



UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION

ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACION DE MEJORAS DE LA EMPRESA BP
CORP**

TESIS PREVIA A LA OBTENCION DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

**AUTORES: FAUSTO BOLIVAR NIEVES GOMEZ
VICTOR EDWIN PUGO ZUMBA**

DIRECTORA: ING. XIMENA MOSCOSSO

CUENCA – ECUADOR

2011

Dedicatoria:

Con amor a mi familia porque creyeron en mi brindándome todo su apoyo, que ha sido fundamental en la realización de este trabajo.

Fausto Nieves Gómez

Dedicatoria:

Con todo el cariño a mis padres por todo el apoyo brindado en el transcurso de mi carrera, a mí querida esposa, mis hermanos y mi tía por toda la motivación y comprensión otorgada.

Víctor Pugo Zumba

Agradecimiento:

A Dios por brindarnos sabiduría y guiar nuestras vidas. A nuestros padres por todo el apoyo y motivación incondicional. A la Ing. Ximena Moscoso, por su colaboración, paciencia y ser la guía y tutor de este trabajo.

Fausto Nieves Gómez

Víctor Pugo Zumba

Todo el contenido y criterios que constan en el presente trabajo de investigación son de responsabilidad de los autores.

Fausto Nieves Gómez

Víctor Pugo Zumba

Índice de contenidos

Dedicatorias.....	vi
Agradecimiento.....	vi
Firma de responsabilidad.....	vi
Índice de contenidos.....	vi
Resumen.....	vi
Abstract.....	vi

Introducción.....	1
-------------------	---

Capítulo 1: La Empresa

1.1 Descripción de la empresa.....	3
1.1.1 Nombre de la Empresa.....	3
1.1.2 Propietarios de la empresa.....	3
1.1.3 Estructura organizacional.....	4
1.1.4 Descripción de servicios.....	5
1.1.5 Tamaño de la empresa.....	5
1.2 Planeación estratégica.....	6
1.2.1 Misión.....	6
1.2.2 Visión.....	6
1.2.3 Objetivos.....	6
1.2.4 Análisis FODA.....	14
1.2.5 Estrategia.....	20
Conclusión.....	21

Capítulo 2: El Mercado

2.1 Investigación de mercado.....	22
-----------------------------------	----

2.1.1	Estructura del mercado.....	22
2.1.2	Segmentación del mercado.....	22
2.1.3	Obtención de la muestra.....	24
2.1.4	Encuesta.....	25
2.1.5	Análisis de resultados.....	33
2.1.6	Análisis de la oferta.....	34
2.1.7	Determinación de la demanda	36
2.1.8	Análisis de precios.....	39
2.2	Marketing estratégico.....	41
2.2.1	Marca.....	43
2.2.2	Slogan.....	45
2.2.3	Comercialización.....	46
2.2.4	Canales de distribución.....	46
2.2.5	Publicidad.....	47
2.2.6	Promoción.....	47
	Conclusión.....	49

Capítulo 3: Análisis Económico – Financiero

3.1	Inversión total.....	50
3.1.1	Inversión fija.....	50
3.1.2	Inversión variable.....	51
3.1.3	Plan de financiamiento.....	53
3.2	Costos y Gastos.....	56
3.3	Flujo de Efectivo.....	58
3.4	Punto de equilibrio.....	64
3.5	Evaluación Financiera.....	67
3.6	Plan de Mejoras.....	69
	Conclusión.....	106

	Conclusión final.....	107
--	-----------------------	-----

Recomendaciones.....109
Bibliografía.....110
Anexos.....111

RESUMEN

El presente trabajo de investigación es un plan de negocios para la implementación de mejoras en la empresa BP CORP en la ciudad de Cuenca, cuya actividad es brindar los servicios especializados y personalizados en las áreas: Contable, Tributaria, Administrativa, Marketing, Análisis Empresarial y Declaración de Impuestos, según los requerimientos de los clientes.

Mediante la aplicación de conocimientos adquiridos y matrices se desarrolló la descripción de la empresa y la planificación estratégica. Luego se realizó el estudio de mercado aplicado a las empresas afiliadas a la CAPIA y la Cámara de Comercio y determinar la demanda de los servicios antes mencionados. Además se realizó una etapa de comercialización planteando estrategias para poder llegar de mejor manera a nuestros posibles consumidores.


Finalmente se ejecutó un análisis económico – financiero y se propuso un plan de mejoras, con lo que concluyó que el proyecto es rentable dando a sus inversionistas una utilidad mayor a la esperada.

ABSTRACT

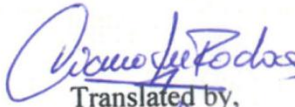
The present research work is a business plan to implement improvements in BP CORP Company of the city of Cuenca, which provides specialized and personalized services in the following areas: Accounting, Tribute, Administration, Marketing, Enterprise Analysis and Tax Statement; according to the client's requirements.

A strategic plan was developed through the application of theoretical information and the creation of a matrix describing the company. Then, a market study of the companies subscribed to CAPIA and the Chamber of Commerce took place. Also, the demand for the previously mentioned services was determined. Additionally, a commercializing phase with different strategies took place in order to approach possible consumers in a better way.

Finally, a economic-financial analysis was carried out and an improvement plan was proposed. The conclusion was that the project was beneficial and it provided the investors with a higher profitability than expected.



UNIVERSIDAD DEL
AZUAY
DPTO. IDIOMAS



Translated by,
Diana Lee Rodas

INTRODUCCION

Las empresas de hoy en día están expuestas a varios cambios, tanto internos como externos, es por eso que disponer de un plan de negocios bien estructurado constituye un instrumento fundamental en el desarrollo de las organizaciones.

El propósito de esta tesis es realizar un plan de negocios para implementar mejoras en la empresa "BP. CORP", el mismo que nos ayudará a encontrar falencias que dañen la integridad de la misma; nos orientará a tomar medidas de control para enfrentar cualquier tipo de amenazas.

La empresa BP. CORP. Se dedica a la prestación de servicios en el área contable, financiera, marketing, según los requerimientos de las personas naturales o jurídicas que necesiten de nuestro producto.

El mercado que se analizará serán las empresas afiliadas a la CAPIA y Cámara de Comercio de Cuenca, como también negocios grandes y pequeños de la ciudad, con el fin de explotar un mercado que no ha sido cubierto en la actualidad.

Esta idea innovadora busca satisfacer todas y cada una de las necesidades puntuales de los actuales y futuros clientes.

La primera parte del capítulo se desarrollara la parte organizacional de la empresa: nombre de la empresa, los propietarios, su estructura organizacional, la descripción del servicio, tamaño de la empresa; así como la planeación estratégica: misión, visión, objetivos, análisis FODA, estrategia.

El segundo capítulo tratara sobre la investigación de mercados: su estructura, la segmentación, obtención de la muestra, la encuesta, análisis de resultados, determinación de la oferta y demanda, análisis de precios; así como también su marketing estratégico: la marca, el slogan, la comercialización, los canales de distribución, la publicidad y promoción.

Por último, en el tercer capítulo se desarrollara el análisis económico-financiero del negocio para determinar la factibilidad del mismo, por lo que se analizara: la inversión fija, variable, el plan de financiamiento, costos y gastos, flujo de efectivo, punto de equilibrio, evaluación financiera y el plan de mejoras.

En conjunto forman un plan de negocios para la empresa BP. CORP. El mismo que refleja un estudio serio y realista de la situación actual y potencial a la que se enfrenta y enfrentará en cuestión.

CAPÍTULO I: LA EMPRESA

1.1 Descripción de la empresa

Bp. Corp es una empresa joven y dinámica, que brinda asesoría estratégica para las empresas. Colaboramos con clientes en todos los sectores y regiones para identificar las oportunidades del negocio más competitivas, abordar sus principales desafíos y transformar sus negocios en empresas líderes.

