</b>
<b>Tabla 34. Cantidad de Servicio por Año.....</b>	<b>71</b>
<b>Tabla 35. Precios de Servicios por Año.....</b>	<b>71</b>
<b>Tabla 36. Ingresos Proyectados .....</b>	<b>71</b>
<b>Tabla 37. Gastos Generales Proyectados.....</b>	<b>72</b>
<b>Tabla 38. Nómina.....</b>	<b>73</b>
<b>Tabla 39. Estado de Perdida y Ganancias Proyectado .....</b>	<b>74</b>
<b>Tabla 41. Estado de Situación Financiera Proyectado .....</b>	<b>76</b>
<b>Tabla 42. Flujos Netos Proyecto .....</b>	<b>76</b>

<b>Tabla 43. Flujos Netos Accionistas</b> .....	77
Figura 44. Definición de supuesto de Precio de Auditoria .....	78
Figura 45. Definición de supuesto de Precio de Contabilidad.....	79
Figura 46. Definición de supuesto de Probabilidad Cantidad De auditoria.....	79
Figura 47. Definición de supuesto de Probabilidad Cantidad de Contabilidad .....	79
Figura 48. Definición de supuesto de Probabilidad Tasa de Crecimiento .....	80
Figura 49. Definición de supuesto de Probabilidad Tasa de Inflación .....	80
Figura 50. Definición de supuesto de Probabilidad Gastos Operativos Generales.....	81
Figura 51. Sensibilización del Valor Presente Neto .....	81
Figura 52. Porcentajes de Sensibilidad de las Variables.....	82
<b>Tabla 51. Estado de Resultados Optimista</b> .....	82
<b>Tabla 52. Flujos Netos Optimista</b> .....	83
<b>Tabla 53. Estado de Resultados Pesimista</b> .....	83
<b>Tabla 54. Flujos Netos Pesimista</b> .....	84
Figura 55. Diagrama del Capítulo.....	87
Tabla 56. Plan de Acción.....	88
<b>Tabla 57. Congruencia Metodológica</b> .....	94

## **CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.1 INTRODUCCIÓN**

En un mundo globalizado donde las fronteras de naciones ya no es una barrera que limite los negocios, en el rubro de servicios de auditoría no es una excepción, las competencias a nivel profesional son cada vez mayores, por lo que es una obligación estar a la vanguardia de las necesidades que exige el mercado para poder competir y ofrecer productos de calidad. En Honduras existe múltiples empresas de auditoría financiera que prestan este servicio, para una diversidad de rubros y tamaños de empresas pero también existe un mercado potencial para poder ingresar a este escenario. El presente trabajo consiste en diseñar un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de servicios de auditoría financiera, y prestación de consultorías, para pequeñas y medianas empresas en Tegucigalpa.

Actualmente, existe una gama de firmas de auditorías registradas en la Comisión Nacional de Bancos y seguros (C.N.B.S.) categorizadas en diversas escalas de acuerdo a sus estructuras, capacidades de servicios, recursos profesionales y cartera de clientes. En este mercado amplio y competitivo, creemos que existen clientes potenciales, lo mismo que clientes insatisfechos por los servicios recibidos. Desde esta perspectiva, se analizará los resultados a estudiar, determinando si es factible crear una firma de auditoría (externa), brindando un servicio de calidad, seguridad, confianza, apoyo, de acuerdo con las exigencias competitivas del mercado actual. También orientando y asesorando a los clientes a mantenerse siempre en niveles de competencia y que logren sus metas, además incluyendo asesorías financieras, contabilidades, administración de compañías.

Se describirá cuáles serían los servicios que se ofrecerá a los potenciales clientes, ya sea pequeño y mediano, de diversos rubros en Tegucigalpa sin descartar en el resto del país. Los servicios apoyarán y generarán mejores herramientas para mejores tomas de decisiones, así lograr las eficiencias en sus mercados.

Cabe mencionar que los servicios a ofrecer serían de calidad para el cliente y a costos razonables y competitivos de acuerdo al mercado.

## 1.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

En los últimos años los niveles de competencia en el mercado financiero han experimentado cambios significativos, y brindar servicios de evaluaciones financieras más precisas con las aportaciones que satisfagan las necesidades expectativas de los clientes, son las características o preocupaciones fundamentales para las firmas de auditoría que ofrecen servicios financieros. Además, algunos clientes no tienen una orientación precisa de sus obligaciones referente a marcos, normas que cumplir ya sean financieras o fiscales, contables.

Con el paso del tiempo las empresas van evolucionando como una necesidad para poder competir en el mercado, por lo que los Socios y/o Gerentes de las compañías buscan solucionar sus problemas, contando con herramientas para hacer frente a sus operaciones, obligaciones a cumplir a nivel interno (de la compañía), obligaciones de ley y obligaciones de sus clientes, por lo que se requiere contar con alternativas de servicios como de auditoría eficientes y asesoramientos en el tiempo preciso.

Para finales del año 2014, en nuestro país se encontraban registradas 56 firmas de auditorías (en diferentes categorías), según datos de la Comisión Nacional de Banco y Seguros (<http://www.cnbs.gob.hn>). No todas estas firmas prestan servicios de controles a nivel de cumplimiento de políticas internas de los clientes; además, en nuestro mercado no se prestan servicios adicionales como de normas ISO (*International Standardization Organization*), que tienen la finalidad de orientar, coordinar, resumir y unificar las prácticas, reducir costos y tener efectividad.

Actualmente referente a los marcos de referencia para la elaboración de estados financieros para las empresas, es realizada en base a Principios de Contabilidad Generalmente aceptadas y auditadas en base a Normas Internacionales de Auditoría (NIA's), que comprenden los estados de situación financiera, estado de resultados, cambios en el patrimonio y de flujos de efectivo, un resumen de los principios contables más otras notas explicativas. Adicionalmente, una carta de Gerencia sobre la examinación a la estructura de control interno.

Otra normativa que está aún por aplicarse, es las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), que a la fecha no se han aplicado y que muchas compañías (clientes potenciales) no están totalmente claras sobre su desarrollo.

Debido a estas necesidades, nos surge la idea y nos motiva crear un proyecto para determinar la factibilidad de una empresa de auditoría financiera y consultorías, para que los posibles clientes puedan lograr cumplir, lograr la eficiencia en sus operaciones y lograr sus objetivos.

### **1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA**

Existen muchas regulaciones que tienen que cumplir las diversas empresas establecidas en nuestro país, por lo que es necesario que los demandantes de los servicios de auditorías financieras puedan recibir un servicio con valores agregados, con estándares de calidad en pro de sus clientes, y negocio en marcha. Las firmas de auditoría ejecutan un papel fundamental en la supervisión para brindar un dictamen confiable y transparente de los estados financieros de los clientes.

Además cumplir con informes de evaluación de controles internos y algunas otras normas exigidas a cumplirse por los diferentes entes reguladores como por ejemplo la Comisión Nacional de Bancos y Seguros (C.N.B.S), Dirección Ejecutiva de Ingresos (DEI), entre otras; por lo que depende mucho de los servicios que se brinden para mantener las finanzas sanas razonables y confiables en las operaciones de los clientes.

Muchas compañías requieren de exámenes de sus estados financieros de forma completa incluyendo la evaluación de sus controles internos, y próximamente evaluaciones en base a las normas ISO y asesoramientos para la aplicación de NIIF. Una compañía que cuenta con las herramientas antes mencionadas, ya evaluadas en sus estados financieros y en sus procesos, contará con mejores herramientas para toma de decisiones más precisas, logrando su eficiencia y maximización de sus recursos financieros y operacionales.



## **1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

Actualmente, muchas empresas que requieren de servicios de auditoría financieras no están totalmente satisfechas, ya que no reciben una gama de servicios completos que harían tener más herramientas para poder tomar mejores decisiones, y como consecuencia encarrilarse hacia mejores derroteros. Muchas compañías, pequeñas y medianas, desconocen y carecen de información financiera, contable, operacional y de controles, operando sin objetivos totalmente definidos, sin políticas y normas que les puedan ayudar a lograr mayor eficiencia en sus operaciones, recurso, procesos, y como consecuencia tener mayores estrategias de competencia, rentabilidad, así como cumplir con las normativas establecidas por entes reguladores y leyes vigentes en Honduras.

Una examinación completa de estados financieros que comprenden los estados de situación financiera (a un período determinado), lo mismo que un estado de resultados, cambios en el patrimonio y de flujos de efectivo, un resumen de las principales políticas, además una carta a la Gerencia sobre la examinación de los controles internos, realizados de forma completa y oportuna, hacen que los socios, clientes, proveedores, Gobiernos y otros interesados, tengan una gran herramienta para poder tomar decisiones más precisas; por lo que el diseño irá orientado a brindar estos servicios como una oportunidad para los clientes a que puedan contar con una herramienta y le ayude a la toma de decisiones más claras.

Durante los años recientes, se han establecido las normas con el propósito que las compañías operen en base a las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), lo cual se ha venido postergando y a la fecha no se han aplicado.

Con fecha del 7 de agosto de 2012, la JUNTEC ratificó lo establecido en la Resolución JTNCA-001/2010 emitida el 27 de agosto de 2010, respecto a los años de transición y aplicación de las NIIF, tal como se muestra a continuación:

Tipo de Empresas	Periodo de Transición	Aplicación Efectiva
a) Entidades bajo el marco regulatorio de la comisión Nacional de Banco y Seguros (C.N.B.S.)	Resolución pendiente	Resolución pendiente
b) Entidades que deberán utilizar las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) Versión Completa	01/01/2011	01/01/2012
c) Entidades que deberán utilizar las Normas Internacionales de información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades (NIIF-PYME)	01/01/2011	01/01/2012

**Figura 1. Años de aplicación y transición de NIIF**

*Fuente: (Junta Técnica JUNTEC, 2012).*

Algunas firmas de auditoría no están aun totalmente capacitadas para realizar auditorías en base a NIIF (PYMES), de igual manera la mayoría de las compañías pequeñas y medianas no están totalmente preparadas para poder aplicarlas. Es un mercado que requiere apoyo para iniciar con el proceso de adopción e implementación de estas normas, el cual sería una oportunidad para poder asesorar a estas compañías con esta nueva regulación a implementar.

Por hoy ha surgido otro modelo de gestión ISO para lograr poner en práctica procedimientos y diseños, y que estos se implementen de manera eficiente par logran los objetivos básicamente financieros. En Honduras, actualmente no se tiene entidades que oficialmente puedan ofrecer este servicio para un diseño de modelos organizacionales, financieros o técnicos financieros, que ayuden a lograr objetivos estándares a nivel de toda la entidad. Estas normas apoyan en la gestión de riesgos, evaluando los diseños a través de la revisión de su implementación, que actualmente carece de este tipo de evaluaciones como un servicio de una firma de auditoría. Cabe mencionar que en Honduras no hay firmas certificadas para ofrecer este servicio.

## **1.5 OBJETIVOS DEL PROYECTO**

Se presentan a continuación, el objetivo general así como los objetivos específicos de la investigación.

### **1.5.1 OBJETIVO GENERAL**

Diseñar un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de auditoría financiera y consultorías para pequeñas y medianas empresas en Tegucigalpa, elaborando un estudio de

mercado, estudio técnico, estudio organizacional, estudio financiero y estudio legal que permita determinar su viabilidad.

### **1.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

Realizar un estudio de mercado en el cual se va a identificar cuál es la demanda insatisfecha dentro de las empresas que conforman el mercado objetivo.

Realizar el estudio financiero donde se mida la rentabilidad de una empresa de auditoría financiera y consultorías por medio de indicadores de evaluación de proyectos.

Realizar un estudio técnico sobre una empresa de auditoría financiera y consultorías, su ubicación, equipo y personal necesario y así establecer las necesidades y requerimientos para poder realizar los servicios deseados por los clientes.

Realizar un estudio organizacional para establecer la visión, políticas, objetivos y metas del proyecto.

Investigar y abordar los requerimientos legales para la creación de una empresa de auditoría financiera y consultoría en Honduras.

## **1.6 HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN Y VARIABLES DE ESTUDIO**

A continuación se presentan las hipótesis nula y alternativa, así como las variables de investigación.

### **1.6.1 HIPÓTESIS**

Las hipótesis son explicaciones tentativas del fenómeno investigado que se formulan como proposiciones (Hernández, Fernández & Baptista, 2006). Las hipótesis indican lo que se trata de probar. Para la presente investigación se plantean las siguientes hipótesis:

H: 1. Es viable financieramente la creación de una empresa de auditoría financiera y consultorías para pequeñas y medianas empresas en Honduras.

H: 0. No es viable financieramente la creación de una empresa de auditoría financiera y consultorías para pequeñas y medianas empresas en Honduras.

## 1.6.2 DECLARACIÓN DE LAS VARIABLES

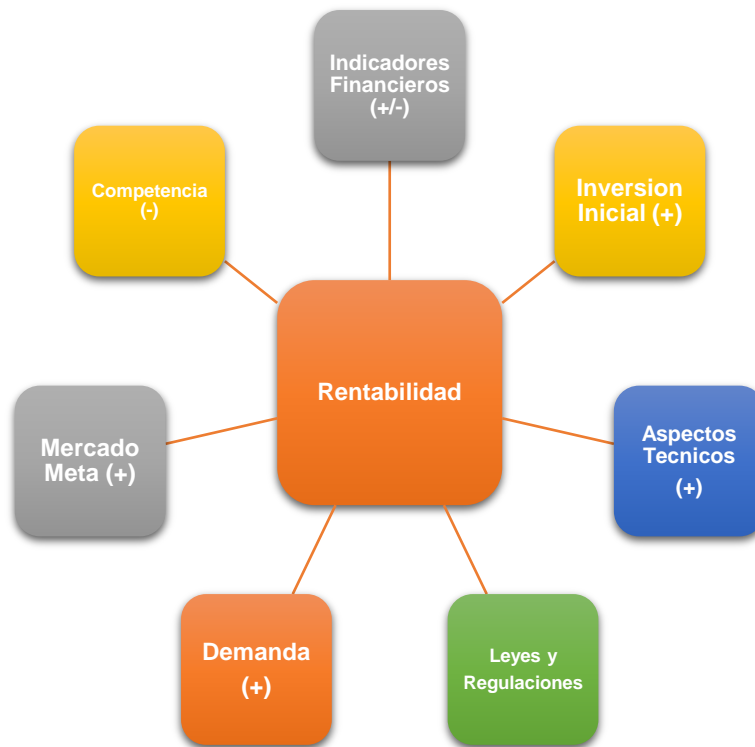


Figura 2. Variables de la investigación

Las variables dependientes e independientes del estudio se muestran en la figura 2.

La variable dependiente de rentabilidad se ubica al centro y las independientes alrededor de ella. Los cambios en las variables independientes producen cambios en la variable dependiente.

A continuación se detallan las variables independientes con su respectiva definición conceptual, unidad de análisis y medición e indicador.

### 1.6.3 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

**Tabla 3. Operación de las Variables**

Variable	Definición Conceptual	Operación de las Variables	Indicadores
Mercado Meta	Es el sector de la población al que va dirigido el producto o servicio. El mercado meta genera la necesidad del producto o servicio y determina las características de este.	Selección de las características de la población al que va dirigido el producto o servicio.	Sector económico ubicación, tipo de empresas, cantidad de empresas
Demanda	Es la Cantidad de Productos y Servicios que pueden ser adquiridos por el mercado meta.	Encuesta a clientes.	Volumen de ingresos en unidades y Lempiras
Aspectos Técnicos	Son los requerimientos físicos y de funcionamiento de la empresa.	Recurso humano, maquinaria y equipo, forma de transporte de empleados, procesos de trabajo.	No. de empleados a contratar, tipo y cantidad de maquinaria y equipo a adquirir, medio de transporte, diseño del proceso.
Indicadores Financieros	Son los utilizados para medir el desempeño financiero de la empresa, entre los comúnmente utilizados están con los que tienen que ver con los ingresos, recuperación del capital, margen de utilidades y otros indicadores de liquidez.	TIR, VPN, punto de equilibrio, razones financieras y tiempo de recuperación de la inversión.	% de rendimiento Valor positivo VPN % rendimiento sobre la inversión. % rendimiento sobre los activos.
Regulaciones/Leyes	Requisitos de Ley que provienen del Estado.	DEI, COHPUCP, Congresos Nacional, Cámara de Comercio.	Leyes y reglamentos.
Competencia	Aquellas compañías que ofrecen productos y servicios parecidos a los mismos clientes, a Precios similares (Kotler, 2007).	Cantidad de compañías que ofrecen servicios similares y qué cantidad del mercado prefiere sus productos.	Cantidad de competidores y porcentaje de mercado que poseen.

### 1.7 JUSTIFICACIÓN

Conforme Hernández Sampieri (2010); es conveniente abordar la justificación de una investigación mediante cinco criterios.

Actualmente en Honduras existen un considerable número de empresas de auditoría financiera y consultorías como ser las franquicias y también las denominadas firmas pequeñas, las cuales

hemos identificado que no abarcan en total el mercado que demanda los servicios profesionales de éstas.

### **Relevancia Social**

Un nicho de mercado que no está siendo atendido en este momento, lo cual es una excelente oportunidad de negocio.

### **Implicaciones Prácticas**

En un contexto globalizado, competitivo y de cambio constante, las organizaciones se ven obligadas a tener su información financiera validada por los estándares financieros y contables internacionales, y de controles, por lo tanto esta propuesta es una formidable herramienta para la dirección general de la empresa, adicionalmente aumentará el ambiente de control, disminuirá el riesgo y mejorará la toma de decisiones.

### **Valor Teórico**

La investigación ayudará a entender mejor el mercado hondureño y el rubro de negocio al que se pretende ingresar, el cual puede mostrar datos y/o información sobre variables nuevas que no se han contemplado, y que pudiesen impactar positiva o negativamente. Se calificará el servicio de la competencia para comprender las causas o factores que pueden llevar a éstas (firmas de auditoría) a no prestar un servicio de calidad y dejar insatisfechos a los clientes.

### **Utilidad Metodológica**

De no realizarse el estudio de pre factibilidad, el inversor corre el riesgo de perder su capital, así mismo se evita invertir por desconocimiento. Evaluando el costo-beneficio de la inversión en el estudio, es preferible invertir en un estudio que advierta de una posible pérdida en la inversión, que realizar la misma sin una base científica y perder los fondos destinados a ella.

## **1.8 DELIMITACIÓN**

Desde la óptica de Sabino (1986), la delimitación habrá de efectuarse en cuanto al tiempo y el espacio, para situar nuestro problema en un contexto definido y homogéneo.

**Temporal:**

Esta investigación está comprendida en los meses de enero a abril de 2015.

**Geográfica:**

La investigación se desarrollará en la zona central de Honduras, específicamente en Tegucigalpa, además comprenderá un análisis de la demanda a nivel nacional.

**Conceptual:**

Esta investigación abarca un concepto fundamental que es la factibilidad de una empresa de servicios de auditoría financiera y consultoría.

## **CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO**

En este capítulo se tratarán temas relacionados con la bases teóricas del proyecto de pre factibilidad para creación de una empresa de servicios de auditoría financiera, siendo estas el sustento científico de la investigación y los principales conceptos que en ella se plantean y se desarrollan a lo largo del todo el documento. Asimismo, se presentan las bases legales para establecer este tipo de negocios.

### **2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL**

#### **2.1.1 ANÁLISIS DEL MACRO- ENTORNO**

Aunque los objetivos y conceptos que guían las auditorías de hoy en día eran casi desconocidos en los primeros años del siglo XX, se han realizado auditorías de diferentes tipos a través de la historia registrada del comercio y de las finanzas de los gobiernos. El significado original de la palabra “auditor” fue “persona que oye”, y fue apropiado para la época durante la cual los registros de contabilidad gubernamental eran aprobados. Solamente después de su lectura pública en la cual las cuentas eran leídas en voz alta.

Desde tiempos medievales, y durante la Revolución Industrial, se realizaban auditorías para determinar si las personas en posiciones de responsabilidad oficial en el gobierno y en el comercio estaban actuando y presentando informes en forma honesta.

Durante la Revolución Industrial, a medida que el tamaño de las empresas aumentaba, sus propietarios empezaron a utilizar los servicios de gerentes contratados. Con esta separación de grupos de propiedad y gerencia, los propietarios ausentes acudieron cada vez con mayor frecuencia a los auditores para protegerse contra el peligro de errores no intencionales, lo mismo que contra los fraudes cometidos por gerentes y empleados. Los banqueros fueron los principales usuarios externos de los informes financieros (generalmente, sólo balances generales), y se preocuparon también por saber si los informes estaban distorsionados debido a errores o fraude.



Antes de 1900, de manera consecuente con este objetivo principal de detectar errores y fraudes, con frecuencia las auditorías incluían un estudio de todas, o casi todas, las transacciones registradas.

En la primera mitad del siglo XX, el enfoque del trabajo de auditoría tendió a alejarse de la detección de fraude y se dirigió hacia la nueva meta de determinar si los estados financieros presentaban un panorama completo y razonable de la posición financiera. Este desplazamiento en el énfasis fue una respuesta al número creciente de accionistas y al mayor tamaño correspondiente de las entidades corporativas. Además de los nuevos accionistas, los auditores se tornaron más responsables frente a las agencias gubernamentales, frente a terceros que pudieran depender de la información financiera. Los banqueros habían dejado de ser los únicos usuarios externos importantes de la información financiera auditada. La razonabilidad de las ganancias reportadas se convirtió en un asunto de primordial importancia. (Santillana González, 2013, p. 4).

A medida que las entidades corporativas en gran escala se desarrollaban rápidamente en Gran Bretaña y Estados Unidos, los auditores empezaron a obtener muestras de transacciones seleccionadas, en lugar de estudiar todas las transacciones. Gradualmente, los auditores y los gerentes de negocios llegaron a aceptar la proposición de que el examen cuidadoso de relativamente pocas transacciones seleccionadas daría un nivel confiable, efectivo en términos de costos, de la precisión de otras transacciones similares.

Adicionalmente al muestreo, los auditores tomaron conciencia de la importancia de un control interno efectivo. El control interno de una compañía consiste en las políticas y procedimientos establecidos para proporcionar una confiabilidad razonable que los objetivos de la compañía serán alcanzados, incluido el objetivo de preparar estados financieros precisos. Los auditores encontraron que al estudiar el control interno del cliente, podían identificar las áreas de fortaleza, lo mismo que las áreas de debilidad.

Cuanto más fuerte sea el control interno, menos pruebas de los saldos de las cuentas de estados financieros son requeridas por los auditores. Para aquellas cuentas o fases de las operaciones financieras en las cuales los controles fueron débiles, los auditores aprendieron que debían expandir la naturaleza y alcance de sus pruebas del saldo de la cuenta.

Con la mayor dependencia en el muestreo y en el control interno, las normas profesionales empezaron a enfatizar en las limitaciones de la capacidad de los auditores de detectar el fraude. La profesión reconoció que las auditorías diseñadas para descubrir fraude serían muy costosas. Un buen control interno y los bonos de garantía fueron reconocidos como mejores técnicas de protección de fraude que las auditorías.

A partir de la década de los sesenta, en los Estados Unidos la detección de fraude en gran escala asumió un papel más grande en el proceso de auditoría. Las normas profesionales que utilizaron el término “irregularidades” en lugar de fraude, describieron la presentación de informes financieros fraudulentos y malversación de activos. Este desplazamiento en el énfasis para tomar una mayor responsabilidad en la detección del fraude fue el resultado de:

- Un incremento sustancial en la presión del Congreso para asumir una mayor responsabilidad por los fraudes en gran escala.
- Una diversidad de procesos judiciales exitosos que reclamaban que los informes financieros fraudulentos habían quedado inapropiadamente sin detección por parte de los auditores independientes.
- La convicción por parte de los contadores públicos de que debería esperarse de las auditorías la detección de fraude material.

En el año de 1996, en respuesta a una brecha de expectativas continuas entre las exigencias de los usuarios y el desempeño de los auditores, se reunió la Junta de Normas de Auditoría (*Auditing Standard Board, ASB*), la cual emitió una guía para los auditores, requiriendo una evaluación explícita del riesgo de error en los estados financieros en todas las auditorías debido al fraude. A los auditores se les exigió la modificación de sus procedimientos de auditoría, cuando fuera necesario, para reflejar los resultados de esa evaluación.

El uso creciente de sistemas sofisticados de computación no ha alterado la responsabilidad del auditor en la detección de errores y fraude. La naturaleza de los procedimientos de auditoría se ha visto afectada a medida que se ha exigido a los auditores desarrollar nuevos enfoques para evaluar el control interno y los saldos de los estados financieros.

A finales de la década de los ochenta y principios de los noventa, los miles de millones de dólares en fondos federales requeridos para rescatar la industria de ahorro y préstamo, ocasionaron una tendencia hacia una mayor regulación de las instituciones financieras aseguradas federalmente. El Congreso y las agencias reguladoras estaban convencidos de que la clave para evitar esos problemas era la reglamentación de leyes efectivas y la exigencia de informes de los auditores, en cumplimiento de las provisiones de estas leyes y regulaciones. Un ejemplo importante de este tipo de legislación es la Ley de Mejoramiento de la Corporación Federal de Seguro de Depósito (*Federal DeposInsurance Corporation*, FDIC) de 1991.

Esta ley exige que la gerencia de las grandes instituciones financieras comprometa a sus auditores en la atestación de la afirmación de la gerencia sobre el cumplimiento por parte de las instituciones de las leyes y regulación relacionadas con su seguridad y solidez.

Como resultado de un diverso número de casos de informes financieros fraudulentos, principales organizaciones de contabilidad patrocinaron la Comisión Nacional sobre Presentación de Informes Financieros Fraudulentos (*Treadway Commission*), para estudiar causas de los informes fraudulentos y hacer recomendaciones para reducir la incidencia. El informe final de la comisión, emitido en 1987, hacía diversas recomendaciones a los auditores, a las compañías públicas, a los reguladores y a los educadores. Muchas de las recomendaciones a los auditores fueron reglamentadas por Junta de Normas de Auditoría en un grupo de declaraciones sobre normas de auditoría conocidas como las normas de la brecha de expectativas.

Las recomendaciones de la Comisión sobre control interno condujeron al desarrollo de un marco de referencia de control interno, titulado “Control Interno: Marco de Referencia Integrado”, que sería utilizada para evaluar el control interno de una organización. El desarrollo de estos criterios de control interno ha aumentado en la demanda de atestación por parte de los auditores sobre efectividad del control interno. Por ejemplo, la ley de mejoramiento *Federal DeposInsurance Corporation* (FDIC), exige también a la gerencia de las grandes instituciones financieras que comprometan a sus auditores para certificar o atestar sobre la efectividad de las afirmaciones hechas por la gerencia acerca de la efectividad de los controles de institución y sobre la presentación de los informes financieros.

En resumen los aspectos principales del desarrollo de la auditoría del siglo XX son:

- Un desplazamiento en el énfasis, hacia la determinación de la razonabilidad de los estados financieros.
- Una mayor responsabilidad del auditor hacia terceros, como agencias gubernamentales, bolsas de valores y millones de inversionistas.
- Un cambio en el método de auditoría, del examen detallado de las transacciones individuales hacia el uso de técnicas de muestreo, incluido el muestreo estadístico.
- Reconocimiento de la necesidad de considerar la efectividad del control interno como guía de dirección y cantidad de las pruebas y muestreo que deben realizarse.
- Desarrollo de nuevos procedimientos de auditoría aplicables a sistemas de computación y el uso del computador como una herramienta de auditoría.
- Reconocimiento de la necesidad que tienen los auditores de encontrar medios para protegerse de la ola actual de litigios.
- Un incremento en la demanda de una pronta revelación de la información favorable y desfavorable concerniente a cualquier compañía de propiedad del público.
- Mayor responsabilidad para evaluar el riesgo de fraude material.
- Mayor demanda de atestación por parte de los CPA de las afirmaciones de la gerencia sobre el cumplimiento de las leyes y regulaciones y sobre la efectividad del control interno.

### **2.1.2 ANÁLISIS DEL MICRO ENTORNO**

El Decreto número 19-93 del 12 de marzo de 1993 aprobado por el Soberano Congreso Nacional de la República de Honduras, publicado en el Diario Oficial “La Gaceta” el viernes 14 de Mayo de 1993, otorga la personalidad jurídica al Colegio Hondureño de Profesionales Universitarios en Contaduría Pública (COHPUCP).

Con la aprobación de la Ley Orgánica del COHPUCP, se logran los esfuerzos realizados por los primeros egresados de la Carrera de Contaduría Pública impulsados por las autoridades del Departamento de Contaduría Pública de la Facultad de Ciencias Económicas, organizándose en sus inicios como ASOCIACIÓN DE EGRESADOS DE LA CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA, siendo 17 egresados la primera promoción. En 1973 se gradúa el primer Licenciado

en Contaduría Pública y Auditoría; título otorgado por una sola vez al modificarse a Licenciado en Contaduría Pública, actualmente se otorga el grado de Licenciatura en Contaduría Pública y Finanzas, de acuerdo con el pénsam académico que cursan los alumnos.

Es importante destacar que la Carrera inicia en 1966 bajo la coordinación del Licenciado José María Lagos, unidos en clases comunes con la Carrera de Administración de Empresas. Con los avances del plan de estudios y entrando en materias propias de la especialidad, la Universidad contrata Profesores de la Universidad Nacional Autónoma de México, destacados profesionales Contadores Públicos: Lic. Luis Meléndez y el Lic. Jazo Ley, quienes al término de sus contratos se sustituyen por el Lic. Francisco Navarro Briones y otros destacados profesionales extranjeros y nacionales, ejecutivos del Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE) y de Firmas de Auditoría como *PriceWaterhouseCoopers* y, entre ellos el Lic. William Chong Wong, Lic. Marco Tulio Mendieta, Lic. Charles DeOlden, Don Olivio Domínguez, quienes dieron a la carrera un alto nivel académico.

A partir de 1978 surgen cambios en la dirección de la Carrera nombrando como Jefe de Departamento y Coordinador a graduados de la Carrera que luchan por la representatividad dentro de la dirección de la Facultad de Ciencias Económicas; es así que Contadores Públicos han honrado con su capacidad y liderazgo puestos de dirección en la Facultad de Ciencias Económicas: Lic. William Chong Wong – Vice Decano, Lic. Angel Godoy Flores – Vice Decano, Jorge Valdez Garay - Decano, Lic. Rodimiro Mejía Merino – Decano, Lic. Roberto Reyes Barahona - Prosecretario, Lic. Juan Pablo Cruz – Secretario, Lic. Rosa Marina Girón – Secretaria.

El Colegio está formado por profesionales egresados de la carrera de Contaduría Pública de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras y de Universidades extranjeras incorporados, formados bajo un plan de estudios estructurado con fortaleza en las áreas financiero – contable y coherente con la demanda de profesionales que se desempeñan en el sector público y privado.

Hoy en día, el COHPUCP ha liderado grandes cambios en el ejercicio de la contaduría pública, como la aprobación de la Ley sobre Normas de Contabilidad y de Auditoría, el Proyecto BID

COHPUCP, la Asociación de Firmas de Auditoría y la Asociación del Capítulo de Auditores Internos, lo que sin duda traerá grandes beneficios para los profesionales del “Debe y del Haber”.

### **2.1.3 ANÁLISIS INTERNO**

El objetivo principal de la auditoría de los estados financieros de una sociedad, considerados en su conjunto, es la emisión de un informe dirigido a poner de manifiesto una opinión técnica sobre si dichos estados financieros expresan, en todos los aspectos significativos, la imagen fiel del patrimonio y la situación financiera de la sociedad, así como del resultado de sus operaciones en el período examinado, de conformidad con principios y normas de contabilidad generalmente aceptados. El auditor examina los estados financieros, que son de la sociedad y constituyen manifestaciones de su dirección.

El auditor de cuentas es responsable de formar y expresar una opinión sobre los estados financieros. Sin embargo, es responsabilidad de los administradores de la sociedad la formulación de dichos estados financieros, lo que incluye:

- El mantenimiento de los registros contables y los sistemas de control interno adecuados.
- La elección y la aplicación de los principios y normas contables apropiadas.
- La salvaguarda de los activos de dicha sociedad.

Además de la auditoría de estados financieros, existen trabajos de revisión y verificación de otros estados y documentos contables, trabajos a realizar por un auditor de cuentas. Estos trabajos tienen como objetivo la emisión de un informe dirigido a poner de manifiesto una opinión técnica frente a terceros, sobre si dichos estados o documentos contables reflejan adecuadamente los hechos económicos acaecidos en la sociedad que deberían contener aquellos.

El auditor determinará el alcance de su trabajo de acuerdo con las normas técnicas de auditoría. Al aplicar dichas normas, y al decidir los procedimientos de auditoría que llevará a cabo, el auditor empleará su juicio profesional teniendo en cuenta los conceptos de importancia y riesgos relativos. El concepto de importancia relativa es fundamental en el trabajo del auditor. En base a

ello, los procedimientos a aplicar en aquellas áreas más significativas y en las que sea más probable la existencia de errores, deberán ser más amplios que en aquellas áreas donde no se den estas circunstancias; (Franklin Fincowsky, 2007a, p. 13).

“Los procedimientos de auditoría se diseñan para que el auditor pueda obtener una evidencia suficiente en la que basar la opinión de auditoría, no se diseñan con el objetivo de detectar errores o irregularidades de todo tipo que hayan podido cometerse” (Arens et al., 2007a, p. 139). No obstante, cuando el auditor detecte algún error o irregularidad que no afecte a su opinión de auditoría por no tener un efecto significativo sobre los estados financieros, deberá comunicar esta circunstancia al órgano de la sociedad que tenga competencias para resolver la situación detectada. Cabe distinguir, por tanto, entre error e irregularidad. Una definición podría ser la siguiente:

Se entiende por **ERROR** una equivocación no intencionada en los estados financieros, tanto matemática o administrativa, como de aplicación o interpretación de principios o normas contables, debido al descuido o mala comprensión de hechos o por un fallo humano. Se entiende por **IRREGULARIDAD** una distorsión o una omisión intencionada de cifras.

## **2.2 BASES TEÓRICAS**

### **2.2.1 AUDITORÍA**

La auditoría es un servicio que en la actualidad es requerida por diversas compañías a nivel mundial. “En la última década del siglo XX, la reapertura del sistema financiero al capital privado tuvo efectos significativos en el escenario de los negocios y en el sector gubernamental.

Los cambios generaron un campo fértil para la actuación de los contadores públicos, pero también plantearon numerosos retos a sus organismos colegiados”; (Sánchez Curiel & Domínguez Morán, 2006, p. 2).

Los servicios y modelo de negocio de auditoría es una necesidad básica como herramienta de toma de decisiones, independientemente del tipo de empresas, pequeñas, medianas o grandes. A nivel de Honduras existen una variedad de firmas de auditoría prestando diversos servicios, lo

cual dinamiza la competencia de ofertas de servicios. Esto es de beneficio para los clientes, ya que tienen una gama de oportunidades para poder elegir y cubrir sus necesidades de acuerdo al tipo de servicio o capacidad de pago.

Muchas empresas no reciben servicios de auditoría, o bien, el servicio que recibe el cliente no está totalmente satisfecho. El mercado a analizar para establecer condiciones como mercado meta serán principalmente Tegucigalpa sin desestimar otros sectores del país, Tegucigalpa por ser una de las regiones donde existe mayor números de empresas potenciales a requerir de nuestro servicio sin descartar el resto del país.

El mercado potencial está compuesto por todas aquellas personas e instituciones que tienen o pueden llegar a tener la necesidad que satisface el producto en cuestión. “Es posible que parte de este mercado satisfaga su necesidad, comprando a la competencia, pero eso no quiere decir que en algún momento llegue a cambiar y comprar otra marca”; (Adolfo Rafael Rodríguez Santoyo, 2013, p. 12).

En la actualidad, los mercados son cambiantes, las empresas exigen mayores servicios como el caso de auditoría financiera y consultorías, porque hay que mantenerse a la vanguardia. Los mercados son cambiantes y las empresas que no lo entiendan están destinadas al fracaso. “Hablando en términos de mercadotecnia ya no es suficiente con adaptar el satisfactor, sino que ahora también se debe de considerar las actividades que lo acompañan”; (Adolfo Rafael Rodríguez Santoyo, 2013, p. 13).

Se contará con el personal profesional con las capacitaciones requeridas que incidan en la capacidad de prestar un buen servicio, principalmente en Tegucigalpa, San Pedro Sula y el resto del país.

### **2.2.2 DEFINICIÓN DE MERCADO**

“Conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto o servicio. Estos compradores comparten una necesidad o deseo determinados que se pueden satisfacer mediante relaciones de intercambio”; (Kotler, Armstrong, Martínez Gay, & Garza-Castillón Cantú, 2008, p. 52).



“El marketing se incluye en la planeación de la compañía a largo plazo así como a corto”; (Fundamentos de mercadotecnia). (Adolfo Rafael Rodríguez Santoyo, 2013, p. 4).

Es preciso delimitar el mercado, ya que dentro de él se presentan distintos tipos de consumidores con diferentes necesidades y deseos.

Nuestro mercado meta actual, será básicamente las principales ciudades del país, sin dejar de tomar en cuenta el resto de Honduras.

### **2.2.3 DEMANDA**

La orientación de nuestros servicios al mercado, está definido para compañías pequeñas y medianas, considerando que existe un mercado potencial careciente de servicios de auditoría externa, consultorías contables y fiscales, que identifiquen lo que quieren los clientes y que adapten todas sus actividades para satisfacer esas necesidades con la mayor eficiencia posible. Usando este enfoque, las empresas hacen *marketing* y no simplemente se dedican a vender. “Una empresa debe identificar las partes del mercado a las que podría servir mejor y de las cuales obtener mayores utilidades; necesita diseñar estrategias para desarrollar las relaciones adecuadas con los clientes correctos”; (Adolfo Rafael Rodríguez Santoyo, 2013, p. 32).

Es muy trascendental conocer los mercados de la demanda, esto ayuda a ser más preciso en determinar cuáles son las necesidades, las carencias de los servicios que se está recibiendo, qué tipo o tamaño de clientes se tiene.

La demanda de servicios de auditoría financiera y consultorías, están concentrados básicamente en las ciudades principales del país donde existe un mayor mercado. Dichos consumidores finales son las empresas, que requieren de prestación de servicios de auditoría y consultoría. Estas pueden ser para cualquier rubro de mercado por ejemplo: empresas comerciales, de servicios, acuícolas, financieras (siempre y cuando se tenga una categoría A, requerido por la Comisión Nacional de Bancos y Seguros, (C.N.B.S.)). Los servicios son directamente hechos entre el cliente y la firma de auditoría, sin existir algún tipo de intermediarios. Nuestra demanda sería a pequeñas y medianas empresas de Honduras.

“La segmentación del mercado se orienta a los clientes ... Al segmentar un mercado, primero identificamos los deseos de los clientes en un submercado y entonces decidimos si es práctico

crear una mezcla de *marketing* para satisfacer tales deseos”; (Stanton, Etzel, Walker, Carranza Garza, & Ortiz Staines, 2007, p. 32).

“Segmentación por comportamiento de la demanda. Algunos vendedores tratan regularmente de segmentar sus mercados sobre la base del comportamiento relacionado con el producto, es decir, hacen una segmentación por comportamiento. Sus variables son: beneficios deseados y tasa de uso”; (Stanton, 2007, p. 32).

Los servicios serán brindados con la mayor calidad, profesionalismo, a disposición de los clientes para responder a las necesidades de los clientes, ya sea para analizar, interpretar, examinar, aplicar nuevas regulaciones de las entidades supervisoras de la República, nuevas normas de contabilidad e innovación a los procedimientos requeridos por los marcos regulatorios.

Disponer que un producto ocupe un lugar claro, distintivo y deseable en la mente de los consumidores meta, en relación con la de los competidores. “La formulación del posicionamiento competitivo para un producto o servicio y de una mezcla de mercadotecnia detallada”; (Kotler, 2008, p. 114).

Los servicios a prestar ya existen en el mercado, pero los beneficios que se ofrecerán a los clientes (demandantes), será buscar solucionar sus problemas, proporcionarles alternativas y herramientas para que sus problemas se conviertan en oportunidades, y así poder competir manteniéndose a la vanguardia de sus rubros. Estos serán los puntos elementales para poder ingresar en el mercado y llegar a los demandantes.

Al proporcionar un servicio de calidad con profesionales capacitados, con modelos de capacidad y calidad, incluyendo servicios adicionales, y que la demanda tenga evidencia de conocimiento de los servicios brindados, generando un crecimiento exponencial en el mercado, además partiendo de un costo competitivo por los servicios prestados.

Al lograr que los demandantes (clientes potenciales) hayan evidenciado el tipo de servicio brindado, se logrará mantener a los clientes, creando un crédito de servicios brindados y captando nuevos clientes.

“Madurez en este momento se supone que el producto ya está técnicamente a punto y en su mejor forma de funcionamiento. Además, todos los competidores disponen de tecnologías

similares para la producción, lo que hace que no haya mucha diferenciación intrínseca entre los diversos productos del mercado”; (Adolfo Rafael Rodríguez Santoyo, 2013, p. 63).

#### **2.2.4 ASPECTOS TÉCNICOS**

En la actualidad de los negocios las empresas requieren un personal calificado, con capacidad y experiencia para lograr los éxitos de la compañía, pues de dicha organización es donde depende la fortaleza y también sus debilidades. Por lo que el personal de una compañía es el recurso más valioso para lograr encaminarse a la visión a largo plazo y a sus objetivos, ya sean a corto y largo plazo.

“Toda organización debe considerarse de manera simultánea desde los puntos de vista de la eficacia y eficiencia. Eficacia es una medida normativa de lograr los resultados, mientras que la eficiencia es una medida normativa de la utilización de los recursos en los procesos” (Chiavenato, 2011, p. 22).

“En términos económicos, la eficacia de una organización se refiere a su capacidad de satisfacer una necesidad de la sociedad mediante productos (bienes o servicios) que proporciona, mientras que la eficiencia es una relación técnica entre entradas y salidas”; (Chiavenato, 2011, p. 22).

El equipo de trabajo estará formado por profesionales comprometidos a lograr la eficiencia, a asistir a los clientes mediante la especialización de nuestros profesionales, especialización en las industrias, conocimientos del personal en temas específicos para poder emitir un dictamen más preciso en los diferentes negocios. Además se contará con un sistema de auditoría que pueda estar a la vanguardia de las exigencias del mercado.

El personal que conformará la empresa es del rubro de auditoría financiero-contable, tendrá conocimientos en leyes tributarias, principios contables, normas internacionales de contabilidad, así como de auditoría, (NIA's, NIIF's). Los contratos se registrarán por el código de comercio que rige en Honduras.

El personal en el área de auditoría estará formado por cuatro auditores de campo, un Socio de auditoría. Para el área de consultoría se contará con dos profesionales, un auxiliar y un supervisor de área, más una secretaría a nivel de toda la firma. Adicionalmente para el año dos se

incrementará a una persona, el año tres se incrementara a dos personas, el año cuatro a tres personas y el año cinco a cuatro personas para el área de auditoría .

Las herramientas para la realización de los servicios a ofrecer serán básicamente:

- 5 Computadoras portátiles para el personal de auditoría.
- 2 Computadoras de escritorio para el área de consultoría.
- 1 Computadora de escritorio para la persona de administración.
- 1 Software instalado en cada máquina del personal de auditoría.
- 1 Software contable instalado en cada máquina del personal de consultoría.
- 1 Escritorio.
- 6 Cubículos.
- 2 Impresoras
- 6 Sillas para reuniones.

### **Estructura Organizativa (Organigrama)**

En un principio la organización estará regida por una Asamblea de Socios que nombrarán a su vez, una Junta Directiva de la cual dependerá un Gerente General, quien tendrá autoridad sobre el personal.

### **2.2.5 INDICADORES FINANCIEROS**

La información financiera es utilizada por casi todas las personas desde operaciones muy pequeñas, como la de una persona que debe estimar cuánto será lo que necesitará gastar en un tiempo determinado (un día), por lo que se requiere saber cuánto debería portar para asumir sus gastos. De igual manera, pero a nivel significativo las operaciones, proyectos y negocios. Las empresas necesitan saber analizar sus registros operados, ya sea generados por contabilidad, y que pueden resumirse y recopilarse en unos estados financieros, por lo que para un análisis más profundo necesitan ser analizados, interpretados y así comprender el estado de la compañía; saber su posicionamiento mediante una serie de indicadores permitiendo analizar a detalle y por segmentos de los estados financieros y así tener una óptica más precisa para la toma de decisiones.

“Los indicadores que aquí se incorporan son los que tradicionalmente, emplean las organizaciones para apoyar la evaluación cuantitativa de los hallazgos que se obtienen ... y que sirven para determinar las relaciones y tendencias de los hechos. Es claro que su adecuada utilización está subordinada al correcto conocimiento de su significado y alcance”; (Franklin Fincowsky, 2007b, p. 150).

“Las razones de rentabilidad miden el rendimiento. Las razones de mercado determinan tanto el riesgo como el rendimiento”; (Gitman & Joehnk, 2009, p. 65).

“El valor presente neto (VPN) es la técnica más desarrollada de elaboración del presupuesto de capital; se calcula restando la inversión inicial de un proyecto del valor presente de sus flujos de entrada de efectivo descontados a una tasa equivalente al costo de capital de la empresa”; (Gitman & Joehnk, 2009, p. 368).

Otra herramienta básica para la evaluación de proyectos independientemente del rubro y tamaño de la inversión es el Valor Presente Neto (VPN). Cuando las empresas realizan inversiones, gastan el dinero que obtienen, de una u otra forma, de los inversionistas. “Estos últimos esperan un rendimiento sobre el dinero que aportan a las empresas, de modo que una compañía debe efectuar una inversión solo si el valor presente del flujo de efectivo que genera la inversión rebasa el costo de la inversión realizada en primer lugar”; (Gitman & Joehnk, 2009, p. 368).

“Como el método del VPN toma en cuenta el valor del dinero en el tiempo de los inversionistas, es una técnica más desarrollada de elaboración del presupuesto de capital que la regla del período de recuperación”; (Gitman & Joehnk, 2009, p. 368).

“También se utilizará otra herramienta de medición que es la Tasa Interna de Retorno, es la tasa de descuento que hace que el VPN de una inversión sea cero”; (Ross, 2010, p. 273). Con la tasa Interna de Retorno se trata de encontrar una única tasa de rendimiento que pueda resumir los méritos de un proyecto.

Por medio de la aplicación de esta tasa una inversión es aceptable si la TIR excede el rendimiento requerido. De lo contrario debe rechazarse.

## **2.2.6 REGULACIONES Y LEYES**

Las firmas de auditoría están registradas en Colegio Hondureño de Contadores Públicos de Honduras (COHPUC), como parte de los requisitos de colegiación y tener la facultad de poder prestar servicios de auditoría, avalando la colegiación y la firma de los mismos servicios.

Además las firmas se inscriben en la Comisión Nacional de Bancos y Seguros, y estas son categorizadas de acuerdo a su composición de capacidad de prestar servicios de auditoría, mismas que son categorizadas de acuerdo a su capacidad de servicio que se pueda ofrecer.

“La Comisión Nacional de Bancos y Seguros mantendrá un registro en el que deberán inscribirse las firmas de auditoría externa facultadas para realizar auditorías de las instituciones supervisadas descritas en el Artículo 6 de la Ley de la Comisión Nacional de Bancos y Seguros”; (Comisión Nacional Bancos y Seguros, Circular No. 054/2004).

Actualmente las empresas de auditoría también están asociadas a la Asociación de Firmas de Auditoría (AFA), ente encargado de velar por la innovación y capacitación de sus socios.

El marco regulatorio para la emisión de opiniones sobre estados financieros auditados por las firmas es en base a Normas Internacionales de Auditoría (NIAs).

Para cualquier propósito, ya sea especial, Conforme la Resolución emitida por la Junta Técnica de Normas de Contabilidad y de Auditoría, de fecha 27 de agosto de 2010, la Compañía debería presentar sus primeros estados financieros de propósito general, con base a las Normas Internacionales de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades (NIIF para las PYMES), por el ejercicio que inició el 1 de enero de 2012; sin embargo, las Compañías no han entrado en el proceso de adopción de dichas Normas. En consecuencia, de conformidad con la publicación de la Junta Técnica de Normas de Contabilidad y de Auditoría, de fecha 7 de agosto de 2012, estos estados financieros se consideran de propósito especial debido a que a la fecha aún no se ha puesto en marcha esta norma, la cual ya fue aprobada mediante Decreto N° 189-2004 del 25 de noviembre de 2004.

El Congreso Nacional de la República de Honduras aprobó la Ley sobre Normas de Contabilidad y de Auditoría, en la cual se establece la adopción, a partir del 1 de enero de 2008, de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), emitidas por el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB, siglas en inglés).

Posteriormente, mediante Decreto N° 186-2007 del 28 de diciembre de 2007, se aprobó la extensión del plazo de adopción de estas normas, hasta el 1 de enero de 2011, facultando a la Junta Técnica de Normas de Contabilidad y Auditoría (JUNTEC), creada bajo la Ley antes referida, para establecer un proceso de adopción gradual, siempre y cuando no exceda del plazo anteriormente fijado.

Con fecha 7 de agosto de 2012, la JUNTEC ratificó lo establecido en la Resolución JTNCA-001/2010 emitida el 27 de agosto de 2010, respecto a los años de transición y aplicación de las NIIF.