La empresa inicio sus actividades comerciales en el año 2008, se encuentra ubicada en la Ciudad de Cuenca, en las calles Nicolás de Rocha 2-29 y Av. Loja, cuenta con un grupo de cliente brindando asesoría en las áreas de contables, financiera a empresas, la idea nace con el objetivo de ayudar a empresas pequeñas a tener la información validada y actualizada para la toma de decisiones oportunas

1.1.1 Nombre de la Empresa

BP. CORP

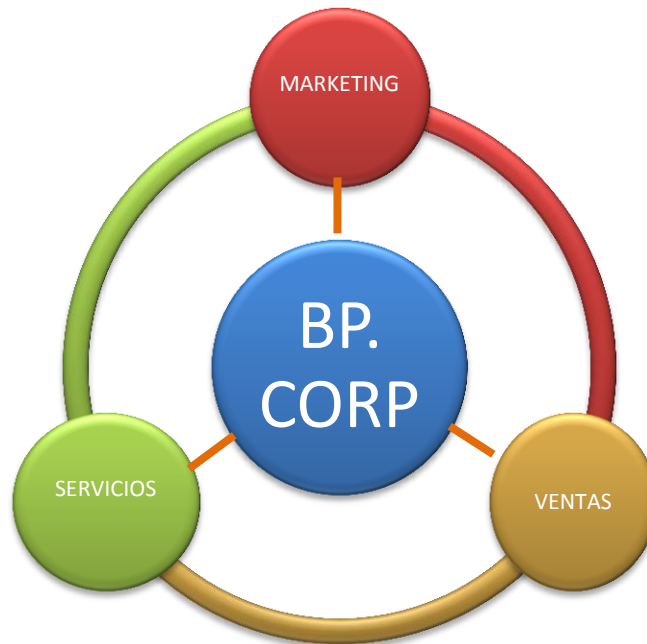
1.1.2 Propietarios de la empresa

Ing. Fausto Nieves

Cont. Rafael Pontón

1.1.3 Estructura organizacional

GRAFICO: # 1
Organigrama



Fuente: los autores

El organigrama de la empresa está diseñado a partir de una pequeña organización central, en la cual no se distinguen jerarquías, haciendo que cada departamento sea responsable de las actividades que desempeñan. Lo que hará que exista competitividad entre departamentos.

Ventas: Es el encargado de realizar los respectivos planes de ventas, presupuestos, controlar la atención al cliente, cotizaciones y los respectivos recorridos a los clientes.

Marketing: Está relacionada con las promociones, publicidad, presentación de los servicios y la imagen de la empresa.

Servicios: En este departamento se encuentran las personas que realizan el servicio ofertado por la empresa, de este dependerá la calidad de su trabajo, garantizando la satisfacción del cliente.

1.1.4 Descripción del servicio

“BP. CORP”, ofrece servicios de asesoría especializados en las áreas: Contable, Tributaria, Administrativa, Marketing, Análisis Empresarial y Declaración de impuestos. “BP. CORP” ha entendido que la implementación de estas actividades dentro de las empresas hará que las mismas crezcan en el campo empresarial, logrando un posicionamiento dentro del medio.

1.1.5 Tamaño de la empresa

El tamaño actual de la empresa está distribuido de la siguiente manera:

TABLA: #1
Tamaño de la empresa

DESCRIPCION	CANTIDAD	TAMAÑO
Oficina	1	18m2
Muebles y Enseres	7	6m2
Equipos de Computo	3	

Fuente: Los autores

La capacidad de la oficina se determina en base a la cantidad de metros cuadrados disponibles, tomando en cuenta el tamaño de los muebles y enseres que se necesitan para el funcionamiento, los cuales son utilizados por el personal que labora en la empresa.

1.2 Planeación estratégica

1.2.1 Misión

Ser el socio estratégico de nuestros clientes, atendiendo las necesidades administrativas de los mismos, proporcionando un servicio acorde a los cambios del mercado, entendiendo que el éxito de ambos está relacionado directamente.

1.2.2 Visión

Ser la empresa de servicios líder en el mercado, con profesionales de amplia experiencia en el análisis, desarrollo e implementación empresarial, promoviendo la mejora continua, de modo que podamos prosperar y generar ventajas competitivas a la actividad de nuestros clientes.

1.2.3 Objetivos

General

El objetivo general de "BP. CORP" está diseñado para ser alcanzados durante el horizonte del desarrollo del plan, relacionado directamente con la misión y la visión de la empresa, consta de tres puntos principales como:

- Lograr permanecer en el mercado
- Lograr crecimiento
- Obtener rentabilidad

Específicos

- Obtener un 26% de crecimiento de nuestro número actual de clientes (en función tiempo que disponemos para los clientes actuales).
- Instruir constantemente al personal para captar nuevos clientes sin descuidar las exigencias de los clientes actuales.
- Elaborar estrategias de Marketing para ampliar el mercado.
- Lograr un posicionamiento deseado dentro del mercado.
- Desarrollar un sentimiento de empatía entre el personal y los clientes.

Análisis PEST

Es una herramienta que nos permite tener una visión clara de los factores externos que afectan directamente las actividades de la empresa; partimos de una matriz en donde se anotan los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos que afectarán al desarrollo de la empresa.

TABLA: # 2
Matriz análisis PEST

POLITICOS	ECONOMICOS
1.- Cambio continuo de leyes y reglamentos (política tributaria) 2.- Aplicación de las NIIF y NIC en el Ecuador 3.- Elevación de aranceles 4.- Restricción en las importaciones 5.- Políticas del ALBA 6.- Políticas laborales 7.- Estabilidad política	1.- Disminución de la economía local 2.- Grado de Competencia de mercado 3.- Costo para establecer servicio 4.- Tasas de interés 5.- Inflación 6.- confianza del consumidor 7.- Costos de Implementación 8.- Ciclo Económico 9.- Niveles de empleo
SOCIALES Y DEMOGRAFICOS	TECNOLOGICOS
1.- Educación 2.- Crecimiento poblacional 3.- Migración Interna 4.- Ocio 5.- Espíritu emprendedor 6.- condiciones de vida 7.- Demanda del servicio	1.- Investigación y desarrollo de la competencia 2.- Creación de software de fácil aplicación 3.- Transferencia segura de información 4.- Nuevos métodos de prestación de servicios.

Fuente: Los autores

Una vez organizados los datos en el análisis PEST, se elabora la matriz de incertidumbre/impacto, en la cual se escoge las situaciones que tienen el grado más alto de incertidumbre y el mayor impacto sobre los objetivos; y los resultados de este análisis se expresan en la siguiente matriz.

TABLA: # 3

Matriz incertidumbre/impacto

		IMPACTO COMERCIAL	
		BAJO	ALTO
INCERTIDUMBRE	ALTO	1.- Elevación de aranceles 2.- Restricción en las importaciones 3.- Migración Interna 4.- Ciclo Económico 5.- Niveles de empleo 6.- Métodos Nuevos de prestación de servicios. 7.- Espíritu emprendedor	1.- Cambio continuo de leyes y reglamentos (Política tributaria) 2.- Disminución de la economía local 3.- Grado de Competencia de mercado 4.- Confianza del consumidor 5.- Investigación y desarrollo de la competencia 6.- Costos de Implementación 7.- Demanda de los servicios 8.- Aplicación de las NIIF y NIC en el Ecuador
	BAJO	1.- Políticas del ALBA 2.- Crecimiento poblacional 3.- Ocio 4.- Condiciones de vida 5.- Tasas de interés 6.- Inflación 7.- Creación de software de fácil aplicación	1.- Estabilidad política 2.- Educación 3.- Transferencia segura de información 4.- Creación de software de fácil aplicación

Fuente: Los autores

Siguiendo con el análisis, de la matriz de incertidumbre/impacto, se toman los factores que se encuentran en el cuadrante superior derecho y se deberán anotar dos o tres cursos de acción para cada uno el cual se expresa en la matriz de Cursos de Desarrollo Potencial, descrito a continuación.

TABLA: # 4

Matriz curso de desarrollo potencial

	Curso 1	Curso 2	Curso 3
Cambio continuo de leyes y reglamentos	Casi nunca existen cambio de leyes en el Ecuador	Existen un pequeño índice de cambios de leyes	virtualmente existe cambio de leyes
Demanda del servicio	Demanda minoritaria de un segmento del mercado	El servicio se convierte en regla general para todo el mercado	
Disminución de la economía local	La economía se mantiene estable	La economía tiene recesiones	
Grado de Competencia de mercado	La competencia cobra los precios altos en la prestación del servicio	El alto grado de competencia hace que los precios disminuyan	Se mantiene los precios uniformes
Confianza del consumidor	El cliente no se siente identificado con la empresa	Se desarrollan procesos y políticas para que el cliente este satisfecho	
Investigación y desarrollo de la competencia	Los clientes no acogen nuevas tecnologías y procedimientos	Los clientes adoptan rápidamente nuevas tecnologías, pero el mercado se demora en acoger estas tecnologías	
Costos de Implementación	Los precio bajan haciendo que los clientes accedan al servicio con mayor facilidad	Los precios permanecen altos y caen lentamente	
Aplicación de las NIIF y NIC en el Ecuador	Los clientes actualmente no aplican las NIFF	La aplicación es regla para todas las sociedades	

Fuente: los autores

Como último paso del presente análisis se elabora la matriz de Situación Inicial en el cual se define no más de dos situaciones relevantes que serán tomadas muy en cuenta para la formulación de la estrategia y para la proyección de la demanda, esta fase se deriva de las combinación de dos casos a la vez y sus respectivos cursos de acción y se crea la matriz de Situación Inicial.