### **2.2.7 COMPETENCIA**

La competencia que está operando en el mercado. Cada firma ha captado sus clientes, proveyendo diferentes tipos de servicios, ya sea de auditoría financiera u otros servicios de consultoría. Se sabe que los servicios que se da a los clientes casa son diferentes a otros. En la actualidad se encuentran registradas 56 firmas de auditoría en el Colegio de Contadores Públicos de Honduras. Competencia por precio: “Una compañía entra en la competencia de precio al ofrecer regularmente productos a precios lo más bajo posible, acompañados usualmente de pocos servicios, si acaso”; (Adolfo Rafael Rodríguez Santoyo, 2013, p. 31).

El desarrollo de un producto o servicio implica definir los beneficios que ofrecerá. Estos beneficios se comunican y entregan a través de atributos del producto como calidad, características, estilo y diseño.

Otra forma de añadir valor para el cliente es mediante un estilo y un diseño distintivos del producto. El diseño es un concepto más general que el estilo. El estilo solo describe la apariencia de un producto. Los estilos pueden ser atractivos o aburridos.

Un estilo sensacional puede captar la atención y producir una estética agradable,( ...) hacer que el producto tenga un mejor desempeño. A diferencia del estilo, el diseño es más profundo: llega hasta el corazón mismo del producto, servicio. “Un buen diseño contribuye a la utilidad del producto, así como a su apariencia. (Kotler, 2008, p. 201).

Aunque exista un mercado desarrollado, nuestro servicio a brindar será de calidad, con integridad, calidad, confiabilidad, para que los clientes puedan contar con herramientas más precisas en la toma de decisiones.

## **2.3 CONCEPTUALIZACIÓN**

### **2.3.1 Auditoría**

“Es la acumulación y evaluación de la evidencia basada en información para determinar y reportar sobre el grado de correspondencia entre la información y los criterios establecidos. La auditoría debe realizarla una persona independiente y competente” (Arens, 2007, p. 4).

Esta es una definición conceptual sobre una examinación a una información que puede ser cuantificable ya sea en cifras o respaldada sobre hechos ocurridos recientemente o en períodos lejanos. Para la realización de una auditoría deben existir información que pueda verificarse cuantificarse y cumplir requisitos de normas marcos regulatorios, y que el evaluador pueda tener un criterio de evaluación.

La auditoría es profesión muy complicada pero apasionante, con la responsabilidad y la obligación, de evaluar con la mayor objetividad posible, sobre un hecho que puede estar ocurriendo o que ya sucedió.

En un enfoque universal la auditoría es: el examen integral sobre la estructura, las transacciones y el desempeño de una entidad económica, para contribuir a la oportuna prevención de riesgos la productividad en la utilización de los recursos y el acatamiento permanente de los mecanismos de control implantados por la administración (Arens, 2007, p. 20).

“Hay muchas definiciones, conceptualizaciones y aplicaciones de auditoría, desde auditorías forenses hasta auditorías de sistemas, pero describiremos tres tipos principales de auditoría: a) Auditoría operacional, b) auditoría de cumplimiento, c) auditoría de estados financieros”; (Arens, 2007, p. 14).

### **2.3.2 Una auditoría operacional**

Evalúa la eficiencia y eficacia de cualquier parte de los procedimientos y métodos de operación de una organización. Cuando se completa una auditoría operacional, por lo general, la administración espera recomendaciones para mejorar sus operaciones. “Ejemplo: donde la mayoría de los contadores se sentirían menos calificados, es la evaluación de la eficiencia,



exactitud y satisfacción del cliente en el procesamiento de la distribución de cartas y paquetes de una compañía como Federal Express” (Arens, 2007, p. 14).

### **2.3.3 Auditoría de cumplimiento**

“Su objetivo principal es si una entidad auditada aplica correctamente los procedimientos políticas, reglas, o reglamentos específicos que una autoridad superior ha establecido” (Arens, 2007, p. 14).

Una auditoría de cumplimiento de un negocio privado puede incluir:

- Determinar si el personal contable aplica los procedimientos que prescribió el contralor de la compañía, revisar procedimientos de sueldos para cumplir con la legislación laboral.

### **2.3.4 Auditoría de los estados financieros**

Se lleva a cabo para determinar si los estados financieros en general (la información que se está verificando), han sido elaborados de acuerdo con el criterio establecido; aunque también es común realizar auditorías de estados financieros preparados utilizando la base de efectivo o alguna otra base de contabilidad adecuada para la organización. “Para determinar si los estados financieros han sido declarados de manera adecuada de acuerdo con las normas a aplicar, el auditor debe realizar las pruebas requeridas para determinar si los estados contienen errores importantes u otras declaraciones erróneas”, (Arens, 2007, p. 20).

Las auditorías de estados financieros emitidos por un ente externo es una herramienta que puede brindarnos mayor certeza sobre sus cifras, sus datos ya sea para sus accionistas, clientes, entes reguladores, proveedores, inversionistas, u otros interesados.

El propósito de una auditoría es incrementar el grado de confianza de los presuntos usuarios en los estados financieros. Esto se logra con la expresión de una opinión por el auditor sobre si los estados financieros están elaborados, en todos los aspectos importantes, de acuerdo con un marco de referencia de información financiera aplicable.

En el caso de la mayoría de los marcos de referencia de propósito general, esa opinión es sobre si los estados financieros están presentados, razonablemente, respecto de todo lo importante, o dan

un punto de vista verdadero y razonable, de acuerdo con el marco de referencia. Una auditoría conducida de acuerdo con las NIA y los requisitos éticos relevantes, posibilita al auditor a formarse esa opinión. (NIA 200, 2010 p. 18).

Las firmas de contadores públicos certificados son responsables de la auditoría de estados financieros históricos de las compañías comercializadas de manera pública, de la mayoría de otras compañías razonablemente grandes y varias compañías pequeñas y organizaciones no comerciales. Debido al difundido uso de los estados financieros auditados”; (Arens, 2007, p. 15). El título firma de contadores públicos certificados refleja el hecho de que los auditores que expresan opiniones de la auditoría sobre los estados financieros deben tener autorización para la revisión. A las firmas de auditoría con frecuencia se les llama auditores externos o auditores independientes para distinguir de los de los auditores internos.

“Evidencia suficiente y competente. Las decisiones sobre cuánto y qué tipos de evidencia deben recopilarse en determinadas circunstancias requieren criterio profesional” (Arens, 2007, p. 35).

### **2.3.5 EL AUDITOR INTERNO**

“Como parte de la organización, el auditor interno es seleccionado por el órgano directivo en atención a su conocimiento de la misión, objetivos, funciones, clientes y entorno, tomando en cuenta sus conocimientos, habilidades, destrezas, experiencia y estructura de pensamiento”; (Franklin Fincowsky, 2007b, p. 9).

### **2.3.6 EL AUDITOR EXTERNO**

Como parte de la organización, como profesional independiente, su participación en una auditoría ... es muy valiosa, ya que se acepta que tiene una visión objetiva de los hechos, lo que incrementa y mejora las expectativas de lograr los resultados esperados en las circunstancias y tiempos estimados. (Franklin Fincowsky, 2007b, p. 10).

*Auditor.* "Auditor" se usa para referirse a la persona o personas que conducen la auditoría, generalmente el socio del trabajo u otros miembros del equipo del trabajo, o, según aplique, la firma. Cuando una NIA, expresamente, dispone que un requisito o responsabilidad sean cumplidos por el socio del trabajo, se usa el término "socio del trabajo" en vez del de "auditor".

Cuando sea aplicable, "socio del trabajo" y "firma" deben leerse haciendo referencia a sus equivalentes del sector público; (Glosario de términos Normas Internacionales de Auditoría. (NIA), 2010)

*“Marco de referencia de información financiera aplicable.* El marco de referencia para información financiera adoptado por la administración y, cuando sea apropiado, por los encargados del gobierno corporativo al preparar los estados financieros, que es aceptable en vista de la naturaleza de la entidad y el objetivo de los estados financieros, o es el que requiere la ley o regulación. (Glosario de términos Normas Internacionales de Auditoría. (NIA), 2010)

“Los estados financieros con propósito de información general (denominados “estados financieros”) son aquéllos que pretenden cubrir las necesidades de usuarios que no están en condiciones de exigir informes a la medida de sus necesidades específicas de información; (Norma Internacional de Contabilidad” (NIC), 2010).

Las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) son las Normas e Interpretaciones adoptadas por el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB).

### **2.3.7 FINALIDAD DE LOS ESTADOS FINANCIEROS**

Los estados financieros constituyen una representación estructurada de la situación financiera y del rendimiento financiero de una entidad. El objetivo de los estados financieros es suministrar información acerca de la situación financiera, del rendimiento financiero y de los flujos de efectivo de una entidad, que sea útil a una amplia variedad de usuarios a la hora de tomar sus decisiones económicas. Los estados financieros también muestran los resultados de la gestión realizada por los administradores con los recursos que les han sido confiados. (NIC 1, 2010, p. 11).

Conjunto completo de estados financieros:

- (a) un estado de situación financiera al final del período;
- (b) un estado del resultado integral del período;
- (c) un estado de cambios en el patrimonio del período;
- (d) un estado de flujos de efectivo del período;
- (e) notas, que incluyan un resumen de las políticas contables más significativas y otra información explicativa y;
- (f) un estado de situación financiera al principio del primer período comparativo. (NIC 1, pág. 12).

### **2.3.8 TIPOS DE SERVICIO DE CONSULTORIA**

“La consultoría es en lo esencial un servicio de asesoramiento. Esto significa que los consultores no se contratan (con algunas excepciones) para que dirijan organizaciones o adopten decisiones delicadas en nombre de la dirección” (Kubr & International Labour Office, 1997, p. 5).

La independencia financiera significa que el consultor no obtiene ningún beneficio de la medida adoptada por el cliente, por ejemplo la decisión de comprar una determinada marca de equipo.

*¿Por qué es importante recurrir al trabajo de los Consultores?*

No queda duda alguna de que los consultores existen y existirán ya que sus servicios satisfacen necesidades y existen clientes que los demandan.

Un gerente o director de empresa puede recurrir a un consultor si percibe una necesidad de ayuda de un profesional independiente y considera que el consultor será la persona adecuada para prestarle esa ayuda. Sin embargo, ¿de qué tipo de ayuda estamos hablando?, ¿cuál puede ser el objetivo de utilizar a un consultor?. (Kubr & International Labour Office, 1997, p. 9).

- Alcanzar los fines y objetivos de la organización;
- Resolver los problemas gerenciales y empresariales;
- Descubrir y evaluar nuevas oportunidades;
- Mejorar el aprendizaje;
- Poner en práctica los cambios.
- Optimizar costos

### **2.3.9 LA CONTABILIDAD**

Es el registro, clasificación y suma de sucesos económicos de manera lógica con el propósito de proporcionar información financiera para la toma de decisiones. Para proporcionar información relevante, los contadores deben tener una comprensión amplia de los principios y reglas que proporcionan la base para preparar la información contable. “Además, deben desarrollar un sistema para asegurarse de que los sucesos económicos de la entidad se registran de forma adecuada sobre una base oportuna y a un costo razonable. (Arens., 2007, p. 5).

La Contabilidad ofrece un control efectivo, proporcionando la información requerida para las operaciones diarias que realiza una empresa y para las decisiones de mayor o menor importancia,

cuando los registros contables están organizados y se mantienen en forma adecuada, establecen una contabilidad confiable, precisa, su proceso final es generar reportes para periodos específicos, entre e ellos estados financieros, para un periodo determinado como herramienta para toma de decisiones.

## **2.4 MARCO LEGAL**

### **2.4.1. CONSTITUCION DE UNA SOCIEDAD EN HONDURAS**

La empresa que se constituye deberá cumplir con las normas legales existentes en el país y comenzar con sus funciones de acuerdo a las bases que estas establezcan.

“Los comerciantes. Los actos de comercio se regirán por las disposiciones del Código de Comercio y las demás leyes mercantiles, en su defecto, por los usos y costumbres mercantiles y a falta de estos, por las normas del Código Civil” (Código de comercio, art. # 1).

Cuando se tiene claro qué tipo de empresa se constituirá y creyendo que la empresa tendrá un negocio en marcha por tiempo indefinido, que valdrá la pena constituirla deberá seguir una serie de pasos.

“Se deberá decidir qué forma jurídica se le dará a la empresa, esto dependerá del número y grado de responsabilidades de sus socios, del tamaño de capital y empresa de las ventajas que ofrece una u otra modalidad” (Consejo Nacional de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (CONAMIPYME), 2008).

Existen dos vías para la constitución de una empresa: 1) de acuerdo al Código de Comercio, 2) de acuerdo a leyes especiales.

### **2.4.2 CÓMO ESTABLECER UNA EMPRESA EN HONDURAS**

Se tomará y describirá los pasos a realizar para establecer una empresa de acuerdo al Código de Comercio, el cual sería el modelo a seguir para nuestra constitución que se detalla a continuación:

- a) La escritura pública, que es un instrumento público y legal que contiene los nombres de las personas que conforman la organización y de qué tipo es, el capital inicial, su duración, su naturaleza y objetivo.
- b) Inscripción en el Registro Mercantil, toda empresa constituida con base en el Código de Comercio deberá registrar su escritura de constitución en el Registro Mercantil. Para el caso de Francisco Morazán, este trámite se realiza en la Cámara de Comercio e Industria de Tegucigalpa (CCIT). Pero, en el resto del país, es en el Instituto de la Propiedad. Tiempo promedio: 1 día hábil.

Para registrar sociedades mercantiles:

Además de los requisitos anteriores, las sociedades mercantiles deberán presentar copia del depósito bancario por concepto del capital de constitución de la empresa.

- c) El Registro Tributario Nacional (RTN).

El Registro Tributario Nacional es el mecanismo para identificar, ubicar y clasificar a las personas naturales o jurídicas que tienen obligaciones ante la Dirección Ejecutiva de Ingresos (DEI).

Quién realiza el trámite: El empresario.

Además Adónde se realiza: En oficinas de la DEI, también se puede realizar en la Cámara de Comercio e Industrias de Tegucigalpa.

Tiempo promedio: Tres días hábiles.

Para obtener el RTN de una empresa mercantil:

- 1) Formulario de inscripción (Forma DEI 410), debidamente completado. Este formulario se obtiene gratuitamente en las ventanillas de atención al público de la DEI.
- 2) Fotocopia de escritura de constitución o carta de autorización extendida por notario.
- 3) Fotocopia del RTN del notario que autorizó la escritura de constitución.
- 4) Fotocopia de las tarjetas de identidad de los socios.
- 5) Copia de identidad y RTN del gerente o presidente.
- 6) Cuando sean cooperativas, se deberá presentar fotocopia del acuerdo de personería jurídica publicada en La Gaceta.

Se puede mencionar que la firma de auditoría será inscrita bajo la denominación de una Sociedad de Responsabilidad Limitada.

Según el Código de Comercio artículo No. 66 describe:

“Sociedad de responsabilidad limitada es la que existe bajo una razón social o bajo una denominación y cuyos socios sólo están obligados al pago de sus aportaciones, sin que las partes sociales, que nunca estarán representadas por títulos valores, puedan cederse sino en los casos con los requisitos que establece el presente Código”.

Artículo No. 67 Código del Comercio:

“La denominación se formará de acuerdo con lo que dispone el artículo 91; la razón social se formará con el nombre de uno o más socios. Una u otra irán inmediatamente seguidas de las palabras "Sociedad de Responsabilidad Limitada" o su abreviatura "S. De R. L."; la omisión de este requisito con conocimiento de los socios que figuren en la razón social hará a éstos y en todo caso a los administradores culpables, responsables subsidiaria, solidaria e ilimitadamente de las obligaciones sociales que así se hubieren contraído.”

## CAPÍTULO III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Este capítulo tiene como objetivo la descripción de las técnicas, procedimientos, fórmulas y métodos que se implementaron para poder llevar a cabo el proyecto de estudio. A continuación se presenta el enfoque y diseño de la investigación que se determinó para este estudio, la población y muestra representativa del proyecto, y las técnicas e instrumentos para la recolección de información.

### 3.1 CONGRUENCIA METODOLÓGICA

#### 3.1.1 DEFINICIÓN OPERACIONAL DE LAS VARIABLES

Para la operacionalización de la variable investigación en el proyecto se utilizaron los siguientes pasos:

**Tabla 4. Operacionalización de Variables**

Titulo	Objetivo General de la investigación	Objetivos específicos	Preguntas de investigación
Diseño de un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de auditoría financiera y consultoría para pequeñas y medianas empresas en Honduras.	Diseñar un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de auditoría financiera y consultoría para pequeñas y medianas empresas en Honduras, elaborando un estudio de mercado que determine y cuantifique tanto la oferta como la de demanda, que permita identificar los posibles clientes que garanticen su viabilidad.	1) Determinar los factores de mercado que son elementales que inciden para tener demanda insatisfecha dentro de las empresas que conforman el mercado objetivo.	¿Qué tipo de servicios están recibiendo los clientes actualmente, a qué tipo de empresas se enfocan?
		2) Realizar el estudio financiero donde se mida la rentabilidad de una empresa de auditoría financiera y consultoría por medio de indicadores de evaluación de proyectos.	¿Cuánto se requiere de inversión inicial y para empezar a operar una empresa de auditoría financiera?
		3) Identificar la ubicación y las principales necesidades de servicios de consultoría que requieren las empresas en Tegucigalpa.	¿Cuáles serían los clientes potenciales carecientes de algún tipo de servicio(s) de consultoría?
		4) Establecer la estructura organizacional y legal para la constitución de la una empresa de auditoría financiera y consultorías.	¿Qué aspectos legales se requieren para la constitución de una empresa de auditoría en Tegucigalpa?



### 3.1.2 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

En la tabla que se muestra a continuación se define las variables en factores medibles, lo que le permite la medición empírica y cuantitativa del análisis de pre-factibilidad para el diseño de un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de servicios de auditoría financiera y consultorías para pequeñas y medianas empresas en Honduras.

**Tabla 5. Variables en factores Medibles**

Variable independiente	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Ítem No.
Calidad de servicio	"La calidad es una estrategia competitiva, y que la competitividad de una empresa se manifieste en su entorno, cuando sus productos o servicios finales se conviertan en una inversión para sus clientes" (Galviz, 2011, P. 9).	Incluido al tipo de servicio, y satisfacer las necesidades del cliente.	Conocimientos. Capacidad humana. Experiencia.	Capacitación de empleados.	1
				Personal con experiencia en los rubros.	2
				Aplicación de las normas regulatorias.	3
				Cobertura periódica	4
				Conocimiento del cliente	5
				Servicio personalizado	6
Análisis de mercado	Es una iniciativa con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica.	Medición por medio de un análisis de mercado de la demanda, oferta y precios.	Uso de encuestas. Análisis de datos. Entrevistas.	Competidores empresas que prestan servicio de auditoría.	7
				Empresas dispuestas a recibir el servicio	8
				Innovación	9
Precio	Generalmente se denomina precio al pago o recompensa asignado a la obtención de un bien o servicio o, más en general, una mercancía cualquiera.	Determinación del costo de honorarios profesionales, a un costo razonable, competitivo, que satisfaga a los clientes.	Giro de la empresa. Tamaño de la empresa. Tipo de servicio. Calidad de servicio	Establecer tiempos de ejecución	10
				Grado de satisfacción del cliente	11
				Sistema a utilizar	12
			Análisis de la competencia	Cantidad de firmas que prestan este servicio	13
				Costo de honorarios	14

## **3.2 ENFOQUE Y ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN.**

Con el propósito de seguir una vía para obtener el conocimiento de la investigación del tema a abordar, encontramos dos enfoques principales: enfoque cuantitativo y el enfoque cualitativo de la investigación. Para nuestro estudio de pre factibilidad utilizaremos en enfoque cuantitativo y cualitativo.

Según Sampieri (2010): Utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación. Un enfoque cualitativo brinda profundidad a los datos, riqueza interpretativa, detalles y experiencias únicas. Investigación cualitativa proporciona profundidad a los datos, dispersión, riqueza interpretativa, contextualización del ambiente o entorno, detalles y experiencias únicas.

“La investigación cuantitativa nos ofrece la posibilidad de generalizar los resultados más ampliamente, nos otorga control sobre los fenómenos, así como un punto de vista del conteo y las magnitudes de estos” (Sampieri, 2010, p.16).

### **3.2.1 ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN**

Con las propiedades, características enfocadas a la viabilidad del estudio de pre factibilidad plasmadas en el marco teórico, con la definición del enfoque cualitativo, el próximo paso consistirá en determinar cuál es el alcance de la investigación a realizar. El alcance de investigación será descriptivo ya que lo que busca este método es “buscar especificar las propiedades, características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Sampieri, 2010, p.80).

## **3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

Este estudio posee un diseño de investigación (DI) no experimental (no hay modificación de variables solo su análisis) de tipo transversal (recolección de datos en un corte en el tiempo), teniendo como propósito describir y analizar las variables con una incidencia en un momento de tiempo dado, es de tipo descriptivo (busca especificar propiedades, características y rasgos del

estudio). El DI es mixto ya que se abordara desde un enfoque cuantitativo pero sus datos serán calificados desde un enfoque cualitativo.

Los aspectos de mercado se conocerán con los resultados de la encuesta y con información de fuentes secundarias. Para determinar las especificaciones técnicas se tomará en cuenta la ubicación estratégica del proyecto como las especificaciones de su construcción, así como el estudio financiero que generará resultados, flujos de caja y balances que se analizarán con indicadores financieros; todo esto nos generará información para determinar la viabilidad del estudio.

### **3.3.1 POBLACIÓN**

“La población es la suma de todos los elementos que comparten un conjunto común de características y que constituyen el universo para el propósito del problema de investigación”; (Malhotra, 2008, p 23).

La población de muestra en investigación será Empresas que operan en Tegucigalpa

### **3.3.2 MUESTRA**

Según Kinnear (2000): “En estadística, el tamaño de la muestra es el número de sujetos que componen la muestra extraída de una población, necesarios para que los datos obtenidos sean representativos de la población”.

Se utilizará la siguiente fórmula:

El cálculo del tamaño de la muestra es uno de los aspectos a concretar en las fases previas del estudio de mercado y determina el grado de credibilidad a los resultados obtenidos. La muestra que se utilizará será para muestras infinitas, debido a que la población a estudiar es alta 3,307 empresas inscritas en la Cámara de Comercio e Industrias de Tegucigalpa, que son consideradas medianas y grandes. Se detalla a continuación la Formula de muestreo que se utilizara en este estudio.

$$n = \left\{ \frac{K^2 (p) (q) (N)}{\dots} \right\}$$

$$e^2 \quad (N-1) + K^2 (p) (q)$$

$$n = \frac{(1.75)^2(0.5)(0.5)(3,307)}{(0.08)^2(3,307-1) + (1.75)^2(0.5)(0.5)} = \frac{2,531.92}{21.9240} = 115.49$$

n= Que se redondeará a 120 encuestas

Dónde:

N: es el tamaño de la población o universo (número total de posibles encuestados).

k: es una constante que depende del nivel de confianza que asignemos. El nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de nuestra investigación sean ciertos.

e: es el error muestral deseado. El error muestral es la diferencia que puede haber entre el resultado que obtenemos preguntando a una muestra de la población y el que obtendríamos si preguntáramos al total de ella.

p: es la proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio. Este dato es generalmente desconocido y se suele suponer que  $p=q=0.5$  que es la opción más segura.

q: es la proporción de individuos que no poseen esa característica, es decir, es  $1-p$ .

n: es el tamaño de la muestra (número de encuestas que vamos a hacer).

Para determinar el número de encuestas a realizar, se establece un grado de confianza del 92% y un margen de error del 8%, además se toman un valor de  $p=0.50$  y un valor  $q=0.50$ .

Según la Ley de los Grandes Números, entendida desde la óptica meramente estadística, a medida que más amplia sea una muestra estadística seleccionada de los elementos que conforman una determinada población estudiada, el promedio del valor de la información obtenida de esos elementos de la muestra se acercará más y más al promedio del valor de la información que se obtendría de todos los elementos que conforman la población completa, lo cual equivale a que siempre la muestra estadística más amplia será mucho más representativa de la tendencia promedio (o más común) que impera entre los elementos de la población completa.

### **3.3.3 UNIDAD DE ANÁLISIS**

“La unidad de análisis se denomina como los casos o elementos sobre los cuales se recolectará los datos para la investigación, el qué y sobre quiénes se recolectará la información y están relacionadas con el planteamiento del problema” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010).

Las unidades de análisis identificadas para esta investigación son las empresas del área urbana de la ciudad de Tegucigalpa, a quienes se les aplicó una encuesta sobre sus preferencias en los servicios de Auditoría Financiera y Contable.

### **3.3.4 UNIDAD DE RESPUESTA**

Para esta ocasión y para este tipo de proyecto se requería saber o conocer la intensidad de las empresas entrevistadas en utilizar este servicio de Auditoría Financiera y Contable, así como las diferentes actividades que esto conlleva.