TABLA: # 5
Matriz de situación inicial

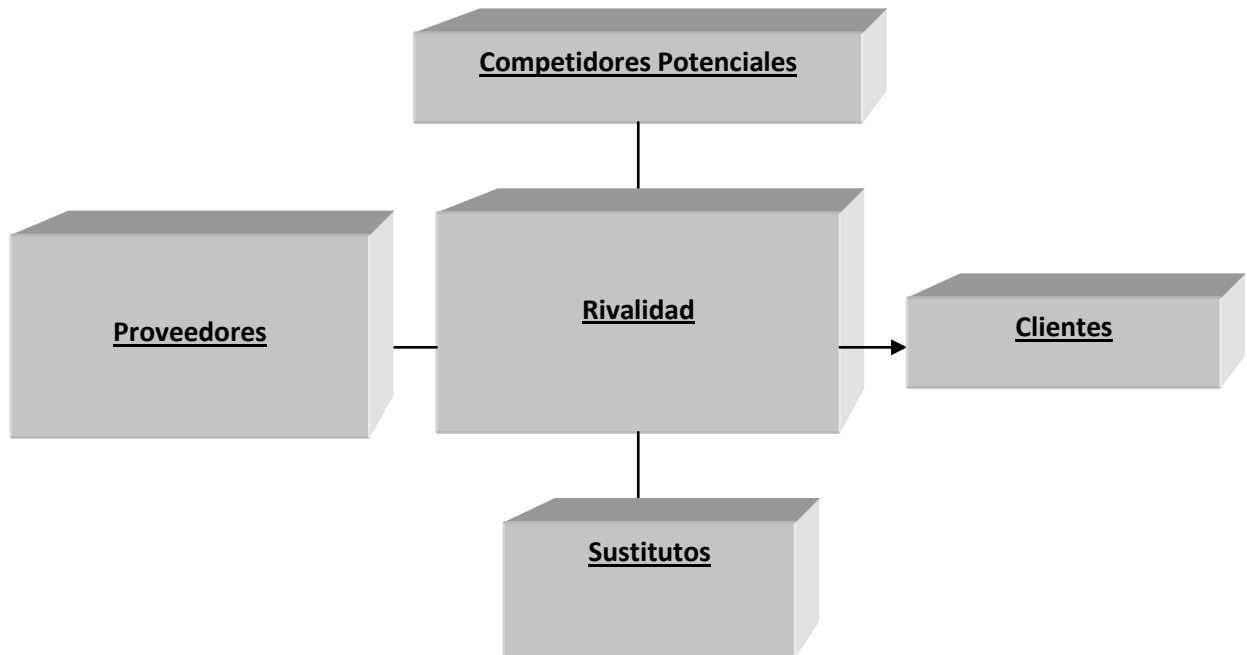
		Aplicación de las NIIF y NIC	
		CURSO 1	CURSO 2
Demanda del servicio	CURSO 2	Los clientes actualmente no aplican las NIIF	La aplicación es regla para todas las sociedades
		El servicio se convierte en regla general para todo el mercado	El servicio se convierte en regla general para todo el mercado
	CURSO 1	Demanda minoritaria de un segmento del mercado	Los precios permanecen altos y caen lentamente
		Los clientes actualmente no aplican las NIIF	Demanda minoritaria de un segmento del mercado

Fuente: Los autores

De acuerdo al análisis se determina que la implementación de las NIIF y NIC en el Ecuador hace que los propietarios de negocios y/o empresas demanden el servicio, el mismo que es de vital importancia porque nos permite tener una visión de los elementos del entorno que pueden afectar el normal funcionamiento de la empresa; estos elementos están fuera del alcance del empresario y pueden ser objeto de un alto grado de incertidumbre.

Análisis de las 5 fuerzas de Porter.-

GRAFICO: # 2
Diamante de Porter



Fuente: Porter. M. E, Competitive Advantage, 1985

Rivalidad.- dentro de esta fuerza ubicamos a todas las empresas que prestan el servicio similar a la nuestra, la atención personalizada será distinción de nuestra empresa.

Al realizar el análisis de la competencia nos encontramos con un problema puesto que no contamos con información exacta de los profesionales que laboran en esta área de manera independiente.

Competidores potenciales.- al referirnos a esta fuerza, podemos decir que se encuentran representados por pequeñas y grandes consultoras contables, profesionales independientes que pueden ingresar al sector y convertirse en nuestros competidores.

En esta fuerza tenemos que analizar claramente cómo dichos competidores intentan ingresar al mercado utilizando estrategias de precios, servicios, publicidad, etc.; para estar preparados y poder anticiparnos a los hechos.

Sustitutos.- En esta fuerza se encuentran los servicios que realizan funciones parecidas a las que ofrecemos.

- Los propietarios de los negocios.
- Software de fácil uso.

El principal objetivo que Bp. Corp. es satisfacer individualmente las necesidades de nuestros clientes, con una atención personalizada, siendo este el valor agregado que la empresa brinda a su servicio.

Clientes.- Son todos aquellos consumidores finales que se benefician con el servicio, los clientes tienen el poder de decidir a qué empresa o profesional acudir para atender este requerimiento que la ley exige. La oferta del servicio actualmente es bastante amplia, por lo cual vemos la importancia de ofrecer un valor agregado, de tal forma que el cliente halle en nosotros una diferenciación dentro del mercado; encontrándose dentro de este campo los siguientes:

- Empresas pequeñas de la Ciudad de Cuenca.

- Profesionales que laboran en otras áreas.
- Personas naturales que poseen un negocio.

Proveedores.- En esta fuerza mencionamos a todos los proveedores de bienes y servicios, los mismos que serán utilizados diariamente en la empresa. Nuestros proveedores tienen que cumplir con ciertas exigencias establecidas por nuestra empresa, tanto en calidad y precios de los servicios o productos que brindan, lo cual ayudará a que funcionemos de la mejor manera reduciendo costos y gastos a "BP. CORP".

- Boletín del contador
- PC Cuenca ¿Qué es?
- Librerías y papelerías
- Etapatelecom

Barreras de entrada

Según lo que se ha investigado para que existan barreras de entrada se debe estar en un mercado imperfectamente competitivo, debido a que nosotros estamos en un mercado de competencia perfecta no existen barreras de entrada.

1.2.4 Análisis FODA

El análisis FODA concentra el análisis de la empresa tanto interno como externo; la finalidad es lograr una combinación de los recursos para conseguir una ventaja competitiva explotando las oportunidades mediante una adecuada utilización de las fortalezas que "BP. CORP" posee; de igual manera

reducir las debilidades para enfrentar las amenazas que se presenten en la empresa.

Fortalezas.-

- Excelente ubicación.- nuestra empresa se encuentra dentro de la ciudad permitiéndonos un acceso rápido y nos encontramos rodeados por varios negocios de la gama alta y media.
- Servicio personalizado.- llegamos a nuestros clientes con buena organización por parte de "BP. CORP".
- Conocimientos en el área contable.- la trayectoria de los directivos que han laborado en distintas plazas de negocios ha hecho que cuenten con un adecuado conocimiento.
- Personal que trabaja en equipo.- hace que el tiempo y recursos sean aprovechados de la mejor manera al momento de laborar.
- Disponibilidad de recursos financieros.- permite adquirir todos los bienes o servicios para el buen funcionamiento de la empresa y la buena atención al cliente.

Oportunidades.-

- **Necesidad del mercado por nuestro servicio.** Gracias a la implementación de las NIFF y NIC's, el servicio que prestamos se vuelve indispensable para todas las sociedades.
- **El servicio se convierte en regla general para el mercado.-** Debido a los cambios de políticas tributarias que el país enfrenta constantemente, los empresarios se ven en la obligación de contratar los servicios contables para cumplir con esta obligación.
- **Expansión del mercado.-** Hoy en día existe personas emprendedoras que crean nuevos negocios y necesitan asesoría para su funcionamiento.
- **Desconfianza en empresas actuales que brindan los servicios.-** En la actualidad existen empresas que se saturan de clientes ocasionando un incumplimiento del servicio, esto conlleva a que los clientes busquen nuevas alternativas para cubrir su necesidad.

Debilidades.-

- **Somos nuevos en el mercado.-** la dura competencia existente y la calidad del servicio brindado hace que los consumidores tengan sus preferencias.

- **Saturación del mercado.**- la introducción de nuevos profesionales que buscan desenvolverse en el área hace que exista menos plazas de trabajo.

Amenazas.-

- **Alta competencia.**- En el mercado de este tipo existen varias alternativas que los consumidores finales pueden elegir debido a que existen varias empresas que prestan este servicio, haciendo que el mercado se sature.
- **Disminución en las utilidades de las empresas.**- Esta variable nos afecta directamente puesto que las empresas no perciben los mismos ingresos que en periodos anteriores haciendo que nuestro servicio no sea indispensable.
- **Fusiones entre empresas.**- Las empresas existentes se unen compartiendo conocimientos que faciliten la prestación del servicio.

Para tener un conocimiento claro de la empresa, realizamos el análisis del entorno propuesto por David Aaker, en el cual se anota los factores de éxito que tiene "BP. CORP" comparado con la competencia, esto nos ayudará a estructurar un marco práctico para obtener, organizar y analizar la información del medio.

Para obtener la matriz del perfil competitivo nos hemos basados en la percepción, también se realizaron visitas físicas y llamadas telefónicas a las empresas que mencionamos a continuación.

Para la elaboración de la matriz del Perfil Competitivo ubicamos de una parte a la empresa Asecom debido a la ubicación y la fidelidad de sus clientes y por otro lado tenemos a Ático puesto que está ubicada frente al Servicio de Rentas Internas, por lo tanto existe una gran afluencia de clientes.

TABLA: # 6
Matriz del perfil competitivo

Factores de éxito	Peso	Bpcorp		Asecom		Atico	
		Calificación	Total	Calificación	Total	Calificación	Total
Utilidad de recursos	0.10	3.00	0.30	4.00	0.4	4.00	0.4
Calidad del servicio	0.20	4.00	0.80	3.00	0.6	1.00	0.2
Capacitación	0.20	4.00	0.80	4.00	0.8	1.00	0.2
Recursos financieros	0.10	2.00	0.20	2.00	0.2	3.00	0.3
Capacidad de respuesta	0.25	3.00	0.75	4.00	1	2.00	0.5
Reconocimiento de la marca	0.15	1.00	0.15	2.00	0.3	1.00	0.15
	1.00		3.00		3.30		1.75

Fuente: los autores

El resultado total ponderado más alto para una empresa es 4, mientras que un resultado total ponderado de 1 es bajo, teniendo en cuenta esta aseveración concluimos que Bp. Corp. vea en ASECOM a su principal rival, mientras que ATICO es una amenaza débil.

(VER ANEXO N° 1)

Ciclo de vida del mercado

El crecimiento económico impulsa una fuerte expansión del negocio de asesorías contables y de libre ejercicio profesional en los últimos años.

La diversificación de la oferta y la existencia de una gran concentración de empresas que brindan los servicios contables en diversos lugares, nos demuestran que el mercado está atravesando por la etapa de crecimiento, ya que nuevas empresas continúan ingresando a la industria y la rivalidad entre ellas se encuentra latente pero bajo control, debido a que el crecimiento de la demanda supera considerablemente el crecimiento de la capacidad instalada, esto hace notar que las empresas pueden obtener beneficios pero también requieran de liquidez para tratar de minimizar los riesgos y lograr posicionarse en el mercado.

Ciclo de vida del producto

El ciclo de vida del servicio que la empresa "BP. Corp." Ofrece será analizado a largo plazo considerando las etapas de: introducción, crecimiento, madurez y debido a la gran saturación que tenga el mercado llegaremos a la decadencia.

En nuestro caso estamos ubicados en el ciclo de crecimiento, debido a que los clientes han ido aumentando paulatinamente gracias a la calidad del servicio, logrando establecer una confianza entre cliente y la empresa, esto hace que los costos necesarios para que la empresa funcione se encuentren en descenso, haciendo que los ingresos sean mayores a los egresos; se tiene que reforzar la promoción y publicidad enfocada claramente en la marca del servicio.

1.2.5 Estrategia

La estrategia elegida por BP Corp. Será la de penetración en el mercado.

Estrategia de penetración en el mercado

Esta estrategia consiste en incrementar la participación en el mercado existente con el servicio que ofrecemos. La forma de conseguirlo es atrayendo a los clientes actuales o potenciales de empresas competidoras, para ello es necesario desarrollar una estrategia de impulsión adecuada, destacando los beneficios de utilizar el servicio; buscar consumidores potenciales que no utilizan el servicio debido a que por ley no están obligados pero se ven en la necesidad de adquirir el servicio.

Conclusión del capítulo

La conclusión de nuestro capítulo especificamos el negocio al cual vamos aplicar el plan estratégico, los motivos por el cual seleccionamos esta empresa, las oportunidades que tendremos en el mercado, la planificación con la que contara la empresa y todas las estrategias que se aplicaran para el desenvolvimiento de BP. CORP.

Se analizo su estructura organizacional, el tamaño de la empresa, para tener un conocimiento exacto hacia donde queremos dirigirnos, teniendo muy en claro cuáles son nuestros objetivos generales y específicos.

Se desarrollo un adecuado plan estratégico aplicando los mejores métodos captados en el transcurso de la carrera como: aplicación de matrices PEST, análisis FODA, análisis de las 5 fuerzas de Porter y selección de la mejor estrategia para BP. CORP.

Al haber analizado todo lo antes expuesto hemos logrado con éxito cumplir los objetivos del capítulo, los cuales fueron planteados en nuestro diseño de tesis.

CAPITULO II: INVESTIGACION DE MERCADO

2.1.1 Estructura del Mercado

Sabiendo que nuestro mercado es competencia perfecta porque existe un gran número de empresas que brindan el servicio que nosotros ofrecemos, concluimos que nuestro mercado está formado por las empresas afiliadas a la Cámara de la Pequeña industria del Azuay y la Cámara de Comercio de Cuenca, encontrándose aquí nuestro mercado potencial, sin descartar a las personas naturales no obligadas a llevar contabilidad, debido a que estas tienen que presentar sus declaraciones mensuales o semestrales exigidas por el Servicio de Rentas Internas.

2.1.2 Segmentación del Mercado

Es el proceso de dividir el mercado en pequeños segmentos uniformes, con la finalidad de determinar los gustos y preferencias del consumidor, para esta segmentación se toman en cuenta los aspectos geográficos, demográficos, socioeconómicos y las necesidades de los clientes.

Los aspectos geográficos.- Es una división del mercado tomando en cuenta la ubicación geográfica tales como: País, provincia, cantón, ciudad, etc., para nuestro campo de estudio estaría conformado por las empresas afiliadas a la Cámara de la Pequeña Industria del Azuay y la Cámara de Comercio de Cuenca.

Los aspectos demográficos.- Dividen al mercado en grupos como la educación, la raza, religión, estado civil, etc., para nuestro estudio no sería útil debido a que la investigación va enfocada a empresas y no a personas.

Los aspectos psicográficos.- Hacen referencia al estilo de vida, los valores personales y las actitudes o personalidad; en nuestro plan este aspecto no será utilizado.

Los aspectos por comportamiento del consumidor.- Están basados en el conocimiento de los clientes sobre el servicio, índice de consumo, lealtad, etc.

Podemos concluir que la estrategia de segmentación a utilizar es la Macrosegmentación, por lo que el mercado va dirigido a un grupo homogéneo de consumidores, por esto el criterio tomado en cuenta para nuestra segmentación será el geográfico y el campo de investigación está conformado por las empresas afiliadas a la CAPIA y la Cámara de Comercio de Cuenca, por la facilidad de obtención de la información.

Objetivos de la investigación

- Averiguar cuántas empresas en el mercado no cuentan con el servicio que ofertamos.
- Identificar clientes potenciales a los cuales podemos brindar nuestro servicio.
- Conocer a qué precio se brinda el servicio en el mercado.

- Determinar cuál es nuestra competencia directa o indirecta.

Desarrollo del plan de investigación

Para desarrollar nuestra investigación nos basaremos en las fuentes de información primaria, el método de la investigación utilizado será el de aplicar encuestas persona a persona con nuestros posibles clientes potenciales escogidos al azar, de esta forma descubrir si nuestro servicio es aceptado, siendo nuestro instrumento de investigación el cuestionario.

2.1.3 Obtención de la Muestra

Para la obtención de la muestra se toma el total de las empresas de la CAPIA que son 198, distribuidas en toda la ciudad de Cuenca y las 2464 empresas pertenecientes a la Cámara de Comercio de Cuenca, y aplicamos la siguiente fórmula:

$$n = \frac{(Z)^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{(E)^2 (N-1) + (Z)^2 \cdot P \cdot Q}$$

En dónde:

n = Tamaño de la muestra.

Z = Nivel de confianza.

N = Tamaño de la población.

P = Probabilidad de que ocurra el suceso.

Q = Probabilidad de que no ocurra el suceso.

E = Error Muestral.

Z =	1.96
N =	2662
P =	50%
Q =	50%
E =	5%
$n = \frac{(1.96)^2 (2662) (0.5) (0.5)}{(0.05)^2 (2662-1) + (1.96)^2 (0.5) (0.5)}$	
n =	$\frac{2556.58}{7.61}$
n =	336

El resultado de la fórmula nos indica que tenemos que realizar 336 encuestas.

2.1.4 Encuesta

Nuestra investigación se la realizará a través de una encuesta piloto para identificar el nivel de aceptación en el mercado del servicio ofertado por Bp. Corp., para lo cual se realizarán diez encuestas de prueba antes de ejecutar la totalidad de las mismas.

El proceso de la encuesta se lo realizará personalmente, visitando a las empresas en el lugar de su residencia permitiéndonos obtener una información veraz.