## **3.4 INSTRUMENTOS CUANTITATIVOS**

### **3.4.1. CUESTIONARIO**

Para poder evaluar, analizar adecuadamente, y de manera razonable las muestras de investigación se utilizará la encuesta o cuestionario como un instrumento de medición cuantitativa de forma aplicada. Las preguntas incluirán temas como la recurrencia de utilización de los servicios, tipos de servicios, calidad de servicios, grado de satisfacción de los usuarios de los servicios de auditoría y consultoría, tomando como base estos elementos podremos describir analizar y establecer una base de información para determinar la tendencia de los tipos de servicios ofrecidos actualmente, cuáles son las carencias de mercado, el mercado insatisfecho, tipo de competidores, los tipos de exigencias requeridas a brindar, y si existe potenciales nichos a posesionarse .

### **3.4.2 INSTRUMENTOS CUALITATIVOS**

Una de las técnicas utilizadas en la investigación del presente proyecto para obtener la recolección de datos cualitativos es la entrevista.

### **3.4.3 ENTREVISTA**

Dentro de este marco se realizarán entrevistas a expertos en el tema relacionado con el giro del proyecto, con el fin de conocer algunos puntos claves para buscar y obtener el éxito en el mercado hondureño, cuál podría ser el comportamiento operacional de los clientes, cuál sería la tendencia de servicios que ofrece la competencia, cuáles serían los tipos de herramientas de sistemas de trabajo, cual es el costo de un servicio de auditoría y consultorías actualmente en el mercado, entre otras variables.

La entrevista cualitativa es más íntima, flexible y abierta. Ésta se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados).

En el último caso podría ser tal vez una pareja o un grupo pequeño como una familia (claro está, que se puede entrevistar a cada miembro del grupo individualmente o en conjunto; esto sin intentar llevar a cabo una dinámica grupal, lo que sería un grupo de enfoque; Según King y Horrocks (2009, citado en Hernández Sampieri et al 2010).

### **3.4.4 GRUPO FOCAL**

“Los grupos focales son antes que nada una buena técnica para obtener datos de investigación. Al igual que en cualquier proyecto de investigación, con grupos focales uno recolecta y analiza información de manera de poder responder una interrogante de investigación”; (Mella, 2000, p.5).

Esta es una buena técnica de investigación de actitudes y opiniones de lo que la gente puede pensar sobre el tipo de proyecto que se está estudiando, para el proyecto se puede seleccionar los tópicos para la entrevista encaminado a tener una respuesta para las variables del trabajo, que se quiere extraer una respuesta, satisfacer dudas sobre datos específicos, además sobre la percepción que pueden tener los entrevistados sobre el giro de la empresa que se pretende establecer.

Los participantes para este tema deben tener algunas características como conocimiento basto sobre el rubro a que se está estudiando, por ejemplo:

- Capacidad,

- Experiencia,
- Pericia,
- Convencimiento en la materia.
- Conocimiento de mercado

### **3.5 FUENTES DE INFORMACIÓN**

Para obtener conocimiento, buscar y acceder a la información es necesario contar con fuentes de información confiables. Las fuentes de información son los instrumentos por medio de las cuales se obtiene información sobre un tema o temas de interés y/o estudio. Las fuentes de información pueden ser primarias o secundarias.

#### **3.5.1 FUENTES PRIMARIAS**

Las fuentes primarias de información están constituidas por el propio usuario o consumidor del producto, de manera que para obtener información de él es necesario entrar en contacto directo.

El estudio utilizará las siguientes fuentes primarias:

##### 1) Entrevista Exploratoria

- Entrevistas a expertos donde se indague sobre el mercado a incursionar, su comportamiento, el costo de servicios.

##### 2) Encuestas

- El cuestionario que se realizara a los usuarios de los servicios de auditorías financieras y de consultorías, para determinar al hábito de requerirlo ya sea por diversos aspectos, obligaciones, en el área de Tegucigalpa, con el propósito de recopilar información sobre perfiles de usuarios, calidad de servicios, exigencias, periodos de servicios, tipos de competidores del mercado.

#### **3.5.2 FUENTES SECUNDARIAS**

Se denominan fuentes secundarias aquellas que reúnen la información escrita que sobre el tema, ya sea en estadísticas del gobierno, libros, datos de la propia empresa y otras (Baca, 2006).

El estudio utilizará las siguientes fuentes secundarias:

- 1) Fuentes bibliográficas informes de investigación (tesis) que puedan relacionarse con el tema de estudio.
- 2) Informes técnicos sobre indicadores socioeconómicos, de desarrollo y de política territorial elaborados por la municipalidad de Tegucigalpa.
- 3) Libros y artículos.



## **CAPÍTULO IV. RESULTADO Y ANÁLISIS**

### **4.1 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO**

El proyecto consiste en una empresa que se dedica a asistir técnicamente a pequeñas y medianas empresa en las áreas de auditorías financieras y consultorías en contabilidad. En el caso de auditorías financieras es la evaluación de las cifras de los estados financieros a partir de un período determinado que normalmente es de un año. La obligación será emitir una opinión sobre la examinación efectuada de las cifras del cliente con un informe de auditoría de estados financieros que comprende a) Balance de Situación, b) Estado de Resultado, c) Estado de Cambios en el Patrimonio, d) Estado de Flujos en el efectivo, y e) Nota a los Estados Financieros.

Opinión sobre evaluaciones de Control Interno conteniendo las recomendaciones para mejorar los procedimientos administrativos y contables, sea con propósitos especiales requeridos de acuerdo a las normas vigentes de auditorías NIA o de acuerdo a Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF para PYMES), además auditorías con acuerdos predeterminados, o de revisión de segmentos de estados financieros. Para la consultorías comprende llevar las contabilidades de los clientes de manera quincenal o mensual, registrando sus operaciones contables con los soportes de las operaciones incurridas, que el cliente realice, posteriormente enviar reportes a los representantes de los clientes en los tiempos estipulados en los contratos. Además se contará con el personal capacitado para atender adicionalmente otro tipo de auditoría, para trabajos fiscales, capacitaciones.

Una de las forma de poder captar los clientes será por medió de recomendaciones, por conocer directamente al cliente, y la otra forma es visitar al cliente y proponerle los servicios de auditoría, previo un estudio del segmento de mercado insatisfecho.

### **4.2 DEFINICIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO**

La satisfacción de las necesidades, de las expectativas de los clientes en un mercado competitivo, es la preocupación fundamental de las compañías, en este mundo globalizado, las evoluciones, los cambios en los negocios son modelos de cambio continuo. Con el propósito de apoyar a los clientes que se capten a través de un servicio de auditoría financiera y de consultorías,

contabilidades, se busca brindar a los clientes un servicio eficiente de calidad, con garantía, con lo que el cliente podrá tener la satisfacción, la información clara y una herramienta en que se pueda apoyar para tomar decisiones más precisas, mayor competencia en el giro del negocio. Para el caso de la Consultoría, que es un servicio profesional que contiene varias características, que el cliente busca encontrar por ejemplo objetividad, eficiencia, independencia, seguridad de la empresa de consultoría.

El crecimiento de la competencia obliga a que las empresas mantengan herramientas precisas, eficientes para que estas tengan o implementen mejores técnicas de competencia, herramientas empresariales para lograr la calidad y competencia.

### **4.3 ESTUDIO DE MERCADO**

#### **4.3.1 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA Y LA INDUSTRIA**

##### **POLÍTICA**

De manera general, la situación política de Honduras paulatinamente se puede describir que se ha ido estabilizando, posterior al hecho sucedido en junio de 2009 (sustitución del presidente de ese período). Posterior a esos hechos se ha buscado la reconciliación con el resto de los países del mundo, intentando buscar una democracia menos débil. El gobierno ha tratado de unificar los diversos conflictos de intereses políticos a nivel de país, e incorporarse a algunos organismos internacionales de los cuales habían excluido a Honduras y sus consecuencias fueron graves. La situación política actual no es la mejor ya que su democracia tiene fragilidades, susceptible a ser manipuladas por intereses particulares.

La situación jurídica falta mucho por mejorar, como consecuencia tener mejor seguridad de la población, tener un panorama más claro de lo que busca en muchas materias básicas para el desarrollo a nivel de país, lo mismo para inversores ya sean nacionales o extranjeros. Si se contara con mayor seguridad jurídica, más seriedad en el establecimiento de impuestos, habría mayor competitividad, un incentivo de invertir, ya que los escenarios pudiesen ser mayor predecibles para la operación de las compañías. Si no se tiene políticas sanas para mejorar la estabilidad de país, complica el crecimiento económico, no existiendo el apetito de la inversión, afectando de manera directa la situación económica de los hondureños y haciendo más pobres a los que ya son desposeídos de recursos económicos.

## ECONÓMICO

Según emisión del Banco Central de Honduras (B.C.H.), en revisión del programa monetario 2014 -2015, el crecimiento de la producción nacional para el primer semestre de 2014, conforme a una serie original del índice Mensual de Actividad Económica (IMAE), fue de 2.8% (2.2 % a junio de 2013).

Las actividades económicas que representan mayor desempeño fueron: Intermediación Financiera, Seguros y Fondos de Pensiones (6.1%); correo y Telecomunicaciones (4.2%); Agricultura, Ganadería Silvicultura, y Pesca (4.1%); Industrial Manufacturera (2.3%); y Otros Servicios (2.4%). La construcción Privada (-10.0%) continuó afectando negativamente el desempeño de la actividad económica.

La dinámica relación del sistema financiero con el sector privado, asociada al comportamiento de la actividad económica, se ve reflejada a través de los depósitos y el crédito, los cuales mostraron a julio de 2014 una mayor expansión que lo observado en el mismo período de 2013.

Los depósitos totales del sector privado en las Otras Sociedades de Depósitos (OSD) presentaron una tasa de crecimiento de 8.1% (5.8% en similar período del año previo) influenciado principalmente por la variación interanual de las captaciones en moneda nacional (9.0% julio 2014); por su parte, los depósitos en moneda extranjera presentan una variación de 6.1%, menor al 12.7% observado a julio de 2013.

## PRECIOS

A junio de 2014, la inflación total se mantenía dentro de las expectativas para el cierre del mismo año (6.5%  $\pm$  1.0 establecido por el Programa Monetario).

La inflación, medida a través del Índice de Precios al Consumidor (IPC), en julio de 2014 mostró una variación interanual de 6.59%. Los rubros que presentaron una mayor contribución a la inflación fueron: Alimentos y Bebidas no Alcohólicas (2.36 pp); Alojamiento, Agua, Electricidad, Gas y Otros Combustibles (1.03 pp); Prendas de Vestir (0.64 pp); y Transporte (0.50 pp). Asimismo, se mantiene el rango para la inflación en 6.5%  $\pm$  1 puntos porcentuales (pp) al cierre del año 2014, y 5.0%  $\pm$  1 pp para 2015.

Para el año 2014, se estimaba que la economía hondureña continuara registrando un comportamiento positivo; en términos reales se espera un crecimiento del PIB entre 2.5% y 3.5%.

#### PERSPECTIVAS PARA 2015

Considerando las perspectivas económicas y de inflación mundial, para la economía hondureña se espera un crecimiento del PIB en términos reales entre 2.5% y 3.5%. Las principales actividades económicas que favorecerían el desempeño positivo serían: Intermediación Financiera; Comunicaciones; Industria Manufacturera; y Agricultura, Ganadería, Caza, Silvicultura y Pesca. Desde la perspectiva del gasto, el impulso de la economía estaría determinado por el consumo e inversión del sector privado. Los servicios de Intermediación Financiera reflejarán un alza derivada de la demanda del crédito, vinculada al comportamiento del resto de actividades económicas.

Lo mismo que su índice inflacionario la tendencia al menos sería de mantenerse en un  $5.0\% \pm 1$  pp para 2015, que estaría dentro de las expectativas realizadas, ya que las importaciones de combustibles influyen pero debido a la baja de su precio, hace que se podría lograr con las expectativas de índice de inflación.

#### FACTORES SOCIO CULTURALES

En el transcurso de los años, las pequeñas y medianas empresas en diverso rubros han venido en crecimiento, siendo un soporte fundamental para mantener a flote la economía hondureña, a pesar de no tener un apoyo significativo de los gobiernos, ya que a 2014 el número de empresa registradas en la Cámara de Comercio de Tegucigalpa ascendían a 2,646, aproximadamente, una de las zonas de mayor crecimiento del país, esta tendencia puede deberse a que la economía hondureña es débil por lo que la población económicamente activa no encuentra mayores oportunidades de trabajo, y una opción es crear su propia empresa.

#### TECNOLOGÍA

En el presente, la tecnología es una herramienta fundamental para cualquier empresa que opera, independientemente de su rubro, ya que por medio de ella se facilita la eficiencia, el control, las operaciones de las compañías y así poder llevar con mayor precisión sus registros, y tener mayor eficiencia. La tecnología es un elemento en continua evolución.

A nivel de Honduras se cuenta con proveedores de servicios que satisfacen las necesidades de sus clientes, por lo que es un tema superable, pero para el caso de la operación de los servicios de auditoría, pudiese necesitarse comprarla la adquisición con proveedores del extranjero, ya que a nivel de Honduras no se ha desarrollado un sistema para auditorías que pudiese dar mayor confiabilidad, completo y eficiente. Para el tipo de sistemas a utilizar en el área contable se puede adquirir a nivel nacional, o a nivel interno de la compañía, ya que su grado de operaciones a realizar en ello no es nada complejo.

## LEGAL

En el ambiente legal, como lo indicábamos anteriormente en el marco legal, se describirá cuáles son los requisitos para el establecimiento legal de una empresa en Honduras.

De acuerdo con el artículo 384 del Código de Comercio, es obligatorio que todo comerciante y/o sociedad mercantil se registre en la Cámara de Comercio e Industria (C.C.I.T.) correspondiente al municipio en el cual funcionará la nueva empresa.

Sin este registro, las alcaldías no autorizan el permiso de operación. Pero, además, al registrarse, la empresa forma parte de la base de datos de la localidad, lo cual es útil para establecer contactos comerciales.

Para el permiso de operación, esté documento lo extiende la municipalidad para garantizar que la empresa funciona conforme a las leyes municipales. Esta gestión la realiza el empresario en la municipalidad donde funcionará la empresa. En Tegucigalpa se puede realizar también en la (C.C.I.T.).

### 4.3.2 ANALISIS FODA

**Tabla 6. Análisis FODA**

	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<b>ANALISIS FODA</b>	F.1. Experiencia de personal F.3. Servicio personalizado F.4. Costo razonable F.5. Certificaciones garantizadas F.6. Conocimiento y experiencia en varios rubros	D.1. Mercado con mucha competencia D.2. Compañía no conocida

<b>OPORTUNIDADES</b>		
O.1: Apertura de nuevos clientes O.2: Nuevos mercados O.3: Nuevas propuestas de servicios O.4: Mayor competencia O.5: Alianzas estratégicas	F.O.1: Servicio personalizado con el cliente F.O.2: Llegar a clientes que se han aislado por su ubicación geográfica y giro F.O.3: Servicios completos de acuerdo a las necesidades del cliente F.O.4: Eficiencia, respaldo, responsabilidad, innovación en la prestación de los servicios. F.O.5: Prestar más de un servicio, o apoyar a pequeñas compañías con asesoramientos.	Implementación de alianzas con empresas ya sea del mismo rubro o de otro giro para mostrar mayor crédito.
<b>AMANAZAS</b>		
A.1: Incremento de la competencia	F.A.1: Mantenerse a la vanguardia en conocimientos y asesoramiento a los clientes	D.A: Dar a conocer a los potenciales clientes, de servicios de auditoría y Consultorías
A.2: Incremento de devaluación de la moneda A.3: Inseguridad ciudadana	F.A.2: Brindar servicios de calidad, a precios competitivos	D.A: Estabilizarse en el mercado, expandirse en el mercado, estableciendo una cartera significativa

La tabla 6 muestra el análisis FODA, con las estrategias de operación para competir en el giro de servicios de auditoría y consultorías, con el propósito de entrar en dicho mercado, mantenerse y ser competitivos.

### **4.3.3 ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTTER**

#### **COMPETENCIA**

La competencia en el mercado de servicios está conformada por competidores directos. Son las diversas firmas de auditoría que es amplio su número, ya que existen aproximadamente 56 firmas de auditoría registradas en la Comisión Nacional de Bancos y Seguros (C.N.B.S.), sin incluir algunas pequeñas firmas que no se reflejan en el registro de este ente, para un total de 2,360 empresas registradas a nivel de Tegucigalpa como posibles receptoras de servicios de auditoría, esto en el caso de los servicios de auditoría financiera. En el caso de los servicios de consultoría, existe muchas compañías dedicadas a prestar exactamente el mismo servicio; estas serán la competencia directa.

## NUEVOS COMPETIDORES

Los nuevos competidores de servicios de auditoría y consultorías a nivel de Tegucigalpa, pueden ser la creación de otras empresas dedicadas al mismo giro orientados a clientes del mismo segmento de mercado.

## SERVICIOS SUSTITUTOS

Los servicios sustitutos directos de los servicios de auditoría financiera y consultorías (contables) no se tienen ya que las auditorías financieras cumplen una función de evaluación específica, lo mismo que los servicios contables.

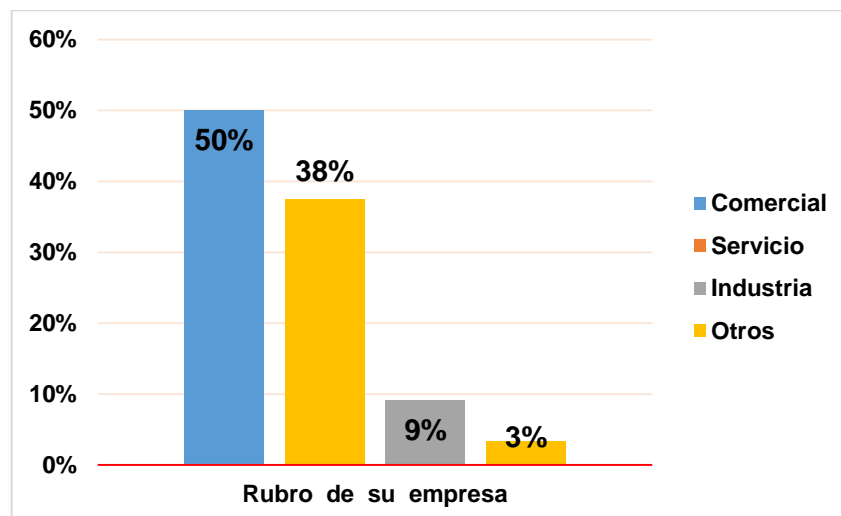
## CLIENTES

Los servicios de auditoría financiera y consultorías están dirigidos a pequeñas y medianas empresas de Tegucigalpa, ya que es una de las regiones del país donde se concentran el mayor número de empresas, por lo que estos servicios estarán segmentados a estas compañías que buscan tener mayor, muy buenos servicios y con precios razonables.

### 4.3.4 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

A continuación se muestra un detalle sobre el análisis e interpretación de los resultados obtenidos como instrumentos de recolección de información cualitativa y cuantitativa. Con el de identificar elementos que nos ayuden a dar un perfil de los que requieren los servicios y preferencias de auditoría.

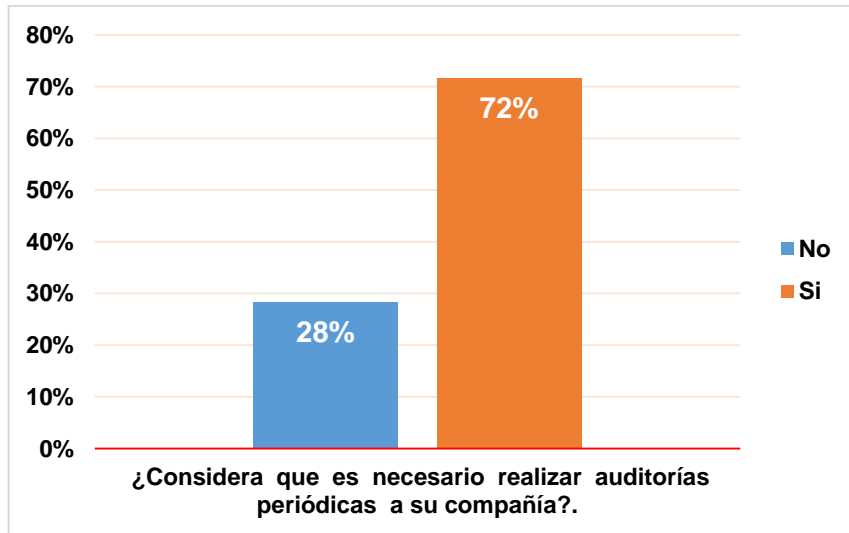
#### Encuestados en el rubro que laboran.



**Figura 7. Rubro de la empresa a cual pertenece del personal encuestado**

Al obtener los resultados, la tendencia muestra que en su mayoría de los encuestados pertenecían al rubro de las empresas comerciales seguidamente a prestación de servicios, seguido del área de la industria. Podemos mencionar que en el área de Tegucigalpa hay un porcentaje muy significativo que corresponden al rubro comercial y de servicios.

**Frecuencias de auditorías**

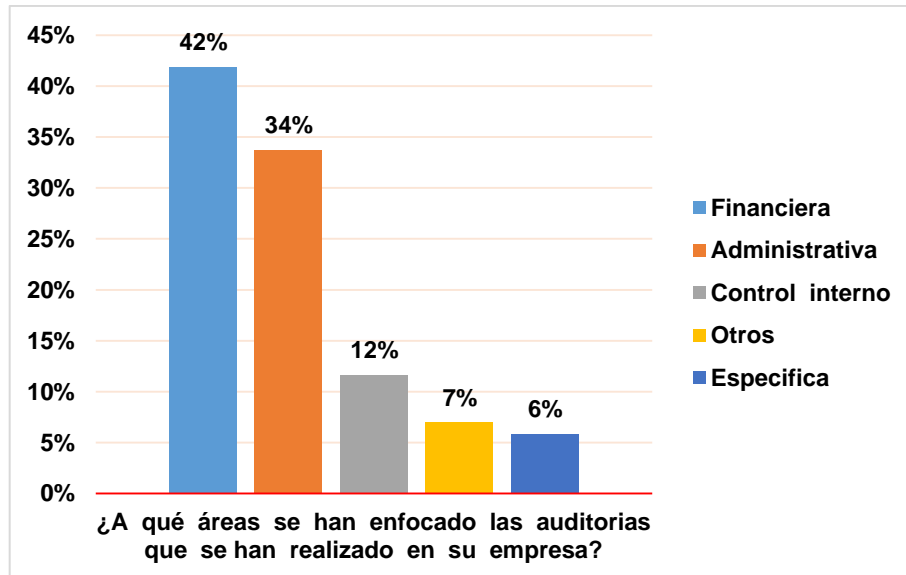


**Figura 8. Gráfica que muestra quiénes consideran importante recibir un servicio de auditoría financiera y quienes son indiferentes al servicio.**

Nos indica el grado de importancia de los servicios de auditoría financiera para el personal a nivel ejecutivo de sus compañías. Por lo que para nuestro proyecto se tomará en cuenta el porcentaje del 72% que serían los clientes potenciales en recibir un servicio de auditoría. El resto de los encuestados del 28% quedarían descartados ya que no estarían dispuestos a adquirir el servicios.

**Áreas en las que se enfocaron las auditorías realizadas a encuestados:**

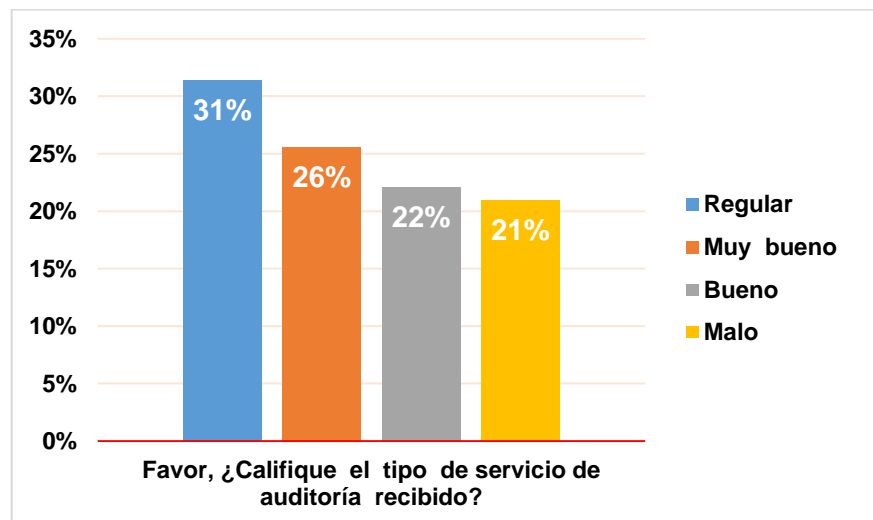




**Figura 9. El nivel de servicios de auditoría requeridos de los encuestados.**

El propósito de analizar estas variables es tener un panorama del nivel y tipos de auditoría que más requieren los clientes; por lo que podemos destacar que el mayor servicio de auditoría requerido es la financiera.

**Calidad de servicio de auditoría recibida:**

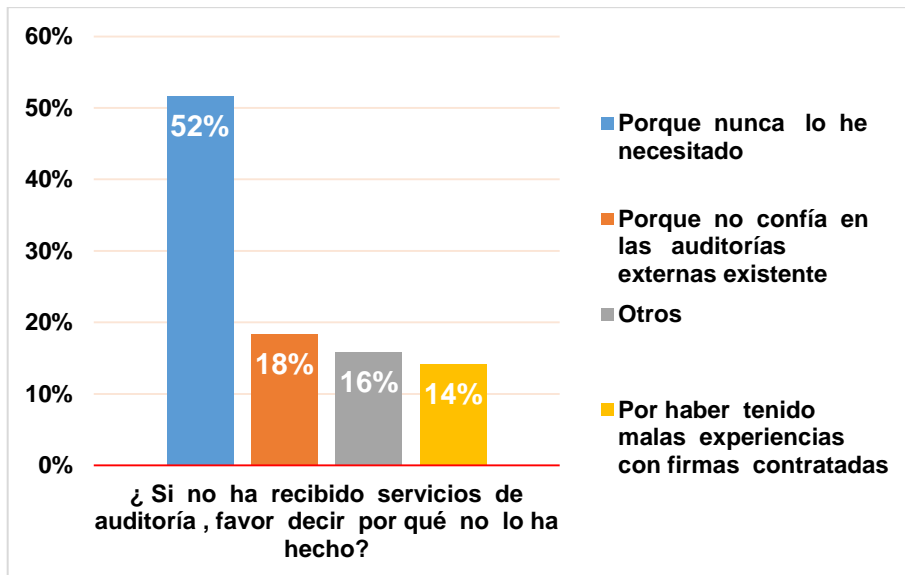


**Figura 10. Grafica determina el nivel de satisfacción de los clientes que recibieron el servicio.**

Podemos observar que el tipo de servicio de auditoría recibidos por las firmas de auditoría un 21% considera que le servicios no llena sus expectativas y un 31% considera que su servicio es

regular, estas variables se pueden reflejar en el cambio de servicios de auditorías que hacen las compañías en corto tiempo probablemente por estar insatisfechos.

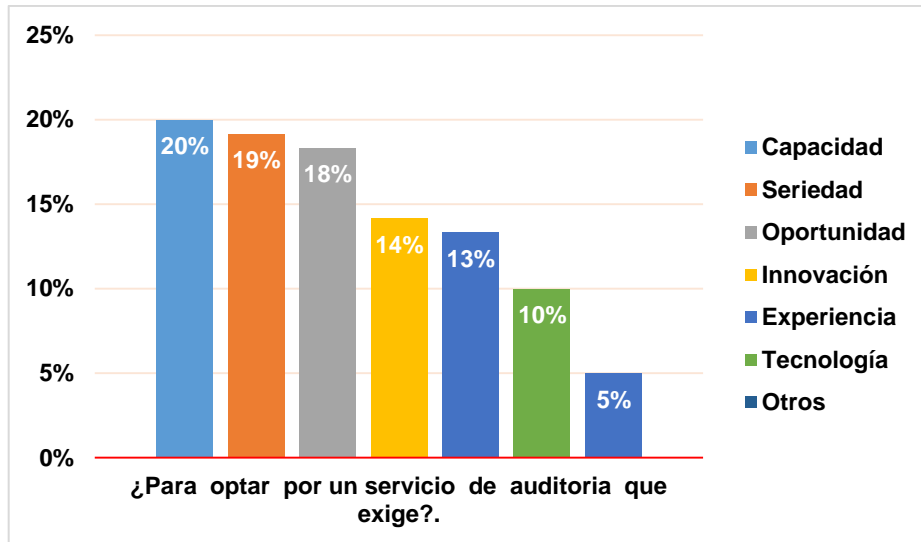
### Compañías que no han recibido servicios de auditoría:



**Figura 11. Razones de usuarios por las que no ha recibido servicios de auditoría.**

Es muy importante definir que hay compañías que aún no han recibido servicios de auditoría uno de los factores que mencionan es debido a que nunca lo han necesitado, es cuál puede ser clientes que no han tenido la visita de proveedores de servicios que operan actualmente. Otros representantes encuestados comentan que no han recibido este servicio, que en su momento tuvieron malas experiencias con firmas de auditoría, es otro segmento muy potencial para lanzar nuestros servicios.

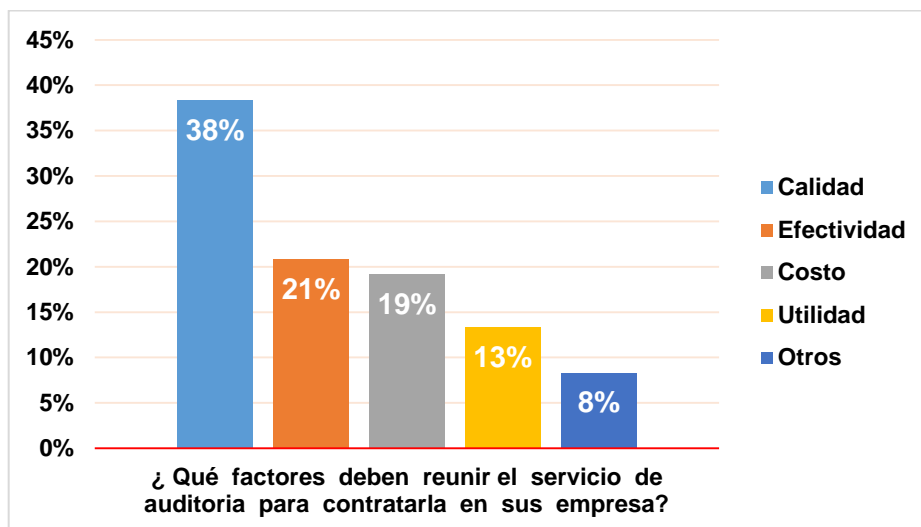
### Exigencias para un servicio de auditoría:



**Figura 12. Requerimientos profesionales de los clientes al optar por un servicio de auditoría.**

Se puede identificar que los clientes para contratar los servicios de auditoría toman en cuenta básicamente el grado de capacidad con un 20%, seriedad con un 19%, oportunidad con un 18%, innovación con un 14% podemos mencionar que estas habilidades de servicio es parte del perfil que se tendrá con los servicios a brindar.

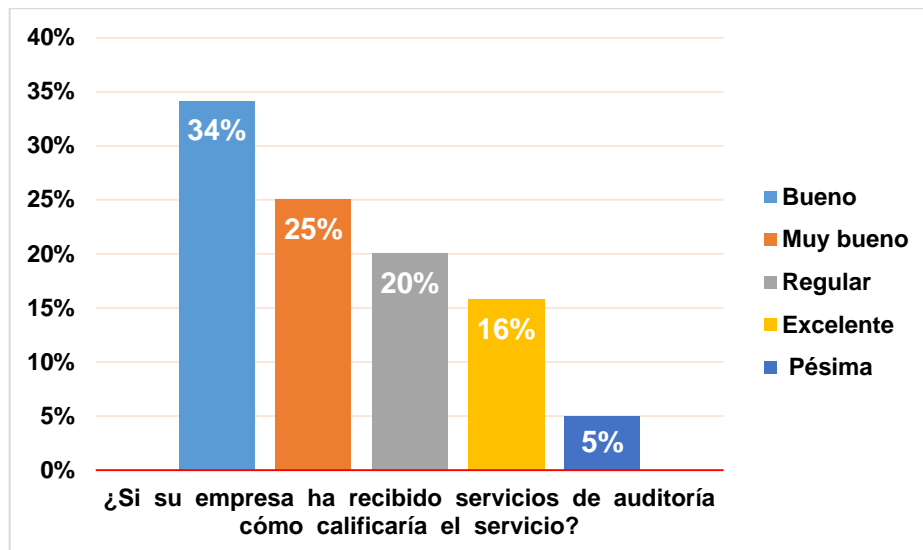
**Factores de contratación de servicios**



**Figura 13. Requisitos para contratar un servicio de auditoría.**

En el caso de la contratación de servicios, los elementos más remarcados por el cliente son la calidad, la eficiencia, y su costo, elementos pilares que el mercado toma base para la contratación de los servicios.

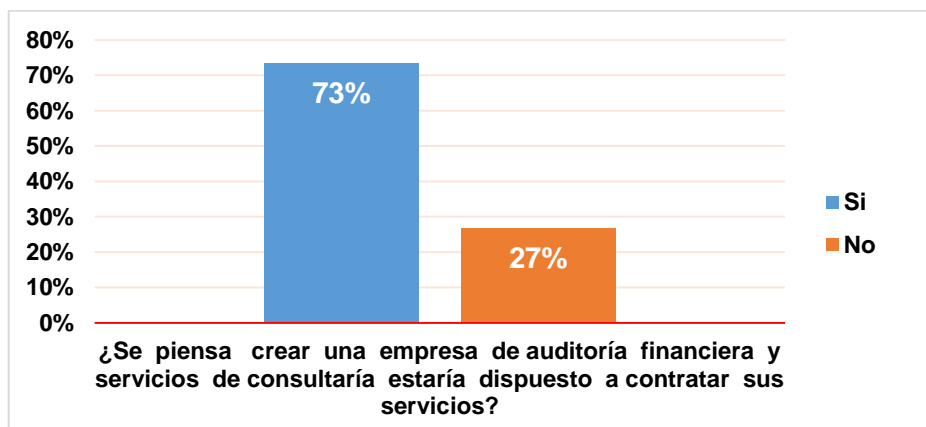
### Cómo califica el servicio de auditoría recibido:



**Figura 14.** Esta variable nos indica el nivel de aceptación de los usuarios del servicio.

El propósito de esta consulta es identificar qué porcentaje de encuestados han recibido consultorías y quienes aún no la han recibido y determinar qué mercado estaría con posibilidades de contratarnos.

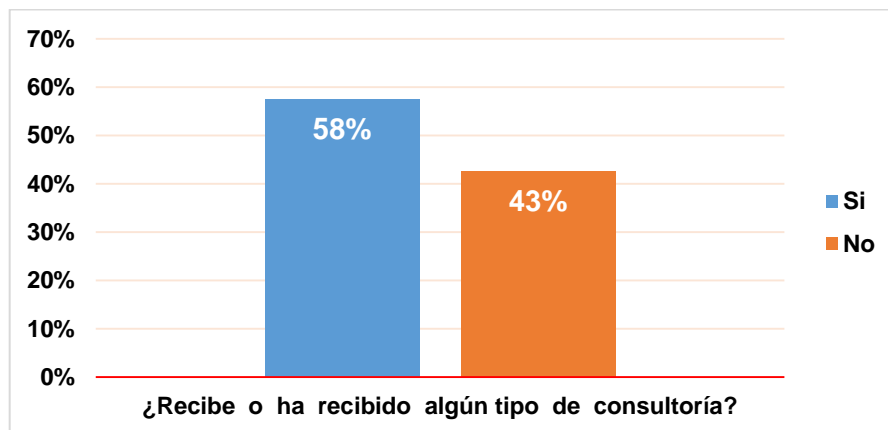
### Estaría dispuesto a recibir nuestros servicios:



**Figura 15. Describe gráficamente el nivel de aceptación de un nuevo servicio.**

Como podemos observar en la figura muestra que existe un 73% de las encuestas pudiesen tomar en cuenta un nuevo servicio de auditoría, esto nos indica que existe una gran oportunidad en el mercado actual.

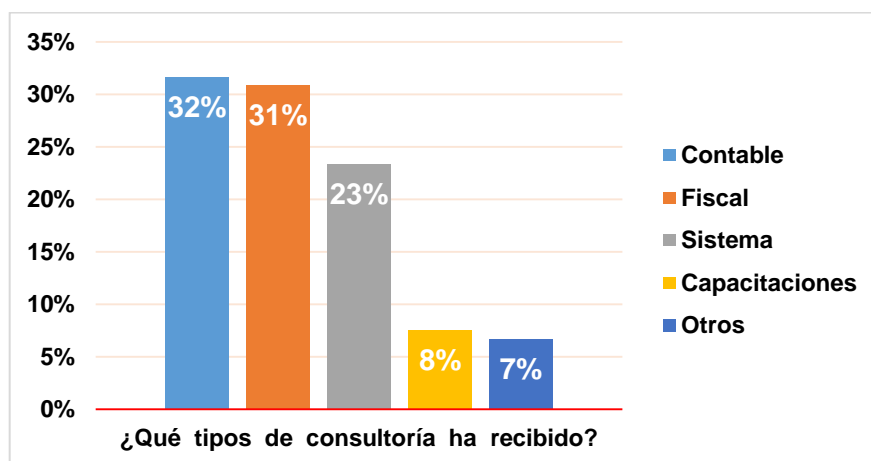
**Aceptabilidad de servicio de Consultoría:**



**Figura 16. Muestra el porcentaje de usuarios que ha recibido servicios de consultoría**

La grafica muestra en su mayor porcentaje ha contratado servicios de consultoría por lo que este segmento sería donde están los clientes potenciales a contratar los servicios a brindar.

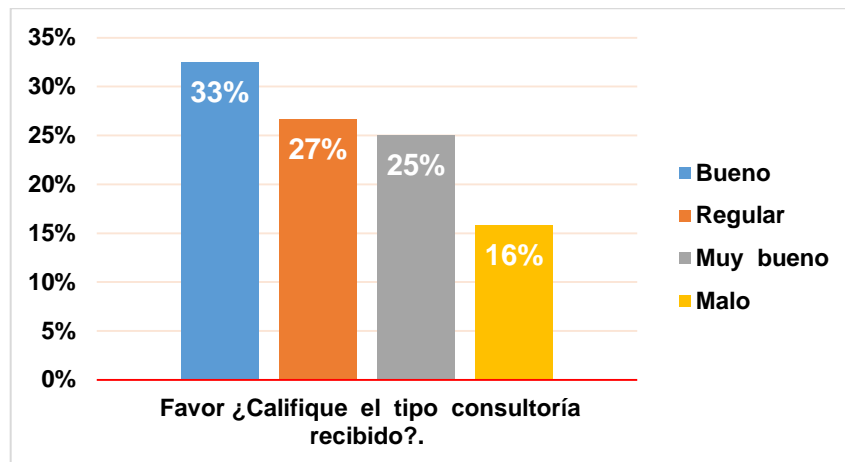
**Tipo de consultoría recibido:**



**Figura 17. Muestra los tipos de servicios recibidos**

La figura muestra en su mayor porcentaje que contrata servicios de consultoría es la contable por ser básica para todo tipo de empresa, también el servicio de aserías fiscales es fundamental y se muestra que es la segunda a nivel de exigencia por el mercado encuestado.

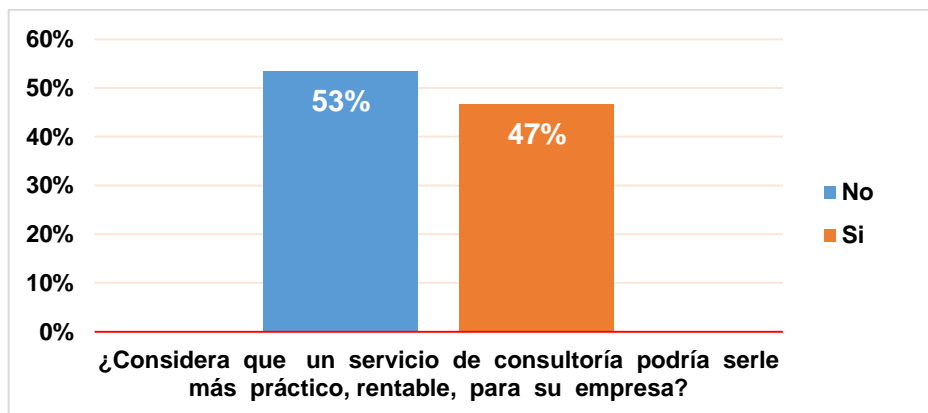
**Calificación el tipo de servicio recibido:**



**Figura 18. Muestras el grado de aceptación por los representantes de las compañías que han recibido estos servicios.**

La grafica refleja cual es la calificación otorgada por los usuarios de este servicios, otorgándoles un porcentaje alto o muy bueno solo el 25% bueno con el 33%, por lo que se puede concluir que en éste mercado los usuarios no están totalmente conformes con los servicios y esperarían que se les brindase mayor calidad.

**Consideraciones sobre un servicio de consultoría:**



**Figura 19. Refleja el nivel de aceptación en cuanto a beneficios de servicios de consultoría.**

La grafica muestra el grado de rentabilidad de los encuestados y para su grado de comodidad.

#### **4.3.5 ESTIMACIÓN DE TENDENCIAS DEL MERCADO**

Con el pasar de los años las empresas hondureñas pequeñas y medianas han tomado conciencia de lo fundamental que es, esta buena cultura financiera, de examinar sus operaciones, sus estados financieros, como una herramienta básica, para toma de decisiones.

Según los resultados desprendidos del cuestionario aplicado, se estima que existe una oportunidad bastante significativa de incursionar en el mercado para la prestación de servicios de auditoría financiera y prestación de servicios de consultoría, para el caso de los servicios de auditoría un 72% consideran que es de utilidad, y este segmento es sobre el cual se lanzaría el proyecto.

De igual forma se puede mostrar que el mayor servicio de auditoría requerido por los encuestados que han recibido servicios (el 72%) de este segmento, un 42%, recibió auditoría financiera con por lo que la mayor demanda es el servicio al cual se está enfocando; seguido con un 34% por auditorías administrativas. Otro escenario fundamental es la tendencia reflejada en la inconformidad de los usuarios con un 53% de las compañías que han recibido servicios, no están satisfechos, y esta área es la más fundamental donde perfectamente se puede ingresar.

##### **4.3.5.1 LA DEMANDA INSATISFECHA**

En los estudios planteados en este trabajo de pre-factibilidad uno de los objetivos es determinar cuál es la demanda potencial que se puede tener si se constituye una firma de auditoría ubicada en la ciudad de Tegucigalpa, Francis Morazán.

El concepto de demanda se define como el volumen total que sería adquirido de dicho producto por un grupo de compradores determinado, en un período de tiempo fijado y a partir de unas condiciones de entorno y esfuerzo comercial determinados (Casado & Sellers, 2006).

Para lograr determinar el grado de demanda que se pudiese alcanzar al operar como firma de auditoría, tomando en cuenta el cuestionario realizado donde se consultó a los encuestados que han recibido algún tipo de auditoría y que como calificarían el servicio recibido, la encuesta revelo que un 16% calificó como excelente el 25% muy bueno, el 34% que es bueno, el 20% lo calificó como regular y el 5% como pésimo.

Partiendo de estos escenarios se puede concluir que el 25% de los encuestados no está satisfecho con el servicio que actualmente recibe, representado con el 5% que considera que el servicio es pésimo más el 20% que considera como regular sumando un total del 25% de los encuestados. Estos datos muestran que existe una población insatisfecha, y que si existe un mercado que estaría dispuesto a adquirir los servicios de auditoría financiera, partiendo de un mercado en base a cantidad sería sobre 3,307 empresas registradas en la Cámara de Comercio de Tegucigalpa (C.C.T.) para finales de 2014.

A continuación se muestra los resultados tomando como base el número de empresas donde un segmento de ellas esta insatisfecha, con los servicios recibidos (sin desestimar que en mercado real existe empresas que no están registradas en la C.C.T.):

**Tabla 20. Calculo de la demanda**

(Empresas registradas en la C.C.T.)	% de la demanda insatisfecha	Cantidad de empresas insatisfecha
3,307	25%	827

Con la finalidad de mostrar la cantidad de empresas insatisfechas en el mercado se determinó tomando los datos del número de empresas registradas en la C.C.T por el porcentaje de usuarios considerados como insatisfechos (25%) transformado así: cantidad equivale a 827 empresas insatisfechas con los servicios recibido, si partimos que las empresas reciben servicios de auditoría anual (una vez al año) esta sería la cantidad de servicios (827) máxima de servicio a ofrecer en el año.

La capacidad máxima que la firma H&M auditores y consultores puede ofrecer en servicios para el año uno es de 30 empresas, con esta cifra no se lograría cubrir el porcentaje de empresas insatisfechas del mercado. El % de crecimiento estimado por la firma de auditoría, de manera anual es del 10% de manera consecutiva por un horizonte a mediano plazo de 5 años, y de un 6.6% de incremento a su costo. El crecimiento de la firma también se hace tomando en cuenta el personal que se contratara, la calidad de servicio brindada, el crédito que se tendrá en el mercado en un corto tiempo.

Para lograr cuantificar la demanda insatisfecha de los usuarios de servicios de consultorías no se cuenta con una cifra establecida, con datos precisos de cuantas compañías estarían dispuestas a contratar servicios de consultorías a nivel de Tegucigalpa, ya que la demanda depende de las



necesidades y viabilidad de algunas compañías que prefieren contratar servicios de asesoramientos, contables, evaluaciones.

Se establece como escenario de partida las empresas registradas en la Cámara de Comercio de Tegucigalpa (C.C.T), que se encuentran registradas un total de 3,307 al año 2014.

Al realizar la consulta por medio de las encuestas se determinó que el 57.5% recibió algún servicio de consultoría, si este segmento se proyecta al número de empresas registradas en la (C.C.T.) de 3,307 empresas, se estimaría que 1,902, (57.5% de 3,307 empresas) han recibido algún tipo de servicio de consultoría.

**Tabla 21. Calculo de la demanda que requiere servicios**

(Empresas registradas en la C.C.T.)	Ha recibido servicios de auditoría	Cantidad de empresas que solicitaron algún servicio de auditoría
3,307	58%	1,902

Tomando como base el resultado de la consulta realizada a los encuestados sobre el grado de satisfacción de estos servicios, se cuantificó que las compañías que han recibido servicios de consultorías de un total de 120 encuestados, 69 de ellos han recibido estos servicios detallándolas así: el 25% establecieron que los servicios recibidos son muy buenos, el 32.5 % lo califica como bueno, el 27% lo considera regular, y el 16% de los encuestados manifestó que el servicio recibido es malo. Desde esta tendencia se puede analizar que el mercado insatisfecho de la población ubicada en Tegucigalpa se puede detallar de la forma siguiente:

**Tabla 22. Detalle de personas que recibieron servicios de consultoría**

Cantidad de empresas que solicitaron algún servicio de consultoría	Servicio recibido considerado como regular	Servicio recibido considerado como malo	Total en porcentaje	Porcentaje insatisfecho en cantidad
69	27%	16%	42.5%	29

Se puede concluir que de 120 encuestados 69 de ellos recibieron servicios de consultorías y el porcentaje insatisfecho es del 43% que convertido a cifras es de 29 encuestados equivalente o representa a 29 compañías encuestadas.

Si los resultados anteriores los trasladamos al número de empresas registradas en la (C.C.T.) se puede observar el resultado siguiente de la demanda insatisfecha:

**Tabla 23. Demanda Insatisfecha**

Cantidad de empresas que solicitaron algún servicio de consultoría	Servicio recibido considerado como regular	Servicio recibido considerado como malo	Total en porcentaje	Porcentaje insatisfecho en cantidad
1,902	27%	16%	42.5%	818

En base a los resultados obtenidos y el número de empresas registradas en la (C.C.T.) a 2014 se concluye que el mercado insatisfecho es aproximadamente de 818 empresas. La capacidad instalada de la firma es de aproximadamente 12 consultorías para pequeñas y medianas empresas, tomando en cuenta la capacidad del número de personal para el área de consultorías, específicamente de contabilidades para el año uno, que se contempla llevar contabilidades de aproximadamente diez empresas para el primer año.

#### **4.3.6 ESTRATEGIA DE MERCADOS Y VENTAS**

A continuación se detallan acciones a realizar con propósitos de captación de clientes, para lograr establecerse y asegurarse en el futuro cercano mercados con mayores oportunidades de compatibilidad.

##### **SERVICIO**

Los servicios de auditorías financieras serán especializados, destacando la calidad, eficiencia, con un alto grado de compromiso con el cliente, objetividad, y precios por servicios relativamente razonables, tomando en cuenta la calidad del servicio a brindar, y el costo de la competencia.

Los servicios ofrecerán una gama de oportunidades para nuestros clientes, ya que se contará con asesorías, específicas, de acuerdo a las necesidades, orientando al cliente, mostrándole soluciones y poder competir, además servicios con niveles estándares en la elaboración de del trabajo, incluyendo innovación. Lo mismo para las auditorías financieras se contará con un personal capacitado, con talento, recursos tecnológicos.