Una vez terminadas la encuesta piloto se tiene las siguientes observaciones:

(VER ANEXO N° 2 Y 3)

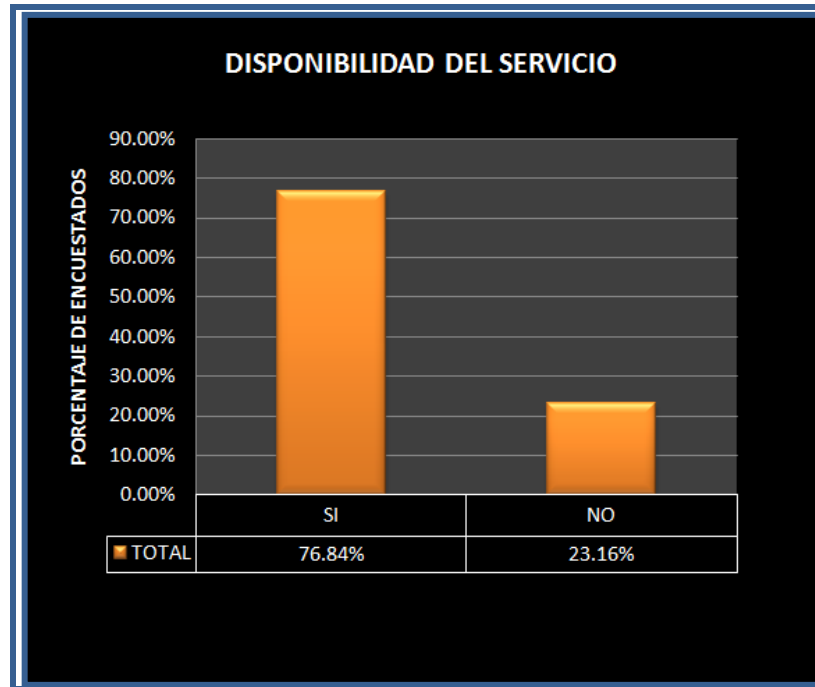
- En la pregunta # 5 (**¿Qué beneficios cree que le podría brindar el servicio de asesoría?**), se agrega el literal **f otros**, debido a que alguno de los posibles clientes requieren otro tipo de actividades.
- Como un requerimiento adicional se creó la pregunta # 8 **¿A más de prestar el servicio de asesoramiento le interesaría recibir capacitación para su personal?**, con la finalidad de crear un nuevo tipo de servicio que Bp. Corp. estaría en la posibilidad de brindar.

Recabar la información (tabulación)

Una vez terminada la aplicación de las encuestas procedemos a la recolección de la información, mediante la tabulación de las mismas y a continuación detallamos los resultados obtenidos de las preguntas realizadas.

1. ¿Su empresa dispone del servicio de asesoría contable y tributaria?

GRAFICO: # 3

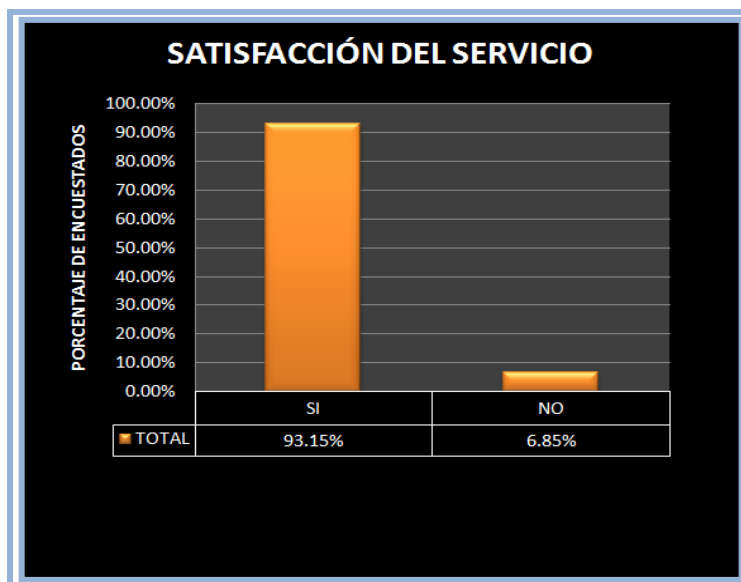


Fuente: Investigación de Mercados

Como se puede identificar en el resultado de la encuesta del total de la muestra el 76,84% posee el servicio de asesoramiento contable, concluyendo que existe un pequeño pero aceptable porcentaje que no cuenta con el servicio, lo que nos indica que tenemos oportunidad de captar esta parte del mercado. Con este antecedente se analizó:

2. ¿Está satisfecho con el servicio que actualmente dispone?

GRAFICO: #4



Fuente: Investigación de Mercados

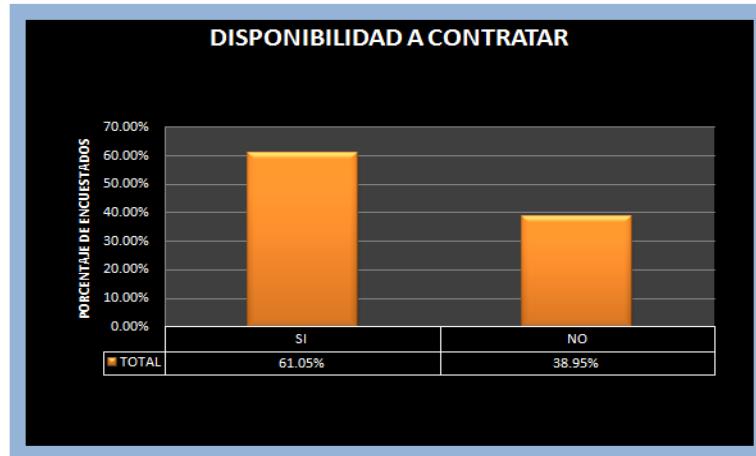
Según notamos que el total de las empresas que disponen del servicio el 93,15% está satisfecho con la persona y/o empresa que les brinda el servicio, mientras que 6,85% está insatisfecho, a este porcentaje sumamos el 23.16% de la pregunta número 1 (empresas que no cuentan con el servicio de asesoría contable), dándonos un total de 30.01% que puede ser aprovechado como posibles clientes en el desarrollo del proyecto.

3. ¿Qué empresa o persona le brinda el servicio?

Se concluye que la mayoría de empresa posee un contador de planta.

4. ¿Estaría usted dispuesto a contratar el servicio de asesoría contable?

GRAFICO: # 5

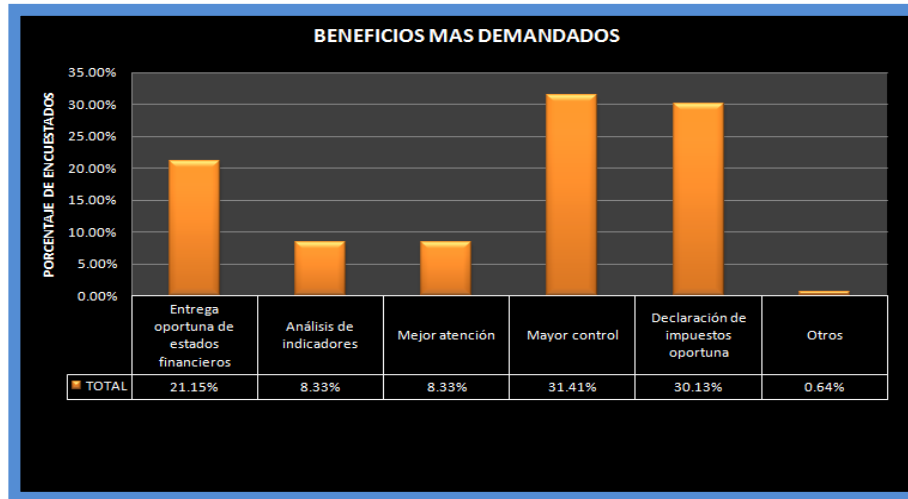


Fuente: Investigación de Mercados

De acuerdo a los resultados obtenidos en la pregunta uno, las empresas que no poseen el servicio (23,15%) estarían dispuestos a contratar el mismo en un porcentaje del 61,05%; esto nos da la pauta para saber a quién dirigimos con la oferta que "Bp. Corp" brinda.

5. ¿Qué beneficios cree que le podría brindar el servicio de asesoría?

GRAFICO: # 6

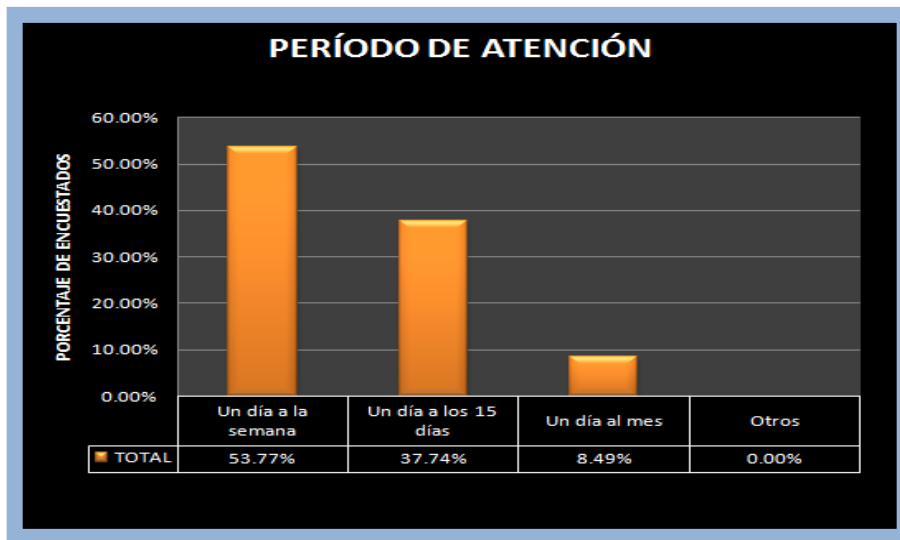


Fuente: Investigación de Mercados

Podemos concluir que las empresas prefieren un mayor control, declaración de impuestos y entrega oportuna de estados financieros como los servicios más demandados, nos indica que la empresa debe estar preparada en estas áreas puesto que son las más requeridas.

6. ¿El período de atención en su empresa sería?

GRAFICO: # 7

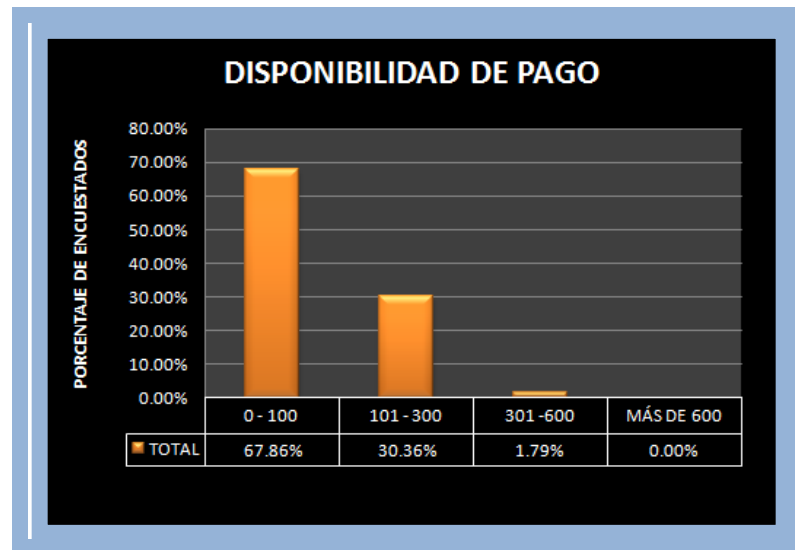


Fuente: Investigación de Mercados

Según las empresas encuestadas el 53,77% prefieren la atención un día a la semana, permitiéndonos de esta forma organizar y calcular el tiempo, los recursos que el personal emplee con cada uno de nuestro clientes.

7. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por el servicio de asesoría?

GRAFICO: # 8



Fuente: Investigación de Mercados

Podemos notar que el mercado está dispuesto a pagar por el servicio un valor de 100,00 USD, que corresponde a 67.86% mientras que un 30.36% estarían dispuestos a pagar hasta los 300,00 USD, y un disminuido grupo del mercado pagaría hasta 600,00 USD.

8. ¿A más de prestar el servicio de asesoramiento le interesaría recibir capacitación para su personal?

GRAFICO: # 9



Fuente: Investigación de Mercados

Se puede concluir que del total del mercado el 56,90% estaría dispuesto a capacitar a su personal.

2.1.5 Análisis de resultados

Según la investigación de mercados realizada en las empresas antes mencionadas y que funcionan en la ciudad de Cuenca, notamos que la mayor parte posee el servicio de asesoría, existiendo un pequeño segmento que no posee, siendo este, el mercado al cual se debe atacar ya que según la investigación realizada nos indica la necesidad del servicio, siendo estos:

- Un mayor control,
- Declaración de impuestos,

- Entrega oportuna de estados financieros y
- Como servicio adicional se encuentra la capacitación para su personal.

Las empresas estarían dispuestas a adquirir el servicio un día a la semana a un costo promedio de 100,00 USD quedando tiempo disponible para poder trabajar con el resto de las empresas, concluyendo que existe la posibilidad de realizar el proyecto.

2.1.6 Análisis de la oferta

La oferta está definida como la cantidad de un servicio que la empresa está dispuesta a ofrecer a sus clientes bajo ciertas condiciones, con la finalidad de satisfacer una necesidad.

A continuación se expone la información obtenida en la investigación realizada respecto de la competencia.

- El principal competidor para la empresa es **Asecom**, de acuerdo el análisis realizado en la matriz de perfil competitivo, se realizó mediante observación directa en el local y mediante consultas telefónicas, y se observó un desinterés en la atención al cliente.
- Otro competidor potencial, es la empresa **Atico** que está ubicada al frente de las oficinas del Servicio de Rentas Internas, a pesar de no ser un local que llame la atención, captan mayor porcentaje de clientes. Analizando este aspecto es interesante indicar que la

empresa antes mencionada solamente brinda el servicio a las personas y/o empresas que visiten este local.

La cartera de Servicios que "Bp. Corp." pone a disposición de los consumidores está desarrollada de la siguiente manera:

Asesoría tributaria

- Declaración de Impuestos
- Devoluciones de IVA y Renta
- Proyecciones de gastos personales
- RISE
- Llenado de Formularios (101, 102, 103, 104, etc.)
- Anexos (Reoc, Redep, Anexos Transaccional, etc.)

Asesoría contable

- Contabilidad

Tramites de IESS

- Obtención de Claves Patronal
- Aviso de entrada/salida
- Generación de planillas

Gestión de créditos financieros

- Elaboración Flujos de Caja
- Elaboración de plan de inversión

2.1.7 Determinación de la demanda

El servicio de asesoría contable se ha convertido en una necesidad primordial para las empresas y/o personas, debido a los requerimientos tanto contables, tributarios, laborales, etc. exigidos por el Servicio de Rentas Internas, la Superintendencia de compañías, el Instituto de Seguridad Social IESS, La Inspectoría De Trabajo entre otros, es por esto que se ha convertido en un mercado muy demandado y de mayor exigencia.

Para nuestro proyecto se tomo en cuenta los datos históricos para lograr determinar la demanda.

Análisis de los clientes

En la ciudad de Cuenca existen 2464 afiliadas a la Cámara De Comercio y 198 a la CAPIA de las cuales 93,15% poseen el servicio de asesoría contable que dando un 6.85% que no posee, esto representa un aproximado de 183 empresas que no lo tienen, pero un 61,05% estarían dispuestas a adquirir el servicio de asesoría, que representa 112 empresas que se ven en la obligación de cumplir con los requerimientos que la ley les exige.

Una de las principales características de nuestros posibles clientes, es la exigencia en los costos y la eficiencia del servicio, sin dejar de lado la ubicación, la comodidad del local, y la agilidad.

De acuerdo a la investigación de mercado realizada las exigencias que tienen los posibles clientes son:

- El mercado al cual va dirigido nuestro plan de negocios está constituido estrictamente por empresas y pequeños negocios de la Ciudad.
- Según demuestra la investigación, el comportamiento del empresario que no posee el servicio (6.85%), estaría dispuesto a adquirir el mismo, por varios motivos entre ellos están: la entrega oportuna de estados financieros, declaración de impuestos de tal manera que le permita tener un mejor control.
- El tiempo que las empresas están dispuesta a contratar es un día a la semana para el caso de medianas empresas.
- El valor que están dispuestos a cancelar por los servicios está entre los 100 y 300 dólares dependiendo de la cantidad de documentación que se tenga que procesar.

TABLA: # 7
TASA DE VARIACION DE LAS EMPRESAS AFILIADAS A LA CAPIA Y LA CAMARA DE
COMERCIO DE CUENCA

AÑO	EMPRESAS	% CRECIMIENTO
2005	2662	0%
2006	2619	0.65%
2007	2616	-0.11%
2008	2615	-0.04%
2009	2619	0.15%
TOTAL		0.65%
PROMEDIO DE CRECIMIENTO		0.16%

Fuente: los autores

A través de un análisis histórico podemos conocer que la tasa media de crecimiento de las empresas que se encuentran afiliadas a la CAPIA y La Cámara de Comercio de Cuenca es de un 0,16%.