## CALIDAD

Las empresas de hoy, no son estáticas deben mantenerse en consonancia con los cambios, manteniéndose a la vanguardia de las innovaciones, nuestros servicios serán realizados de acuerdo a los marcos de referencia, con una metodología apegada a las normas que regulen cada trabajo en el caso de las auditorías financieras de acuerdo a las Normas Internacionales de Auditoría (NIAS) para trabajos de interés a la compañía, lo mismo que auditorías en base a NIIF PYMES, con carácter especial, o en base a términos pre acordados, o de carácter regulatoria por algún ente que lo requiera.

En el caso de los servicios de consultoría, sería efectuar sus registros contables de acuerdo a los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados, tomando en cuenta las regulaciones fiscales, nacionales, con el propósito de brindar servicios que posteriormente no requieran erogación de efectivo por malas operaciones, practicas, y así eficientes en tiempos.

## PRECIO

Para la fijación de los precios, se tomará como base la calidad del servicio (ya que contaremos con un personal capacitado, experiencia), el tipo de negocio del cliente, su grado de operaciones, nivel riesgo, todos estos factores sumaran para determinar el costo y de ahí partiremos para determinar el precio del servicio.

## PLAZA

La ubicación del proyecto estará ubicado en Edificio Torre Alianza la ciudad de Tegucigalpa, Francisco Morazán, dicha ubicación se considera un lugar estratégico de acuerdo al rubro del proyecto. El número de empresas inscritas en la Cámara de Comercio de Tegucigalpa es de 3,307 con un potencial de poder adquirir los servicios.

## PROMOCIÓN

La promoción será, inicialmente se hará por medio de un profesional con crédito en el rubro, para captar una cartera de clientes previamente a dar inicio los trabajos de auditoría y de consultoría para que a la fecha de apertura ya se tengan algunos clientes . Adicionalmente por medio de patrocinios en capacitaciones en temas de actualización de normas, leyes, relacionados con nuestro giro, dirigida a personal específico de las empresas que requieran adquirir mayores conocimientos en el rubro. Publicaciones en fechas especiales por medio de un periódico de

mayor circulación en Tegucigalpa, sobre nuestros servicios disponibles a brindar, ya sea en Tegucigalpa y el resto del país.

#### NOMBRE DE LA EMPRESA

La compañía se constituirá con el nombre de **H&M auditores y consultores S. de R.L.**



**Figura 24. Logotipo**

## **4.4 ESTUDIO DEL SERVICIO**

### **4.4.1 DISEÑO DEL NIVEL DE SERVICIO**

El servicio de auditoría es una profesión que requiere una formación profesional, teórica/práctica, el auditor deberá con capacidades profesionales, experiencia, desenvolvimiento y dotes intrínsecos personales, de habilidades y destrezas. Nuestro consistirá en ofrecer un servicio de auditorías financieras, para pequeñas y medianas empresas en Honduras, lo mismo que prestación de servicios contables, y consultorías.

La organización de un equipo de auditoría requiere de una orden jerárquica que pueda asegurar el flujo de información de conformidad con la estructura organizaciones de funciones, con responsabilidad asignada a cada funcionario del equipo.

La estructura del equipo estará formada de acuerdo a los objetivos, alcances, naturaleza, y estrategias de auditoría.

A nivel de Tegucigalpa existe un variedad de empresas de auditoría, que prestan servicios de auditoría financiera y servicios contables, pero también existe un nicho al cual se puede lanzar, tomando en cuenta el resultado de las encuestas realizadas, no tomo los clientes que recibieron servicios de auditoría están contentos por el servicio recibido.

Sin duda alguna que existen gama bastante alta de compañías que ofrecen servicios de auditoría, consultorías, servicios contables, y siempre existirán, pero también siempre existen clientes potenciales que por diversos factores no están satisfechos con los servicios recibidos, o porque no conocen muy bien que grandes beneficios que pueden logran al ser evaluadas sus cifras de

estados financieros, y también lo que pudiese lograr si una compañía lleva registrada de manera profesional todas sus operaciones efectuadas, herramientas que facilitan, logran la eficiencia además de obtener ahorros de recursos económicos. A nivel de Tegucigalpa existen 3,307 empresas registradas en la Cámara de Comercio de Tegucigalpa, y según los registros del Colegio de Contadores Públicos existen 56 firmas de auditoría.

Registradas, con la excepción que en la Cámara de Comercio no están todas las compañías registradas, y además que estas mismas firmas en un porcentaje muy significativos tienen clientes a nivel de Honduras, por lo que el mercado de Tegucigalpa queda más amplio si tomaremos como base el número de empresas registradas a nivel de Tegucigalpa.

Los servicios irían dirigidas a:

- Compañías que por su costo alto de algunas firmas de auditoría actuales no las han logrado tomar en cuenta a la fecha.
- Compañías que no están satisfechas con el servicio recibido.
- Compañías que por no tener un conocimiento exacto de los beneficios que ofrecen los servicios no lo han requerido.
- Compañías que por conocerlas en el mercado por nuestro personal se lograra prestar nuestros servicios.
- Compañías que no han tenido un servicio personalizado de las firmas que operan actualmente no han recibido ningún servicio.

## PROCESOS

El proceso de los servicios profesionales consta de un proceso extenso en el caso de la auditoría financiera para brindar un dictamen, y el escenario de la prestación de servicios para efectuar todos los registros contables de un período determinado (para el caso de la consultoría), a continuación:

- El primer paso sería contactar al cliente y que puede tener el interés de recibir los servicios de auditoría financiera.
- Establecer una reunión entre el representante del cliente que puede ser: Socio (s), Gerente General, Gerente Financiero u otros y como representante de la firma de auditoría el Socio o Gerente para ver la factibilidad de la prestación del servicio y sus costos.

- Evaluar el tipo de cliente tomando como base los riesgos que implica prestar el servicio.
- Solicitud de Estados Financieros de la compañía para establecer el tiempo y honorarios.
- Confirmar la prestación de servicios.
- Establecer reunión estrategia entre el socio y equipo de trabajo para conocer algunas especificaciones del cliente, determinar los riesgos que pudiesen existir, y el tiempo que incurrirá el trabajo.
- Solicitud de información de la compañía del período a auditar e inicio del trabajo de campo, con el equipo que tenga el perfil del giro de la compañía a examinar.
- Emitir una versión a nivel de borrador para efectos de discusión de los estados financieros evaluados, y de igual forma otras emisiones de trabajo como informe de Control interno, y otras secciones según contrato de servicios.
- Emitir un informe final.

#### PROCESO DE SERVICIOS DE CONSULTORÍA

Para la prestación de servicios de consultoría ya sea contables, fiscales, de administración describimos a continuación:

- Tener el contacto del cliente ya sea haberlo capturado por medio de propuestas de servicios, por recomendaciones, a afines.
- Reunión de trabajo entre el Gerente de nuestra firma, con la jefa de consultoría, y el personal de la compañía a la que se le prestara los servicios para abordar temas específicos como conocer al cliente, y las operaciones y alcances a realizar.
- Reunión estratégica entre el personal de la firma para definir claramente las políticas sobre la contabilización de los registros.
- Efectuar los registros en el sistema de contabilidad por las operaciones que realice cada compañía.
- Realizar operaciones de pago y registro de las obligaciones que el cliente haya contraído como efecto de sus operaciones.
- Realizar el cierre contable periódico, de acuerdo al contrato de servicio establecido.
- Generación de los estados financieros: Estado de Situación Financiera, Estado de Resultado Integral, Estados de Cambio Integral, Estados de Flujo de Efectivo.
- Envío al cliente y revisión del mismo.

- Aprobación de estados financieros del cliente.

#### **4.4.2 DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS**

A continuación se describen el proceso de actividades generales que se realizan al iniciar el servicio de auditoría financiera, cabe mencionar que pudiese variar dependiendo del giro y en algunos casos si es en base a términos y alcances pre acordados.

#### **4.4.3 PLANIFICACIÓN DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS**

Tomando en cuenta la capacidad para prestar servicios la firma de auditoría, para prestar sus servicios profesionales y tomando en cuenta el resultado de las encuestas será la siguiente:

##### **TECNOLOGÍA:**

En cuanto a la tecnología la empresa requerirá de cinco computadoras (portátil) de una calidad y precio razonable, esto para el personal de auditoría más dos computadoras estacionarias para el personal del área de consultoría y contabilidad, y otra computadora para la persona de recepción.

##### **MANO DE OBRA:**

La mano de obra con la que funcionara la firma estará conformada por dos asistentes (junior) de auditoría con un grado de conocimiento y experiencia en el rubro, dos encargados de auditoría (Sénior) con una experiencia significativa y conocimientos técnicos, que serán los que guiaran a los asistentes de auditoría, más un Gerente de auditoría que será el responsable de la planeación de los servicios, de la captación de clientes del mercado y de la revisión final y autorización de la emisión de los informes finales de auditoría.

Para el área de consultoría se contara con una auxiliar de contabilidad más una encargada de la revisión de los trabajos de su auxiliar, además de otros servicios de consultoría requeridos.

##### **JORNADA LABORAL:**

La jornada laboral de la firma es básico aclarar que el horario laboral será de lunes a viernes de 8 a.m. a 5 p.m. Con una hora de almuerzo de 12 meridiano a 1 p.m., y los sábados de 8 a.m. a 12

meridiano, sin incluir días festivos ya establecidos por las leyes hondureñas, el horario laboral puede ser adaptable a las necesidades de la empresa y de los clientes.

**CAPACIDAD DE SERVICIO DISPONIBLE:**

La jornada laboral de la firma es básica, aclarar que el horario laboral será:

**Tabla 24. Capacidad Máxima de Servicio**

Número de horas días	Número de días al mes	Número de Auditores	Número de horas al mes	Número de horas semestral	% Dedicación por compromiso (cliente mensual)	Dedicación en horas por compromiso (cliente semestral)	Número de auditorías semestrales	Número de auditorías anuales
8	24	4	768	4,608.00	17%	384.00	24	48

**Tabla 25. Capacidad Mínimo de Servicio**

Número de horas días	Número de días al mes	Número de Auditores	Número de horas al mes	Número de horas semestral	% Dedicación por compromiso (cliente mensual)	Dedicación en horas por compromiso (cliente semestral)	Número de auditorías semestrales	Número de auditorías anuales
8	24	4	768	4,608.00	33%	768.00	12	24

**Tabla 26. Capacidad Proyectada**

Año	Número de auditorías	% de incrementos
1	26	0
2	29	10%
3	31	10%
4	35	10%
5	38	10%



#### **4.4.4 PLANIFICACIÓN ORGANIZACIONAL**

##### DESCRIPCIÓN DE PUESTOS:

###### Gerente de Auditoría:

Licenciado en Contaduría Pública y Finanzas, con Maestría en Finanzas, especialista en auditorías financieras, impuestos, finanzas, con más de 12 años de experiencia en los rubros de que tendrá la administración y representación legal de la compañía.

###### Auditor(es) Sénior:

Licenciados en Contaduría Pública y Finanzas, con Maestría en Finanzas, experiencia mínima de 6 años en auditorías financieras, con conocimientos en finanzas, quienes tendrán a cargo un asistente de la auditoría y comunicación directa entre el Gerente de Auditoría y el cliente, responsables de la emisión de informes ante el Gerente.

###### Asistentes de auditoría:

Licenciados en Contaduría Pública y Finanzas, con al menos 2 años de experiencia en auditorías financieras, con conocimientos en contabilidad, con la responsabilidad de revisión, validación de los procesos de auditoría donde el cliente.

###### Encargada de Contabilidad y consultorías:

Licenciada en Contaduría Pública, con bastante experiencia y capacidad en Contabilidad, e impuestos, y otros rubros relacionado con la aplicación de la contabilidad, finanzas, procesos con más de 10 años de experiencia en el rubro.

###### Asistente consultorías:

Licenciada(o) en Contaduría Pública y Finanzas, con al menos 2 años de experiencia en contabilidades, con la responsabilidad de revisión, de la información suministrada por el cliente para efectuar los registros contables.

Secretaría:

Auxilia al Gerente, cursante de la Licenciatura de Administración de Empresas, apoyo a los auditores y encargados de contabilidad de con entrega de información como informes, revisión de sumas de informes, de impresiones de los mismos, suministro de archivos de documentos, llevar control de las emisiones de informes impresos, de reuniones del Gerente con los clientes, llevar la contabilidad de la compañía, pagos de gastos a proveedores (gastos) pequeños.

## 4.5 ESTUDIO FINANCIERO

### 4.5.1 PLAN DE INVERSIÓN

Para la puesta en marcha del proyecto, se requiere de L 659,966.00 la cual está repartida en 49% en Inversión Fija, 27% en Gastos Pre operativos y 24% en Capital de Trabajo, como se puede observar en la Tabla de Plan de Inversión, En el monto total de inversión, el 60% es con fondos propios de los inversionistas y 40% financiado con fondos de una institución bancaria a una tasa del 22% anual a un plazo de 5 Años.

**Tabla 27. Mobiliario y Equipo de Oficina**

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Escritorio	2	L. 3,726.00	L. 7,452.00
Silla Gerencia	1	7,866.00	7,866.00
Silla Semi-ejecutiva	7	1,656.00	11,592.00
Escritorio Gerencial	1	1,656.00	1,656.00
Cubículos	6	3,105.00	18,630.00
Mesa de Reuniones	1	20,700.00	20,700.00
Silla de Reuniones	6	8,280.00	49,680.00
<b>TOTAL</b>			<b>L. 117,576.00</b>

**Tabla 28. Equipo de Cómputo**

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Computadora de escritorio	3	L. 12,500.00	37,500.00
Laptop	5	15,500.00	77,500.00
Impresora Multifuncional	1	7,500.00	7,500.00
Impresora	1	3,500.00	3,500.00
Software Auditoría/Contable	1	80,000.00	80,000.00
<b>TOTAL</b>			<b>L. 206,000.00</b>

**Tabla 29. GASTOS PREOPERATIVOS**

Detalle	Valor Total
Honorarios y gastos de constitución	L. 7,500.00
Permiso de operación	14,500.00
Planos y presupuestos	2,500.00
Permiso de rótulo	1,000.00
Libros de contables y autorización	890.00
Honorarios Profesionales (3 Meses)	150,000.00
<b>TOTAL</b>	<b>L. 176,390.00</b>

**Tabla 30. Capital Trabajo**

Detalle	Valor Total
Planilla	L. 70,000.00
Cuentas Por Pagar	50,000.00
Proveedores	40,000.00
<b>TOTAL</b>	<b>L. 160,000.00</b>

**Tabla 31. Inversión Total**

Detalle	Valor Total	Porcentaje
Inversión Fija	L. 323,576.00	49%
Gastos Pre-Operativos	176,390.00	27%
Capital de Trabajo	160,000.00	24%
<b>Total Inversión del Proyecto</b>	<b>L. 659,966.00</b>	<b>100%</b>

**Tabla 32. Financiamiento**

Detalle	Valor Total	Porcentaje
Capital propio	L. 395,979.60	60%
Capital Financiado	263,986.40	40%
<b>Total de Inversión</b>	<b>L. 659,966.00</b>	<b>100%</b>

#### 4.5.2 PROYECCIÓN DE INGRESOS

**Tabla 33. Cantidad de Servicio por Año**

Cantidad de Servicios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Auditoría	26	29	31	35	38
Contabilidad	8	9	10	11	12

**Tabla 34. Precios de Servicios por Año**

Precios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Auditoría	81,000	86,265	91,872	97,844	104,204
Contabilidad	120,000	127,800	136,107	144,954	154,376

**Tabla 35. Ingresos Proyectados**

Ventas Anuales en Lempiras	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Auditoría	2,106,000	2,467,179	2,890,300	3,385,987	3,966,683
Contabilidad	960,000	1,124,640	1,317,516	1,543,470	1,808,175
<b>Total</b>	<b>3,066,000</b>	<b>3,591,819</b>	<b>4,207,816</b>	<b>4,929,456</b>	<b>5,774,858</b>

Con la inversión planteada y con la información obtenida del Estudio de Mercado, se estima que para el primer año se venderán L 3,066,000 ; con incrementos anuales del 17% compuestos de un 6.5% de tasa inflacionaria y un 10% de la tasa de crecimiento vegetativa de los servicios a vender. Estas ventas, serán negociadas de la siguiente manera:

En el caso del servicio de Auditoría

- 1) El 50% se obtendrá de un anticipo del cliente.
- 2) El 50% restante se dará un crédito a 30 días después de recibir el pago de inicio de la auditoría.

En el caso del servicio de Contabilidad

- 1) Los pagos serán de forma mensual el 100%

### 4.5.3 PROYECCIÓN DE GASTOS

**Tabla 36. Gastos Generales Proyectados**

<b>GASTOS DE GENERALES</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Alquiler De Oficina	324,000	356,400	392,040	431,244	474,368
Agua	9,000	9,900	10,890	11,979	13,177
Energía Eléctrica	21,600	23,760	26,136	28,750	31,625
Teléfono	13,200	14,520	15,972	17,569	19,326
Viáticos	96,000	105,600	116,160	127,776	140,554
Publicidad	72,000	79,200	87,120	95,832	105,415
Materiales y Útiles de Oficina	30,000	33,000	36,300	39,930	43,923
Combustibles	30,000	33,000	36,300	39,930	43,923
Trasporte (empleados)	12,000	13,200	14,520	15,972	17,569
Capacitación	48,000	52,800	58,080	63,888	70,277
Servicios de Limpieza	42,000	46,200	50,820	55,902	61,492
Seguro y Fianza	24,000	26,400	29,040	31,944	35,138
<b>TOTAL GASTOS OPERATIVOS</b>	<b>721,800</b>	<b>793,980</b>	<b>873,378</b>	<b>960,716</b>	<b>1056,787</b>
Depreciación de Equipo De Computo	68,667	68,667	68,667		
Depreciación de Equipo De Oficina	23,515	23,515	23,515	23,515	23,515
Amortización Cuenta Incobrables	7,800	9,138	10,705	12,541	14,691
Amortización Gastos De Constitución	35,278	35,278	35,278	35,278	35,278
<b>TOTAL GASTOS DEPRECIACION</b>	<b>135,260</b>	<b>136,598</b>	<b>138,165</b>	<b>71,334</b>	<b>73,485</b>
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>857,060</b>	<b>930,578</b>	<b>1011,543</b>	<b>1032,050</b>	<b>1130,272</b>

**Tabla 37. Nómina**

NÓMINA AÑO 1							Año1
PERSONAL DE LA FIRMA	SALARIO	13RO	14TO	IHSS	INFOP	Bono	MONTO
Gerente	480,000	40,000	40,000	6,048	4,800	20,000	590,848
Secretaria	114,000	9,500	9,500	6,048	1,140	4,750	144,938
<b>PERSONAL AUDITORÍA</b>							
Auditor (Sénior)	300,000	25,000	25,000	6,048	3,000	12,500	371,548
Auditor (Sénior)	300,000	25,000	25,000	6,048	3,000	12,500	371,548
Asistente	120,000	10,000	10,000	6,048	1,200	5,000	152,248
Asistente	120,000	10,000	10,000	6,048	1,200	5,000	152,248
<b>PERSONAL CONSULTORÍA</b>							
Jefe de Consultoría	300,000	25,000	25,000	6,048	3,000	12,500	371,548
Auxiliar de contabilidad	120,000	10,000	10,000	6,048	1,200	5,000	152,248
<b>TOTAL</b>	<b>1854,000</b>	<b>154,500</b>	<b>154,500</b>	<b>48,384</b>	<b>18,540</b>	<b>77,250</b>	<b>2307,174</b>

Para el Año #1 del Proyecto, se estipula que se tendrá un gasto total de L 3,223 millones. Dentro de estos gastos se considera:

- Salarios y Beneficios
- Publicidad y Propaganda
- Alquiler de Oficina
- Servicios
- Materiales y Útiles de Oficina
- Viáticos
- Combustibles
- Transporte
- Capacitación
- Gastos financieros
- Amortización
- Depreciación

#### 4.5.4 ESTADOS FINANCIEROS

En la siguiente tabla se da a conocer los ingresos, gastos y utilidades, proyectadas en un período de cinco años. Para el primer año del proyecto, se estipula que habrá una pérdida en operaciones de L 157.2 miles.

Esto se debe al impacto que tiene sobre la Utilidad Bruta, los gastos operativos siendo el de mayor porcentaje Salarios y Beneficios.

Sin embargo, a partir del segundo año de operación del proyecto, se espera genere utilidades.

**Tabla 38. Estado de Perdida y Ganancias Proyectado**

	Estado de Resultado				
	1	2	3	4	5
<b>Ingresos</b>					
Ventas	3066,000	3591,819	4207,816	4929,456	5774,858
<b>Total Ingresos</b>	<b>3066,000</b>	<b>3591,819</b>	<b>4207,816</b>	<b>4929,456</b>	<b>5774,858</b>
<i>Tasa de crecimiento</i>		17.2%	17.2%	17.2%	17.2%
<b>Egresos</b>					
Salarios y Beneficios	2307,174	2606,987	2934,472	3291,871	3681,592
Publicidad y Propaganda	72,000	79,200	87,120	95,832	105,415
Alquiler de Oficina	324,000	356,400	392,040	431,244	474,368
Servicios	85,800	94,380	103,818	114,200	125,620
Materiales y Útiles de Oficina	30,000	33,000	36,300	39,930	43,923
Viáticos	96,000	105,600	116,160	127,776	140,554
Combustibles	30,000	33,000	36,300	39,930	43,923
Trasporte	12,000	13,200	14,520	15,972	17,569
Seguros y Fianzas	24,000	26,400	29,040	31,944	35,138
Capacitación	48,000	52,800	58,080	63,888	70,277
Gastos financieros	58,077	50,573	41,418	30,250	16,624
Amortización	44,053	45,558	47,321	49,386	51,806
Depreciación	92,182	92,182	92,182	23,515	23,515
<b>Total Egresos</b>	<b>3223,286</b>	<b>3589,280</b>	<b>3988,772</b>	<b>4355,737</b>	<b>4830,324</b>
<i>Tasa de crecimiento</i>		11.4%	11.1%	9.2%	10.9%
<b>UTILIDAD(DEFICIT) ANTES IMPUESTO</b>	<b>-157,286</b>	<b>2,539</b>	<b>219,044</b>	<b>573,719</b>	<b>944,534</b>
<i>Tasa de crecimiento</i>		-101.6%	8527.9%	161.9%	64.6%
<b>IMPUESTO SOBRE LA RENTA</b>	<b>0</b>	<b>635</b>	<b>54,761</b>	<b>143,430</b>	<b>236,133</b>
<b>UTILIDAD(DEFICIT) NETO</b>	<b>-157,286</b>	<b>1,904</b>	<b>164,283</b>	<b>430,289</b>	<b>708,400</b>

**Tabla 40. Costo de Capital**

Fuente	Proporción	Costo	Ponderación
Préstamo Bancario	40%	16.50%	6.60%
Recursos Propios	60%	21.22%	12.73%
			<b>19.33%</b>

De acuerdo, a los accionistas se requiere un rendimiento del 21.22%. Eso, combinado con los financiamientos contratados al 22% genera un costo de capital ponderado de 19.33%. En la siguiente tabla se podrá ver las diferentes cuentas que componen el balance general proyectado.

A partir del tercer año de operación, el proyecto muestra un crecimiento con relación a la operación del segundo año. Esto se debe a incrementos en los activos circulantes.