TABLA: # 8
DEMANDA PROYECTADA

#	AÑO	DESVIACION	TENDENCIA
1	2005	-2	2608
2	2006	-1	2611
3	2007	0	2614
4	2008	1	2617
5	2009	2	2620
6	2010	3	2623
7	2011	4	2626
8	2012	5	2629
9	2013	6	2632
10	2014	7	2635

Fuente: los autores

Según la proyección mediante el método de mínimos cuadrados, nos indica que tenemos un pequeño incremento de empresas que puede ser aprovechado por la empresa para captar nuevos clientes, sin descartar la opción de que "Bp. Corp." aproveche las pequeñas y medianas empresas existentes dentro de nuestro medio que no poseen el servicio.

2.1.8 Análisis de precios

El análisis del precios de nuestro servicio está basado en la investigación de mercados, concretamente en la pregunta número 7, estará en función de las

actividades que se tenga que realizar en la empresa, el **tiempo** de permanencia en el lugar de trabajo y las **obligaciones** que tenga la empresa con el fisco.

- **De acuerdo a las actividades.-** se realizará un estudio previo de la empresa para identificar los requerimientos internos que necesite la misma tales como: declaración de impuestos, control de inventarios entrega de estados financieros, etc.
- **De acuerdo al tiempo.-** una vez identificados los requerimientos y necesidades se determinará el tiempo de labor en la empresa para cumplir los requisitos antes mencionados.
- **De acuerdo a las obligaciones.-** Se verificarán las obligaciones que tiene la empresa con el Estado siendo estas: obligadas a llevar contabilidad, enviar informes a la Superintendencia de Compañías, IESS, SRI, etc.

En base a lo expuesto y a la investigación de mercados, se establecen distintos precios de acuerdo a las necesidades de cada empresa y a la oferta del mercado, siendo estos los siguientes:

TABLA: # 9
CUADRO DE ANALISIS DE PRECIOS

EMPRESA	ENTRE		VISITAS	OBSERVACIONES
Persona Natural no Obligada a llevar contabilidad	\$ 10	\$ 25	1 al mes	Cantidad de Documentos
Persona Natural Obligada a llevar contabilidad	\$ 100	\$ 300	1 día a la semana	Tamaño y Movimiento de la empresa
Personas Jurídicas	\$ 200	\$ 600	2 días a la semana	Tamaño y Movimiento de la empresa

Fuente: los autores

2.2 Marketing Estratégico

“El marketing es el proceso social a través del cual individuos y grupos obtienen lo que necesitan y lo que desean mediante la creación, oferta y libre intercambio de productos y servicio valiosos con otros”¹.

“El Marketing sostiene que la clave para que una organización alcance sus metas consiste en ser más eficaz que sus competidoras en cuanto a crear, entregar y comunicar valor a sus mercados metas.”²

Siendo la función principal del marketing estratégico orientar la organización a nuevas oportunidades económicas que el mercado brinda, mediante una

¹KOTTLER, Philip. **Dirección del Marketing**. Décima edición. Edición del Milenio. Pearson Educación. México 2001. 8

²KOTTLER, Philip. **Dirección del Marketing**. Décima edición. Edición del Milenio. Pearson Educación. México 2001. 19

correcta utilización de los recursos, para un mutuo beneficio entre los clientes y la empresa.

Para tener una visión partiremos por el análisis del servicio.

Mix comercial

El Mix comercial es una herramienta para posicionar bienes o servicios en el mercado objetivo, al cual se le conoce como las cuatro Pes (producto, precio, promoción, plaza).

GRAFICO: # 10
MIX COMERCIAL



Fuente: http://es.wikipedia.org/wiki/Mezcla_de_mercadotecnia

Producto.- Es todo aquello (tangible o intangible) que se ofrece a un mercado para su adquisición, uso o consumo y que puede satisfacer una necesidad o un deseo. Las decisiones respecto a este punto incluyen la formulación y presentación del producto, el desarrollo específico de marca, y las características del empaque, etiquetado y envase, entre otras. Cabe decir que

el producto tiene un ciclo de vida que cambia según la respuesta del consumidor y de la competencia.

Precio.- Es principalmente el monto monetario de intercambio asociado a la transacción. Sin embargo incluye: forma de pago (efectivo, cheque, tarjeta, etc.), crédito (directo, con documento, plazo, etc.), descuentos pronto pago, volumen, recargos, etc. Este a su vez, es el que se plantea por medio de una investigación de mercados previa, la cual, definirá el precio que se le asignará al entrar al mercado.

Plaza.- Se define como dónde comercializar el producto o el servicio que se le ofrece. Considera el manejo efectivo del canal de distribución, debiendo lograrse que el producto llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas.

Promoción.- Es comunicar, informar y persuadir al cliente y otros interesados sobre la empresa, sus productos, y ofertas, para el logro de los objetivos organizacionales. Será detallada más adelante.

2.2.1 Marca

“Una marca es un nombre, término, signo, símbolo o diseño, o una combinación de los anteriores, cuyo propósito es identificar los bienes o servicios de un vendedor o grupo de vendedores y de diferenciarnos de los de la competencia.”³.

³KOTTLER, Philip. **Dirección del Marketing**. Décima edición. Edición del Milenio. Pearson Educación. México 2001.404

Funciones de la marca:

- Diferenciar nuestro servicio con el de la competencia.
- Ampliación del mercado.
- Facilita la comercialización en el mercado.
- Facilita el proceso de compra y venta.

Para el diseño se han realizado 2 bocetos quedando como mejor opción el diseño del GRAFICO N° 12 debido a que es un diseño elegante y se utilizan colores que se identifican claramente con la empresa, por la elegancia y la forma presentación.

GRAFICO: # 11

PROPUESTA 1



Elaborado por: los Autores

GRAFICO: # 12

PROPUESTA 2



Elaborado por: los Autores

2.2.2 Slogan

El slogan es una frase memorable usada en un contexto comercial como expresión repetitiva de una idea o de un propósito publicitario para resumirlo y representarlo en un anuncio; para que el eslogan funcione debe ser:

- Breve
- Ofrecer mucha información en poco tiempo
- Fácil de recordar
- Capaz de llamar la atención, persuadir y convencer al receptor.

La frase que utilizaremos para nuestra empresa es “**crecemos contigo**” la cual brinda una confiabilidad a nuestros clientes del servicio que brindamos, teniendo en cuenta que el crecimiento de los mismos se verá identificado en el crecimiento de BP. Corp.

2.2.3 Comercialización

Implica tomar conciencia creciente sobre la naturaleza de su negocio, generar datos sobre contactos calificados y crear los instrumentos eficaces que usted o su personal de ventas pueden utilizar cuando hablan de la empresa. La comercialización y sus herramientas de mercadotecnia concentran la atención sobre el cliente propuesto, qué decirle y cómo llegar hasta él.

Nuestro proceso de comercialización será directamente con el cliente, visitándoles en sus respectivos negocios para lograr una atención personalizada y evitar de esta forma incomodar a nuestros consumidores, además contamos con un local adecuado y con personal capacitado para atender cualquier requerimiento o inquietud de nuestros clientes.

2.2.4 Canales de distribución

Son la vía o conducto por el que los productos y/o servicios llegan a su destino final de consumo o uso, por lo cual incluyen una red de organizaciones que de forma independiente y organizada realizan todas las funciones requeridas para enlazar a productores con consumidores finales.

En la práctica existen dos tipos de canales de distribución: canales de distribución propios y canales de distribución ajenos.

Para nuestro estudio el canal que se utilizara será: el canal de distribución propio, puesto que pertenecen a la empresa (sucursales, agencias, representantes, agentes, etc.); el servicio que se brinda estará ofertado directamente por el personal en nuestra oficina o en sus respectivas empresas.

La utilización de este canal nos permitirá tener un control adecuado de los precios, permaneciendo siempre en contacto directo y permanente con los consumidores, existiendo la posibilidad de realizar un seguimiento post venta.

2.2.5 Publicidad

La publicidad es la comunicación de un mensaje destinado a informar, persuadir y recordar al público meta las características diferenciadoras de los servicios que presta nuestra empresa, divulgado por medio pagado y emitido por fines comerciales.

El tipo de publicidad a utilizar será de demanda selectiva, debido a que nos enfocaremos en la marca, los medios a utilizarse se tomarán en cuenta de acuerdo a la cobertura, credibilidad, prestigio, flexibilidad y costo los cuales son: Medios Escritos (Flyers, Tarjetas de presentación, etc.) y medios electrónicos (envío de mails que contengan toda la información que la empresa ofrece), sin descartar la publicidad de "boca en boca" la cual será de mayor credibilidad, gracias a que nuestros clientes nos recomienden sobre nuestro trabajo.

2.2.6 Promoción

La promoción son programas de acción y resultados a corto plazo utilizados para estimular a los clientes a adquirir nuestro servicio.

Los instrumentos de promoción se escogieron sobre la base de la gran y variada competencia del mercado y los costos de cada uno. Estos son las siguientes:

- Una asesoría gratis del negocio los mismos que se realizarán una vez establecido un contrato.
- Descuento de nuestro servicio del 50%, siempre y cuando nos traiga un cliente adicional.