	Balance General					
	0	1	2	3	4	5
<b>Activos</b>						
<b>Activos Corrientes</b>						
Efectivo y equivalentes de efectivo	160,000	17,090	100,707	390,223	899,492	1676,160
Cuentas por cobrar	0	87,750	102,799	120,429	141,083	165,278
<i>Estimación Cuentas Incobrables</i>	0	-8,775	-19,055	-31,098	-45,206	-61,734
Costos preoperativos	176,390	176,390	176,390	176,390	176,390	176,390
<i>Amortización acumulada</i>	0	-35,278	-70,556	-105,834	-141,112	-176,390
<b>Total Activos Corrientes</b>	<b>336,390</b>	<b>237,177</b>	<b>290,286</b>	<b>550,110</b>	<b>1030,647</b>	<b>1779,704</b>
<b>Activos No Corrientes</b>						
Propiedad Planta y Equipo	323,576	323,576	323,576	323,576	323,576	323,576
<i>Depreciación Acumulada</i>	0	-92,182	-184,364	-276,546	-300,061	-323,576
<b>Total Activos No Corrientes</b>	<b>323,576</b>	<b>231,394</b>	<b>139,212</b>	<b>47,030</b>	<b>23,515</b>	<b>0</b>
<b>Total Activo</b>	<b>659,966</b>	<b>468,572</b>	<b>429,498</b>	<b>597,140</b>	<b>1054,162</b>	<b>1779,704</b>
<b>Pasivos</b>						
<b>Pasivos Corrientes</b>						
Deudas de Corto Plazo	34,109	41,613	50,767	61,936	75,562	0
Impuestos, gravámenes y tasas	0	0	635	54,761	143,430	236,133
<b>Total Pasivos Corrientes</b>	<b>34,109</b>	<b>41,613</b>	<b>51,402</b>	<b>116,697</b>	<b>218,992</b>	<b>236,133</b>
<b>Pasivos No Corrientes</b>						



Deudas de largo plazo	229,878	188,265	137,498	75,562	0	0
<b>Total Pasivos No Corrientes</b>	<b>229,878</b>	<b>188,265</b>	<b>137,498</b>	<b>75,562</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Total Pasivo</b>	<b>263,986</b>	<b>229,878</b>	<b>188,900</b>	<b>192,259</b>	<b>218,992</b>	<b>236,133</b>
<b>Patrimonio</b>						
Capital Social	395,980	395,980	395,980	395,980	395,980	395,980
Utilidad (Pérdidas) Acumuladas	0	0	-157,286	-155,382	8,902	439,191
Utilidad (Pérdidas) del Período	0	-157,286	1,904	164,283	430,289	708,400
<b>Total Patrimonio</b>	<b>395,980</b>	<b>238,694</b>	<b>240,598</b>	<b>404,881</b>	<b>835,170</b>	<b>1543,571</b>
<b>Pasivo y Patrimonio</b>	<b>659,966</b>	<b>468,572</b>	<b>429,498</b>	<b>597,140</b>	<b>1,054,162</b>	<b>1,779,704</b>

**Tabla 39. Estado de Situación Financiera Proyecto**

A continuación se muestra la tabla de flujo de caja:

**Tabla 40. Flujos Netos Proyecto**

	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Inversión Fija	-499,966					
Capital de Trabajo	-160,000					
Utilidad Neta		-99,209	39,834	195,347	452,976	720,868
Depreciaciones		136,235	137,740	139,503	72,901	75,321
Gastos Financieros						
Recuperación de Capital de Trabajo						160,000
<b>Flujos Netos</b>	<b>-659,966</b>	<b>37,026</b>	<b>177,574</b>	<b>334,850</b>	<b>525,878</b>	<b>956,189</b>

Se compara la inversión hecha (aportaciones de accionistas más montos financiados) contra los flujos de efectivos generados a futuro del proyecto, sin considerar el impacto que crean las depreciaciones y amortizaciones. Esto genera una Tasa Interna de Retorno del 33.46% y un Valor Presente Neto de L. 347,327.85.

El cuadro a continuación detalla una proyección de cinco años del flujo de caja de accionistas:

**Tabla 41. Flujos Netos Accionistas**

	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Inversión Fija	-323,576					
Capital de Trabajo	-160,000					
Utilidad Neta		-157,286	1,904	164,283	430,289	708,400
Depreciaciones		136,235	137,740	139,503	72,901	75,321
Préstamo	263,986	-92,186	-92,186	-92,186	-92,186	-92,186
Recuperación de Capital de Trabajo						160,000
<b>Flujos Netos</b>	<b>-219,590</b>	<b>-113,237</b>	<b>47,458</b>	<b>211,600</b>	<b>411,005</b>	<b>851,536</b>

Se compara la inversión hecha por los accionistas contra los flujos de efectivos a futuro. No obstante, se considera el impacto de las aportaciones hechas por estos al pago del capital del financiamiento otorgado y las consideraciones al capital de trabajo. Esto genera una Tasa Interna de Retorno 47.53% y un Valor Presente Neto de L. 353,811.75

#### **4.5.5 SENSIBILIZACIÓN**

Para realizar este análisis se utilizó el software especializado en sensibilidad *Crystal Ball*, es un programa de análisis de riesgo y de pronóstico orientado a través de gráficos, que está destinado a quitar la incertidumbre en la toma de decisiones.

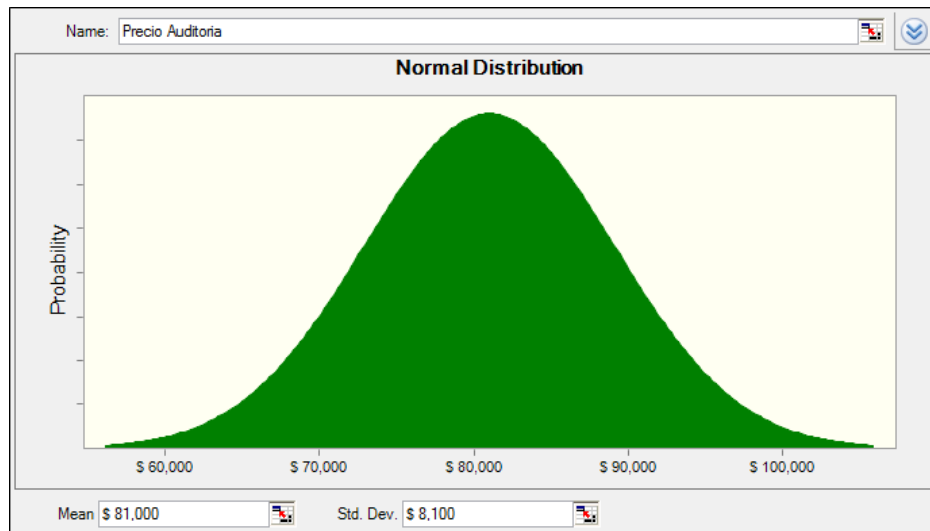
La sensibilización se lleva a cabo en el flujo de caja desde la perspectiva del proyecto, se analizan 7 variables que en su momento pueden ser críticas:

- Precio de Auditoría
- Precio de Contabilidad
- Cantidad de Auditorías
- Cantidad de Contabilidades
- Tasa de Crecimiento de Servicios
- Tasa de Inflación
- Gastos Operativos Generales

## DEFINICIÓN DE SUPUESTOS

### 1. Precio de Auditoría

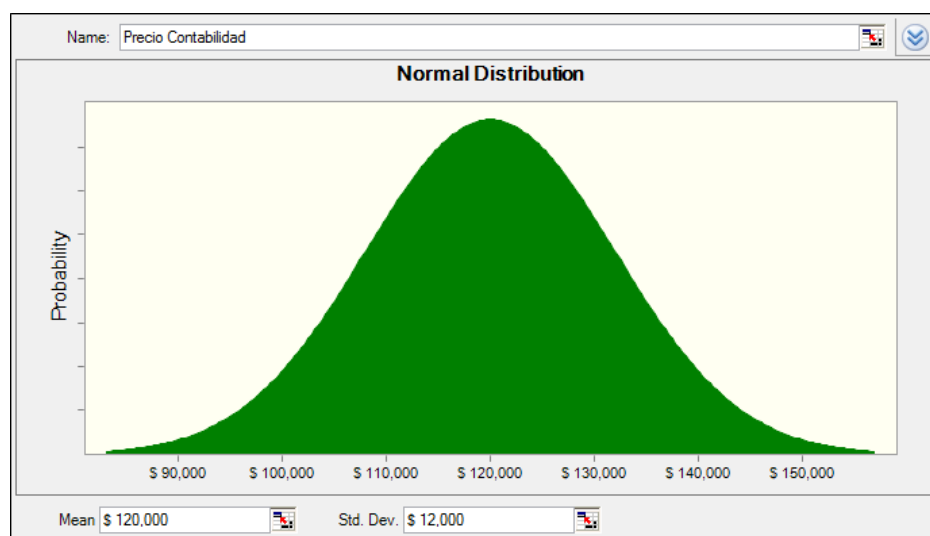
Para esta variable se le asignó un supuesto de una Distribución Normal con una desviación de un 10%.



**Figura 42. Definición de supuesto de Precio de Auditoría**

### 2. Precio de Contabilidad

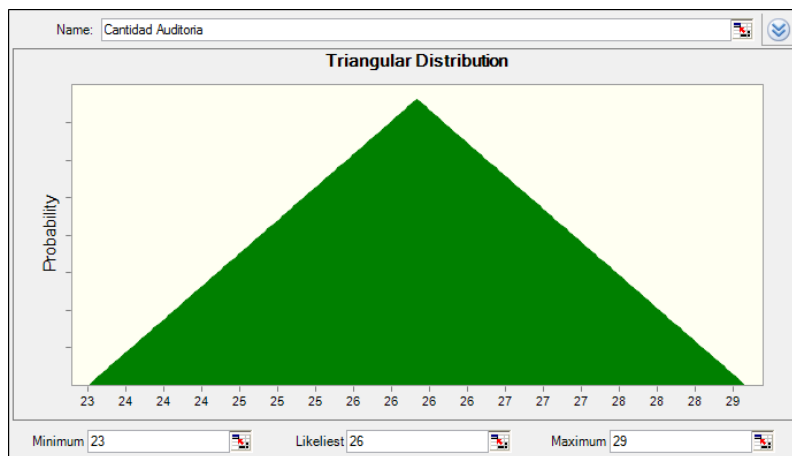
Para esta variable se le asignó un supuesto de una Distribución Normal con una desviación de un 10%.



**Figura 43. Definición de supuesto de Precio de Contabilidad**

### 3. Cantidad de Auditoría

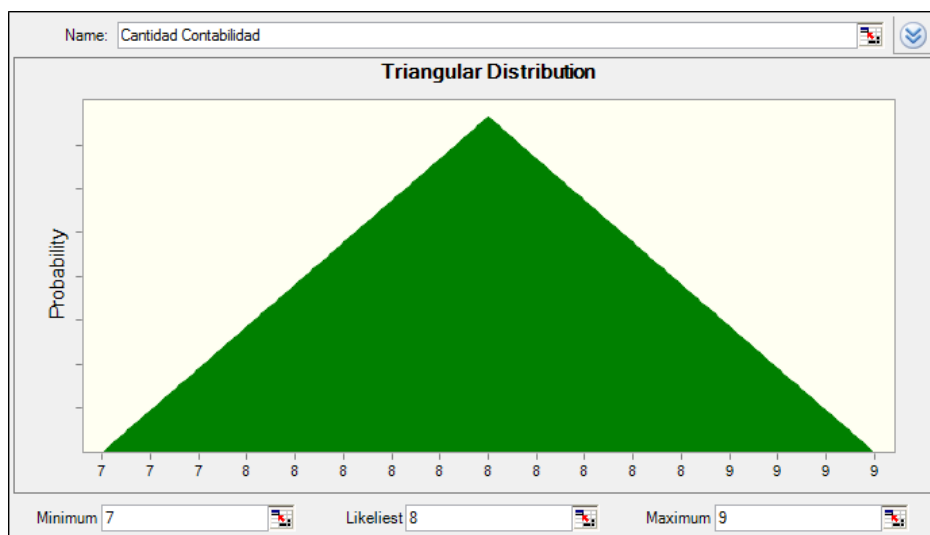
Para esta variable se le asignó un supuesto de una Distribución Triangular, un mínimo de 23 servicios, un máximo 29 servicios, el dato más probable de 26 servicios



**Figura 44. Definición de supuesto de Probabilidad Cantidad De auditoria**

### 4. Cantidad de Contabilidades

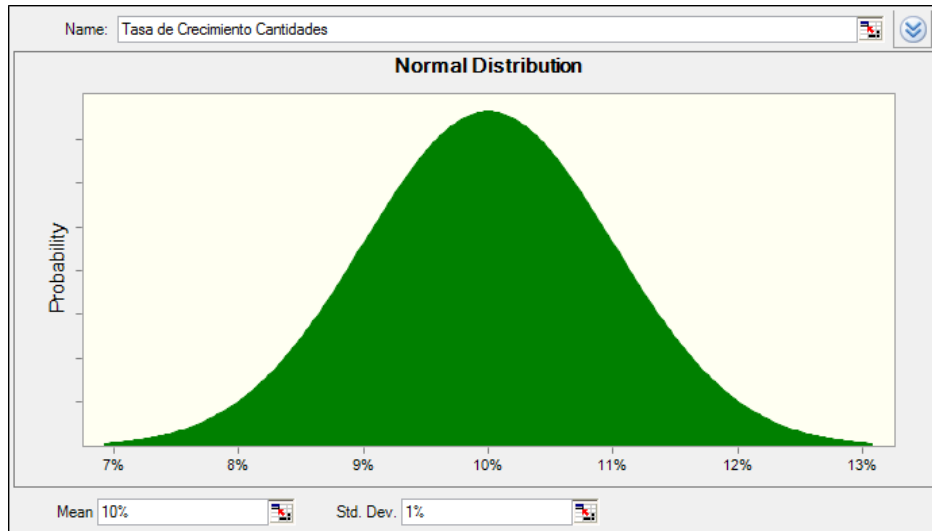
Para esta variable se le asignó un supuesto de una Distribución Triangular, un mínimo de 7 servicios, un máximo 8 servicios, el dato más probable de 9 servicios.



**Figura 45. Definición de supuesto de Probabilidad Cantidad de Contabilidad**

## 5. Tasa de crecimientos de Cantidades

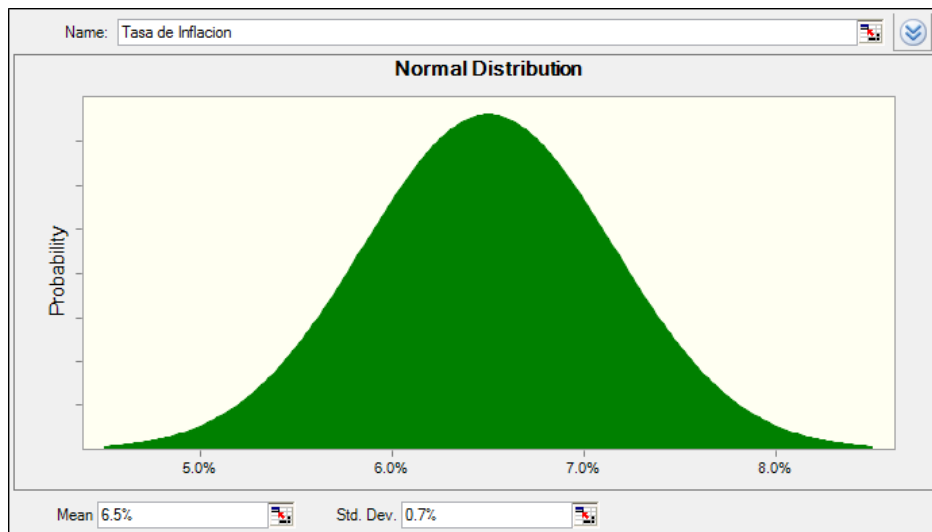
Para esta variable se le asignó un supuesto de una Distribución Normal con una desviación de un 10%.



**Figura 46. Definición de supuesto de Probabilidad Tasa de Crecimiento**

## 6. Tasa de Inflación

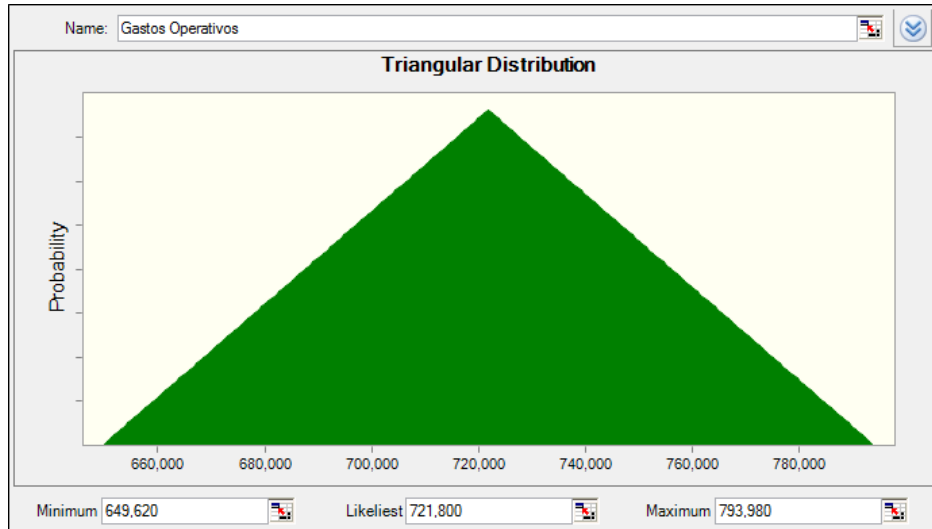
Para esta variable se le asignó un supuesto de una Distribución Normal con una desviación de un 10%.



**Figura 47. Definición de supuesto de Probabilidad Tasa de Inflación**

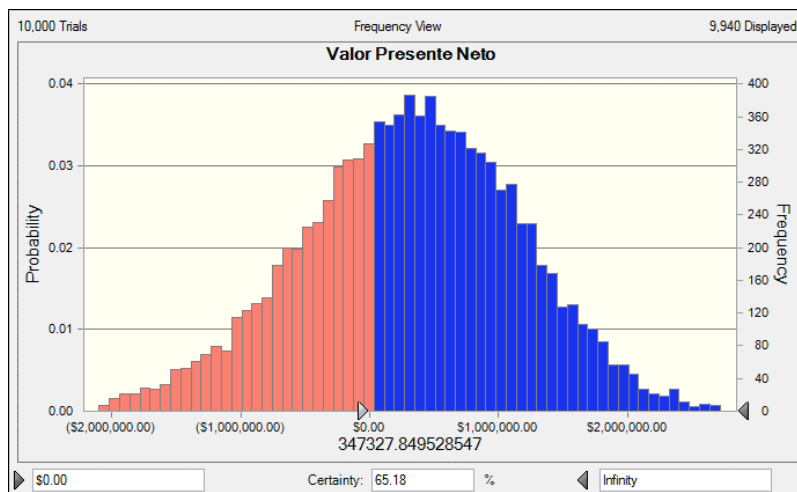
## 7. Gastos Operativos Generales

Para esta variable se le asignó un supuesto de una Distribución Triangular, un mínimo de 649,620 servicios, un máximo 793,980 servicios, el dato más probable de 721,800 servicios.



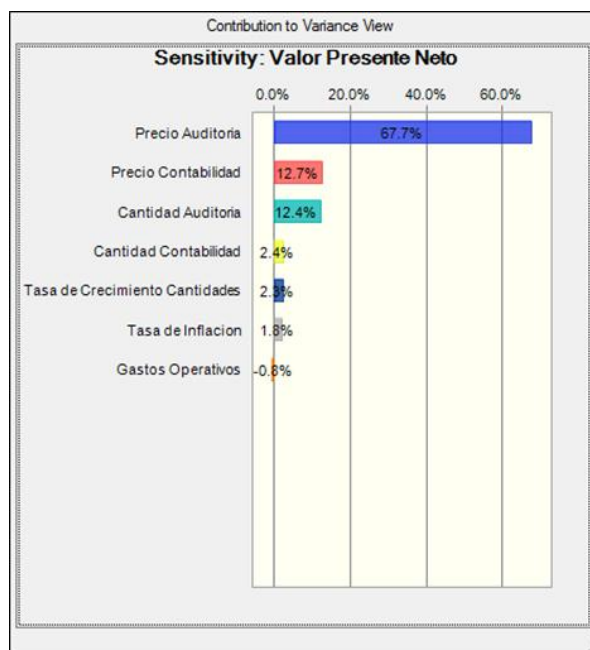
**Figura 48. Definición de supuesto de Probabilidad Gastos Operativos Generales**

Teniendo en mente que el valor de VAN del proyecto puro es L. 347,327.85, se ejecutó la evaluación con 10,000 escenarios en base a todos los supuestos definidos anteriormente. El resultado expuesto realizando todos los supuestos, obtiene un 65.18% de probabilidad de que el VAN para este Proyecto pueda ser Mayor a Cero.



**Figura 49. Sensibilización del Valor Presente Neto**

El porcentaje de que sea menor a Cero es de 34.82%, para mitigar este riesgo es necesario controlar cualquier variación en las variables que hacen sensible al Proyecto.



**Figura 50. Porcentajes de Sensibilidad de las Variables**

El proyecto presenta una sensibilidad alta en las variables:

- Precio de Auditoría con un 67.7%
- Precio de Contabilidad con un 12.7%
- Cantidad de Auditorías con un 12.4%

Al controlar variaciones demasiado bruscas específicamente a estas variables asegura obtener un valor presente neto positivo y haga viable al proyecto.

#### 4.5.6 ESCENARIOS

Escenario Optimista con un incremento del 10% en los ingresos y un decremento del 10% en los egresos.

**Tabla 51. Estado de Resultados Optimista**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos Proyectados	L. 3372,600	L. 3951,001	L. 4628,598	L. 5422,402	L. 6352,344
Gastos:					
Costos Variables	L. 0	L. 0	L. 0	L. 0	L. 0

Gastos Fijos	L. 2726,077	L. 3060,871	L. 3427,065	L. 3827,328	L. 4264,542
Gastos por Depreciación	L. 136,235	L. 137,740	L. 139,503	L. 72,901	L. 75,321
Gastos Financieros	L. 0	L. 0	L. 0	L. 0	L. 0
Total de Gastos	L. 2862,311	L. 3198,610	L. 3566,568	L. 3900,229	L. 4339,863
Utilidad antes de ISR	L. 510,289	L. 752,391	L. 1062,029	L. 1522,173	L. 2012,481
Impuesto sobre la Renta	L. 127,572	L. 188,098	L. 265,507	L. 380,543	L. 503,120
<b>Utilidad Neta</b>	<b>L. 382,716</b>	<b>L. 564,293</b>	<b>L. 796,522</b>	<b>L. 1,141,630</b>	<b>L. 1,509,361</b>

**Tabla 52. Flujos Netos Optimista**

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Fija	-499,966	0	0	0	0	0
Capital de Trabajo	-160,000	0	0	0	0	0
Utilidad Neta	0	382,716	564,293	796,522	1141,630	1509,361
Depreciaciones	0	136,235	137,740	139,503	72,901	75,321
Gastos Financieros	0	0	0	0	0	0
Recuperación de Capital de Trabajo	0	0	0	0	0	160,000
<b>Flujos Netos</b>	<b>-659,966</b>	<b>518,951</b>	<b>702,033</b>	<b>936,025</b>	<b>1,214,531</b>	<b>1,744,682</b>

Con este escenario se obtiene una TIR de 103.01% y un VAN L 2,138,752.00 lo cual refleja un análisis bastante alentador para el proyecto si se diera estos cambios en los ingreso y egresos

Escenario Pesimista con un Decremento del 10% en los ingresos y un incremento del 10% en los egresos.

**Tabla 53. Estado de Resultados Pesimista**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos Proyectados	L. 2759,400	L. 3232,637	L. 3787,034	L. 4436,511	L. 5197,372
Gastos:					
Costos Variables	L. 0	L. 0	L. 0	L. 0	L. 0
Gastos Fijos	L. 3331,871	L. 3741,064	L. 4188,635	L. 4677,845	L. 5212,218
Gastos por Depreciación	L. 136,235	L. 137,740	L. 139,503	L. 72,901	L. 75,321
Gastos Financieros	L. 0	L. 0	L. 0	L. 0	L. 0



Total de Gastos	L. 3468,106	L. 3878,804	L. 4328,138	L. 4750,746	L. 5287,539
Utilidad antes de ISR	-L. 708,706	-L. 646,167	-L. 541,104	-L. 314,236	-L. 90,166
Impuesto sobre la Renta	L. 0	L. 0	L. 0	L. 0	L. 0
<b>Utilidad Neta</b>	<b>-L. 708,706</b>	<b>-L. 646,167</b>	<b>-L. 541,104</b>	<b>-L. 314,236</b>	<b>-L. 90,166</b>

**Tabla 54. Flujos Netos Pesimista**

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Fija	-499,966	0	0	0	0	0
Capital de Trabajo	-160,000	0	0	0	0	0
Utilidad Neta	0	-708,706	-646,167	-541,104	-314,236	-90,166
Depreciaciones	0	136,235	137,740	139,503	72,901	75,321
Gastos Financieros	0	0	0	0	0	0
Recuperación de Capital de Trabajo	0	0	0	0	0	160,000
<b>Flujos Netos</b>	<b>-659,966</b>	<b>-572,471</b>	<b>-508,427</b>	<b>-401,601</b>	<b>-241,334</b>	<b>145,155</b>

Con este escenario se obtiene una TIR de -67.75% y un VAN L -1,792,113 , lo cual refleja un análisis bastante desalentador para el proyecto si se diera estos cambios en los ingresos y egresos

En conclusión el proyecto es demasiado susceptible a cualquier cambio en las variables, debido al tipo de rubro, ya que los honorarios por un servicio es significativo y en la misma relación sus costos.

## **CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

En este capítulo se exponen las conclusiones que sirven como respuesta al problema, a las hipótesis y variables de investigación. Igualmente se exponen las recomendaciones basadas en los resultados y aportes del estudio.

### **5.1 CONCLUSIONES**

1) La realización del estudio de pre factibilidad indica que el 73% de las Pequeñas y Medianas empresas en Tegucigalpa, están interesadas en utilizar el servicio de Auditoría. Por lo tanto existe un mercado óptimo para la implementación de una empresa dedicada a brindar este tipo de servicio certificado.

2) El presente estudio de Pre factibilidad sobre el servicio de Auditoría y Consultoría demuestra, que según el resultado de las empresas encuestadas más el análisis financiero realizado, es factible la implementación de una empresa de servicios de Auditoría y Consultoría.

3) La investigación de la pre factibilidad de una Firma de auditoría y Consultoría muestra que es viable el proyecto basado en el resultado del análisis financiero que concluye que si es rentable el proyecto ya que presenta una TIR superior al costo de capital del 33.46 % y un VAN positivo de 347,327.85 con recuperación de la inversión en 3 años dos meses y 15 días.

4) Desde un escenario optimista con un incremento del 10% en los ingresos y un decremento del 10% en los egresos de la Firma de auditoría y Consultoría, muestra un gran grado de factibilidad basado en el resultado del análisis financiero, ya que presenta una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 103.01%, significativamente superior al costo de capital, que tiene un 19.33%, de un VAN de L 2,138,152.00 , reflejando un grado de rentabilidad desde el primer año de operación de la firma de auditoría.

5) Desde un escenario pesimista con un decremento del 10% en los ingresos y un incremento del 10% en los egresos de la Firma de auditoría y Consultoría, muestra que no sería factible el proyecto basado en el resultado del análisis financiero ya que presenta una Tasa Interna de Retorno (TIR) de -67.75%, inferior al costo de capital, que tiene un 19.33%, de un VAN de L (1,792,113.00) como resultado en sus primeros cuatro años generaría perdidas, reflejando un

grado de susceptibilidad en la modificación del número de servicios, debido a su precio, por el tipo de servicio del proyecto.

6) Las exigencias más importantes de la firma de auditoría y consultoría son: capacidad, seriedad y oportunidad, esto en base al criterio del mercado potencial. Por lo que los clientes potenciales evaluarán estos aspectos al momento de decidirse por el servicio a recibir.

7) El precio para los servicios de auditoría y consultoría de la Firma se fijaron en base a un precio referencial, de servicios similares adaptado de otras firmas, tomando en cuenta la alta competencia. Los precios de referencia, fueron adaptados al contexto propio de Tegucigalpa.

8) Existe mercado para las diferentes tipos de consultorías siendo las más solicitadas por el mercado los servicios de contabilidad con 32 % y fiscal con 31% por lo que la firma se centrara en estos rubros para satisfacer la demanda.

## **5.2 RECOMENDACIONES**

1) Pueda que exista algún momento en las operaciones de la firma que realice convenios estratégicos con otras compañías del mismo rubro, con el propósito de incrementar su cartera de clientes, y participar en auditorías, consultorías de mayor envergadura.

2) El giro del negocio es un mercado cambiante como en las leyes del país, regulaciones, normas de trabajo y su aplicación que son estándares a nivel internacional, y para los profesionales de la firma es trascendental que estén en capacitación constante para lograr competir.

3) Un proyecto de pre factibilidad no constituye una camisa de fuerza o una herramienta con predicción exacta al 100%, éste solo es parámetro para ayudar a encaminar a una empresa en busca de un gran horizonte, tomando en cuenta estas descripciones podemos decir que en el transcurso de la operaciones de la empresa puede irse ajustando para lograr un total éxito.

4) La firma de auditoría no debe ser una isla alejada de las demás empresas del mismo giro, debe asociarse para apoyar eventos, patrocinios proyectarse con los profesionales del área esto ayudara a tener un mayor crédito, y ser reconocida por eventos positivos y penetrar en los clientes potenciales.

## APÍTULO VI. APLICABILIDAD

### 6.1 DIAGRAMA DEL CAPÍTULO

A continuación se muestra un diagrama relacionado con la aplicación del capítulo seis.

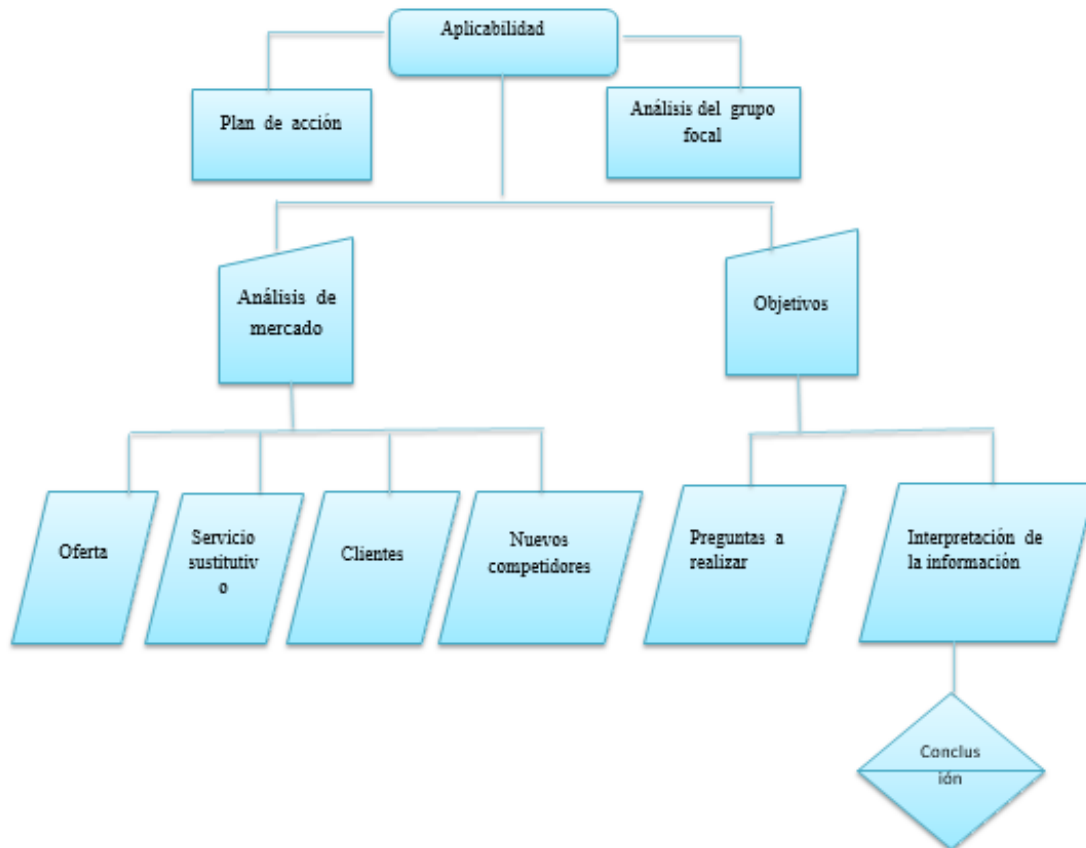


Figura 55. Diagrama del Capítulo

### 6.2 PLAN DE ACCIÓN

A continuación se muestra un plan de acción resumiendo las actividades que deben de realizarse con cierto personal, en un plazo de tiempo específico, utilizando un valor de recursos asignados con el fin de lograr los objetivos planteados, previamente discutido: cómo, cuándo, con quién se realizarán.

**Tabla 56. Plan de Acción**

Actividades	Cuánto	Tiempo	Recursos	Seguimiento	Logro
A1. Con la prestación de servicios se requiere inicialmente lograr ingresar al mercado.	C1. Se estima captar aproximadamente una cartera de clientes entre 25 a 30 auditorías, y al menos 10 para Consultoría.	T1. Para el primer año se estima captar a los años 25 clientes para auditorías, y no menos de 10 servicios contables.	R1. Recurso Humano con capacidad, identificado comprometido con los objetivos de la firma de auditoría, cuidando los valores y perfil que se proyectara.	Mediante evaluaciones continuas en base a cronograma de actividades y metas establecidas periódicamente.	Determinar cuántos clientes se obtuvo a nivel de auditorías y consultorías, sino se logra cual fue el origen.
A 2. Brindar un servicio de calidad, que satisfaga a los clientes.	C2. Por medio de personal con experiencia, capacitado, innovador.	T2 Como prioridad es el cumplimiento de los compromisos adquiridos con el cliente en el tiempo establecido. Crecer al menos en un 7% de manera anual al menos para un horizonte de 5 años consecutivos.	R1. Recursos Humano fiel a cumplir las normas, valores internos, y fiel cumplimiento de las normas leyes relacionado con los servicios a prestar.	Evaluaciones de control de calidad de manera periódica en los trabajos realizados. Mediante evaluaciones realizadas de las políticas, procedimientos, internos de la firma.	Resultados del seguimiento si tuvo satisfacción el clientes en cuanto al servicio recibido y si existe una probabilidad alta de tomar el servicio nuevamente.
A3 . Captar una cartera de clientes en un mediano tiempo y posesionarse en el mercado.	C3. A través de un servicio eficiente, de calidad, apoyando y guiando al cliente, siguiendo las normas y leyes que regulan los procesos.	T3. En un mediano plazo de un año la calidad, satisfaciendo a los clientes con el servicio brindado.	R3. Buscar mejorar continuamente, satisfaciendo a los clientes con el servicio brindado, aparte mostrar confidencialidad, confiabilidad ética profesional y oportunidad. Contar con herramientas de trabajo adecuado, eficiente personal, y excelente comunicación para solución de inconvenientes.	R3. Mediante un plan de evaluación de la calidad del servicio, evaluación de las actividades, objetivos, responsables, resultados esperados, fecha de inicio fecha de conclusión, tiempo utilizado.	Si a finales del año la firma M&H Auditores y Consultores, ha sido reconocida en el mercado positivamente, con las auditorías y consultorías de calidad, mediante evaluaciones de los clientes.

### 6.3 ANÁLISIS DE MERCADO

A continuación se determinaran los elementos que influenciaran en la captación de los clientes en mercado de Tegucigalpa sin descartar posibles clientes de otras regiones del país.

Para este escenario se tomaran en cuenta los análisis de Pestel y Porter.

### **6.3.1 OFERTA**

La oferta en el mercado de servicios de auditorías está conformada por competidores directos, son las diversas firmas de auditoría, que es amplio su número, ya que existen aproximadamente 56 firmas de auditoría registradas en la Comisión Nacional de Bancos y Seguros (C.N.B.S.) sin incluir algunas pequeñas firmas que no se reflejan en el registro de este ente, para un total de 2,360 empresas registradas a nivel de Tegucigalpa como posibles receptoras de servicios de auditoría, este en el caso de los servicios de auditoría financiera. En el caso de los servicios de consultoría existe muchas compañías dedicada a prestar exactamente el mismo servicio estas serán la competencia directa.

### **6.3.2 NUEVOS COMPETIDORES**

Los nuevos competidores de servicios de auditoría y consultorías a nivel de Tegucigalpa pueden ser la creación de otras empresas dedicadas al mismo giro orientados a clientes del mismo segmento de mercado.

### **6.3.3 SERVICIOS SUSTITUTOS**

Los servicios sustitutos directos de los servicios de auditoría financiera y consultorías (contables) no se tienen, ya que las auditorías financieras cumplen una función de evaluación específica, lo mismo que los servicios contables.

### **6.3.4 CLIENTES**

Los servicios de auditoría financiera y consultorías están dirigidos a pequeñas y medianas empresas ubicadas en Tegucigalpa, ya que es una de las regiones del país donde se concentran el mayor número de empresas, por lo que estos servicios estarán dirigido a compañías que buscan tener muy buenos servicios y con precios razonables, sin descartar algunas oportunidades en el resto del país.

## **6.4 ANÁLISIS DEL GRUPO FOCAL**

### **ANÁLISIS**

Los servicios de auditoría financiera y consultorías están dirigidos a pequeñas y medianas empresas de Tegucigalpa, ya que es una de las regiones del país.

Descripción de la herramienta:

#### **6.4.1 OBJETIVOS**

- Estimar los elementos que se toman en cuenta para determinar el tiempo y costo por los servicios de auditoría financiera.
- Determinar las variables más sensibles que pueden afectar de manera negativa al costo establecido por honorarios profesionales.
- Identificar cuáles son los puntos básicos que toman en cuenta los clientes al prestar un servicio de auditoría financiera y de servicios contables.
- Identificar cuáles son los puntos más críticos en la prestación de estos servicios.

Selección de participantes:

1. Daniel Benavidez
2. Dixie Chávez
3. Douglas Espinoza

Características predominantes en los entrevistados

- Personal de edad joven adulta.
- Con experiencia de más de 12 años en el rubro.

#### **Preparación de las preguntas a realizar**

Las interrogantes se realizaron de acuerdo a las variables previstas para tener una consonancia lógica con los entrevistados.

## 6.4.2 INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN

El grupo focal se realizó formulando las interrogantes a cada uno de las personas invitadas, remarcando que tendríamos que lograr una conclusión sobre el tema abordado en base a los objetivos planteados, en un tiempo establecido en forma equitativa, sin dejar desapercibida alguna información sobre el tema, o punto que pueda ayudar a la operación de la firma.

Los resultados obtenidos del grupo focal se muestran a continuación en base a las indagaciones planteadas. Las cuales fueron:

1. ¿Cómo hacer los clientes, y mantenerlos en el caso de los servicios de auditoría financiera?

Es muy difícil poder hacer los clientes para dar inicio con una firma de auditoría tiene que tener una cartera de clientes, para ello requieres ser conocido en el mercado, y tener una imagen que lo acredite satisfactoria con los clientes.

Mantener un cliente pasa por prestar un buen servicio de auditoría, y que servicios sean muy buenos, con aportes profesionales no solo al momento de prestar el servicio sino a través de alguna relación cuando el cliente lo requiera.

2. ¿Cómo determinar el costo de un servicio y su tiempo que para terminar totalmente una auditoría?

Dependerá de varios factores pero los elementales son:

- Si el cliente es recurrente.
- El tipo de empresa.
- El tamaño de la empresa (en operaciones).
- El grado de complejidad.
- El nivel de riesgo (ambiente interno externo).
- El tipo de alcance a realizar.
- Situación económica de la empresa y el país.

3. ¿Cuáles son las variables más sensibles que pueden afectar significativamente el costo de los servicios?



- No analizar y estimar correctamente el rubro de la empresa a nivel de equipo el grado de operaciones.
  - No tener el conocimiento del personal, la experiencia del equipo que prestara el servicio al rubro (del cliente).
  - No tener una eficiente comunicación entre el equipo de trabajo desde el nivel básico a nivel alto o viceversa, y en el tiempo oportuno.
  - No contar con el personal capacitado, además con experiencia, y con las herramientas oportunas para brindar un servicio oportuno de calidad.
4. ¿Identificar cuáles son los puntos básicos que toman en cuenta los clientes al prestar un servicio de auditoría financiera y de servicios contables?
- El grado de eficiencia, responsabilidad, calidad, y precio de los servicios tanto para auditoría y consultorías.
  - El cumplimiento de los compromisos en el tiempo indicado, además que haya alternativas para solucionar problemas, recomendaciones para mejorar en las operaciones de los clientes.
5. ¿Identificar cuáles son los puntos más críticos en la prestación de servicios de auditoría y consultorías, o servicios contables?
- El nivel de exigencia y calidad a prestar.
  - Poder mantenerse en este rubro por el alto nivel de ofertas que hay (muchas firmas de auditorías para un mercado demandante no tan grande y desarrollado).
  - El alto grado de riesgo al emitir una opinión sin tener un respaldo suficiente y apropiado.
  - Disponer de un recurso humano, eficiente, capacitado, y disponer de recursos financieros para épocas bajas del año en cuanto a servicios a ofrecer.
  - Mantener un precio razonable de mercado por honorarios, debido a que el cliente tiene una gama de oportunidades para recibir estos tipos de servicios a costos módicos, por existir bastante oferta.

Como conclusión a este proceso de indagaciones sobre cómo mantener en el mercado operando una firma de auditoría y consultoría tomando en cuenta los objetivos planteados, podemos mencionar que hay que tomar en cuenta elementos cuantitativos como personal con alto crédito en el mercado, que goce de experiencias y sea conocido por los clientes por brindar servicios de calidad y que genere confianza.

Los costos no son iguales para todas las empresas ya que depende de varios factores que varía de acuerdo al giro, el tamaño, y factores internos y externos de la empresa a auditar y realizar trabajos contables o consultorías.

Para tener un cliente de manera recurrente debe mostrar eficiencia, competitividad, confianza, alto grado de responsabilidad de las obligaciones adquiridas, dar soluciones oportunas.

Mantenerse en competencia en el mercado de servicios de auditoría y consultoría actualmente es muy alta, requiere de conocimiento del mercado, de tener costos razonables, de acuerdo al rubro tamaño de la empresa, que se tengan como clientes.

**Tabla 57. Congruencia Metodológica**

Título	Objetivo		Conclusiones	Recomendaciones
	General	Específico		
Actividades a Realizar	Determinación de la factibilidad de Ingresar al mercado	Identificar el grado de aceptación al crear una nueva empresa.	Se considera un alto grado de aceptación del 73% (de las encuestas realizadas)	Se estimó algunas variables elementales para operar en el mercado, tomando datos de las encuestas, pero no es una regla, se puede utilizar otras variables para ser más competitivos en la operación del negocio.
		Brindar un servicio de calidad que llene las expectativas de los clientes	Existe un porcentaje aproximado del 25% de los encuestados que no están satisfechos con los servicios recibidos.	Para brindar un servicio de calidad también se deben tomar en cuenta políticas, objetivos internos de la firma, evaluaciones continuas de mejora.
		Determinar el costo de los servicios de auditoría y consultoría en el mercado.	En base a entrevistas realizada con conocedores del mercado se estimó un precio razonable tomando en cuenta la calidad del servicio a brindar el giro de las empresas a auditar, su tamaño de operaciones como elementos fundamentales	No existe un precio estándar para estimar un costo por honorarios de auditoría ya que depende de muchas variables cuantitativas, internar externas del cliente y la misma firma de auditoría.
		Posesionarse en el mercado en un tiempo determinado por medio de servicios de calidad, con costos razonables, a través de recurso humano altamente eficiente, capacitado.	Sera factible a través de un servicio de calidad, efectividad, costo, utilidad	Toda empresa al iniciar sus operaciones pueda tener un buen grado de operación pero si busca cada día ser eficiente, con un plan de mejora continua en su personal puede logran una gran rentabilidad.

La tabla anterior muestra el desarrollo del trabajo desde el objetivo general a los objetivos específicos, cuáles son las acciones a realizar para emprender el plan de desarrollo para la creación de la firma de auditoría y consultoría H&M auditores y consultores S. de R.L., y determinar el grado de factibilidad o en caso el escenario contrario, con las posibles recomendaciones que se desprendan del estudio desarrollado.

## BIBLIOGRAFÍA

- Adolfo Rafael Rodríguez Santoyo. (2013). *Fundamentos de mercadotecnia*.
- Arens, A. A., Elder, R. J., Beasley, M. S., Valladares Franyuti, A. G., Jenkins, J. G., Tech, V., & Dominguez Moran, M. de L. (2007a). *Auditoría: un enfoque integral*. Naucalpan de Juárez, México: Pearson Education.
- Arens, A. A., Elder, R. J., Beasley, M. S., Valladares Franyuti, A. G., Jenkins, J. G., Tech, V., & Dominguez Moran, M. de L. (2007b). *Auditoría: un enfoque integral*. Naucalpan de Juárez, México: Pearson Education.
- Arens, A. A., Elder, R. J., Beasley, M. S., Valladares Franyuti, A. G., Jenkins, J. G., Tech, V., & Dominguez Moran, M. de L. (2007c). *Auditoría: un enfoque integral*. Naucalpan de Juárez, México: Pearson Education.
- Chiavenato, I. (2011). *Administración de recursos humanos: el capital humano de las organizaciones*. México: McGraw-Hill.
- Franklin Fincowsky, E. B. (2007a). *Auditoría administrativa: gestión estratégica del cambio*. México: Pearson Educación.
- Franklin Fincowsky, E. B. (2007b). *Auditoría administrativa: gestión estratégica del cambio*. México: Pearson Educación.
- Gitman, L. J., & Joehnk, M. D. (2009). *Fundamentos de inversiones*. México: Pearson Educación.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.
- Kotler, P., Armstrong, G., Martínez Gay, M. G., & Garza-Castillón Cantú, R. (2008). *Fundamentos de marketing*. México: Pearson Educacion.
- Kubr, M., & International Labour Office. (1997). *La consultoría de empresas: guía para la profesión*. Ginebra: Oficina Internacional del Trabajo.

Ross, S. A., Westerfield, R., Jordan, B. D., Meza Staines, G., Mauri Hernández, M. E., & Carril Villareal, P. (2010). *Fundamentos de finanzas corporativas*. México, D.F.: McGraw-Hill.

Sánchez Curiel, G., & Domínguez Morán, M. de L. (2006). *Auditoría de estados financieros: práctica moderna integral*. México: Pearson Educacion.

Santillana González, J. R. (2013). *Auditoría interna*. México: Pearson Educación.

Stanton, W. J., Etzel, M. J., Walker, B. J., Carranza Garza, A., & Ortiz Staines, M. (2007). *Fundamentos de marketing*. México: McGraw-Hill Interamericana.

## ANEXOS

**Encuesta para Estudio de Mercado de pre factibilidad de “creación de una empresa de servicios de auditoría financiera y consultorías, para pequeñas y medianas empresas en Tegucigalpa” y el resto del país.**

Somos cursantes de tesis de maestría en Finanzas en la Universidad Tecnológica Centroamericana – UNITEC y solicitamos su ayuda con la siguiente información para conocer la pre factibilidad de los servicios mencionados anteriormente.

Le solicitamos **marcar con una X** en la línea al inicio de cada opción según su respuesta.

### 1. Datos Demográficos:

Sexo

\_Femenino

\_Masculino

Edad

\_\_Años.

Rubro de su empresa:

\_\_\_\_\_Industria

\_\_\_\_\_Comercial

\_\_\_\_\_Servicio

\_\_\_\_\_Otros

### 2. Información de mercado

1. ¿Considera que es necesario realizar auditorías periódicas a su compañía?.

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

Si su respuesta es No, favor pasar a la pregunta No. 4

2. ¿A qué áreas se han enfocado las auditorías que se han realizado en su empresa?.

Administrativa	<input type="checkbox"/>
Financiera	<input type="checkbox"/>
Especifica	<input type="checkbox"/>
Control interno	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

3. Favor, ¿Califique el tipo de servicio de auditoría recibido?.

Excelente	<input type="text"/>
Muy bueno	<input type="text"/>
Bueno	<input type="text"/>
Regular	<input type="text"/>
Pésimo	<input type="text"/>

Si ha contratado algún servicio de auditoría favor pasar a la pregunta No. 5

4. ¿Si no ha recibido servicios de auditoría, favor decir por qué no lo ha hecho?.

Porque nunca lo he necesitado

<input type="text"/>
<input type="text"/>

Porque no confía en las auditorías externas existente

Por haber tenido malas experiencias con firmas contratadas

para su revisión

<input type="text"/>
<input type="text"/>

Otros

5. ¿Con que frecuencia realizan auditorías financieras a su empresa?.

Trimestral

Semestral

Anual

Otros

<input type="text"/>
<input type="text"/>
<input type="text"/>
<input type="text"/>

6. ¿Para optar por un servicio de auditoría que exige?.

Oportunidad

Seriedad

Experiencia

Capacidad

Innovación

Tecnología

Otros

<input type="text"/>
<input type="text"/>
<input type="text"/>
<input type="text"/>
<input type="text"/>
<input type="text"/>
<input type="text"/>

7. ¿Qué factores deben reunir el servicio de auditoría para contratarla en sus empresa?.

Costo

Calidad

Efectividad

Utilidad

Otros

<input type="text"/>
<input type="text"/>
<input type="text"/>
<input type="text"/>
<input type="text"/>

8. ¿Se piensa crear una empresa de auditoría financiera y servicios de consultoría estaría dispuesto a contratar sus servicios?.

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

9. ¿Qué sugerencias nos podría brindar para la implantación de este servicio?.

---

---

10. ¿Recibe o ha recibido algún tipo de consultoría?.

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

Si su respuesta es NO favor pasar a la pregunta No.14

11. ¿Qué tipos de consultoría ha recibido?.

Fiscal	<input type="checkbox"/>
Contable	<input type="checkbox"/>
Sistema	<input type="checkbox"/>
Capacitaciones	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

12. Favor ¿Califique el tipo consultoría recibido?.

Muy bueno	<input type="checkbox"/>
Bueno	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>
Malo	<input type="checkbox"/>

13. ¿Si no ha recibido servicios de consultoría, favor decir por qué no lo ha hecho?.

Porque nunca lo he necesitado	<input type="checkbox"/>
Porque no confía en las consultorías externas existente	<input type="checkbox"/>
Por haber tenido malas experiencias con servicios contratadas para su revisión	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>



14. ¿Considera que un servicio de consultoría podría serle más práctico, rentable, para su empresa?.

Si

No

### **SONDEO DE MERCADO**

¿Podría mencionar que firma de auditoría le ha brindado servicios de auditoría?.

¿Podría mencionar que firma de consultoría le ha brindado servicios?.