Conclusión del capítulo

En el presente capítulo se realizó la investigación de mercados, con la finalidad de conocer hacia dónde ubicar los servicios que presta nuestra empresa, conocer a nuestros principales competidores, que beneficios podríamos brindar a nuestro clientes, cuál sería el período de atención, conocer a qué precio podríamos ofrecer nuestro paquete de servicios, a continuación detallamos la información obtenida.

- En las encuestas realizadas a empresas que se encuentran dentro de la ciudad de Cuenca, podemos indicar que existe demanda insatisfecha de los servicios que ofrece la empresa Bp. Corp.

- Existe un gran porcentaje de competencia tanto en personas en libre ejercicio profesional y empresas que brindan el servicio de asesoría.

- De acuerdo a los requerimientos que el estado exige, el aumento de los clientes tiende a ser positivo, debido a que estas obligaciones tienen que ser cumplidas en los plazos indicados por la ley.

- En cuanto al análisis de precios el proyecto es factible.

CAPITULO III: ANÁLISIS ECONÓMICO – FINANCIERO

3.1 Inversión total

3.1.1 Inversión fija

Se llama Inversión fija porque la empresa no puede deshacerse fácilmente, sin que con ello perjudique la actividad productiva, existen dos tipos de inversiones que son necesarias para la elaboración de un proyecto, la inversión fija tangible y la inversión fija intangible.

Inversión fija tangible

Las inversiones fijas tangibles son aquellas que tienen una vida útil mayor a un año, y forma parte de la infraestructura operativa de la empresa, es decir la base fundamental para iniciar las actividades, la estimación de esta inversión estará basada en cotizaciones y/o proformas solicitadas a proveedores, estas compras o adquisiciones formarán parte del activo total de la empresa, aquí se encuentran las maquinarias, equipos, edificios, muebles, enseres, vehículos, etc., estas inversiones durante la fase de funcionamiento se acumularán a los costos operativos en la respectiva cuenta de depreciación a excepción de los terrenos.

Inversión fija intangible

Se incluyen en este rubro todos aquellos gastos que la empresa realizó en su instancia inicial que no son fácilmente identificables con la inversión tangible,

encontrándose aquí gastos como estudios del proyecto, gastos de constitución, gastos de puesta en marcha el negocio, licencias, patentes, etc.

3.1.2 Inversión variable

La inversión variable es aquella que está en función de la producción, puesto que la empresa necesita liquidez para respaldar los niveles de venta crecientes, al tener un nivel de ventas altos el impacto inmediato se verá reflejado en los inventarios y en la práctica las ventas se realizarán a crédito, generándonos cuentas por cobrar.

De igual manera será el pago de inventarios a nuestros proveedores, es decir el activo circulante se financiará con el pasivo circulante y la diferencia entre ellos es la inversión variable, la inversión variable es aquella que le indica a la empresa la capacidad de pago de sus deudas.

Para la realización de este proyecto se tomará en cuenta la información histórica puesto que la empresa se encuentra laborando en la actualidad, la inversión que se pretende realizar es para mejorar la situación actual debido a que la empresa está al límite de su producción, razón por la cual se realizará un plan de mejoras que será detallado más adelante en este mismo capítulo, basados estrictamente en el estudio económico que se detalla a continuación.

Teniendo en cuenta esta afirmación los costos de mejora para la nueva inversión se menciona en la siguiente tabla:

TABLA: # 10
COSTOS Y GASTOS DE INVERSION NUEVA

RUBRO	DETALLE	CANT.	P. UNITARIO	TOTAL
COSTOS Y GASTOS				\$ 1,413.44
	VIAJES	1	\$ 367.05	\$ 367.05
	DISENADOR	1	\$ 150.00	\$ 150.00
	ING. ELECTRICO	1	\$ 70.00	\$ 70.00
	COMPRA DE MATERIALES PINTURA	1	\$ 90.90	\$ 90.90
	HUAYPE Y DISOLVENTE	1	\$ 2.40	\$ 2.40
	BROCHA MASCARILLAS, LAMPARA	1	\$ 37.33	\$ 37.33
	GASOLINA	1	\$ 3.00	\$ 3.00
	ELECTRICO PARA ILUMINACION	1	\$ 50.00	\$ 50.00
	LAMPARA	4	\$ 8.69	\$ 34.76
	CABLEADO E INSTALACION DE RED	1	\$ 500.00	\$ 500.00
	REVISTAS	3	\$ 20.00	\$ 60.00
	PISO MAS DECORACION	4	\$ 12.00	\$ 48.00
EQUIPO DE OFICINA				\$ 140.00
	TELEFONOS	2	\$ 70.00	\$ 140.00
EQUIPO DE COMPUTO				\$ 3,770.00
	PC	1	\$ 450.00	\$ 450.00
	LAPTOPS	1	\$ 840.00	\$ 840.00
	SOFTWARE	1	\$ 1,250.00	\$ 1,250.00
	UPS	1	\$ 30.00	\$ 30.00
	IMPRESORAS	1	\$ 680.00	\$ 680.00
	IMPRESORA MATRICIAL	1	\$ 220.00	\$ 220.00
MOBILIARIO				\$ 550.00
	ESCRITORIOS	2	\$ 150.00	\$ 300.00
	ESTANTES	2	\$ 75.00	\$ 150.00
	SILLON	1	\$ 50.00	\$ 50.00
	SILLAS GIRATORIAS	1	\$ 50.00	\$ 50.00
SUMINISTROS Y MATERIALES				\$ 180.00
	MATERIALES DE OFICINA	1	\$ 150.00	\$ 150.00
	MATERIALES DE LIMPIEZA	1	\$ 30.00	\$ 30.00
TOTAL ANUAL				6053.44

Fuente: los autores

El monto total de la inversión para realizar mejoras a la empresa es de 6053.44 USD, y actualmente Bp. Corp. cuenta con una inversión inicial de 4375 USD, el plan de financiamiento se lo detalla en el siguiente punto.

(VER ANEXO N° 4)

3.1.3 Plan de financiamiento

La empresa para poder cubrir su inversión inicial, incluido los costos de investigación y desarrollo deberá buscar fuentes de financiamientos adecuados y de bajo costo para compensar los mismos.

Dentro de las fuentes de financiamiento adecuadas se encuentran las siguientes:

- Crédito bancario
- Ahorros personales
- Aportes familiares
- Aportes socios
- Créditos gubernamentales
- Financiamiento por cuentas por cobrar
- Financiamiento por medio de inventarios
- Hipotecas
- Bonos
- Arrendamiento de bienes
- Otros.

El plan de financiamiento para la realización de nuestro proyecto, se ejecutará un préstamo de desarrollo a la Cooperativa Jardín Azuayo. La ventaja del

préstamo a adquirir es por su rapidez y agilidad, es otorgado a todas las personas naturales y jurídicas que posean una cuenta en la institución antes mencionada, el préstamo que aplicaremos será por 7000 USD a una tasa de interés del 15%y se anota en la siguiente tabla:

TABLA: # 11
AMORTIZACIÓN DEL PRESTAMO

Nº. de cuota	Abono Capital	Interés	Cuota	Saldo
				7,000.00
1	144.62	113.75	260.19	6,855.38
2	146.97	111.4	260.15	6,708.42
3	149.35	109.01	260.11	6,559.07
4	151.78	106.58	260.07	6,407.29
5	154.25	104.12	260.03	6,253.04
6	156.75	101.61	259.99	6,096.29
7	159.3	99.06	259.95	5,936.99
8	161.89	96.48	259.91	5,775.10
9	164.52	93.85	259.87	5,610.58
10	167.19	91.17	259.82	5,443.38
11	169.91	88.45	259.78	5,273.47
12	172.67	85.69	259.74	5,100.80
13	175.48	82.89	259.69	4,925.32
14	178.33	80.04	259.65	4,747.00
15	181.23	77.14	259.60	4,565.77
16	184.17	74.19	259.55	4,381.60
17	187.16	71.2	259.50	4,194.43
18	190.21	68.16	259.46	4,004.23
19	193.3	65.07	259.41	3,810.93
20	196.44	61.93	259.36	3,614.49
21	199.63	58.74	259.30	3,414.86
22	202.87	55.49	259.25	3,211.99
23	206.17	52.19	259.20	3,005.82
24	209.52	48.84	259.15	2,796.30
25	212.93	45.44	259.09	2,583.37
26	216.39	41.98	259.04	2,366.99
27	219.9	38.46	258.98	2,147.09
28	223.47	34.89	258.92	1,923.61
29	227.11	31.26	258.87	1,696.51
30	230.8	27.57	258.81	1,465.71
31	234.55	23.82	258.75	1,231.16
32	238.36	20.01	258.69	992.80
33	242.23	16.13	258.62	750.57
34	246.17	12.2	258.56	504.40
35	250.17	8.2	258.50	254.23
36	254.23	4.13	258.43	0.00
	7,000.00	2,301.14	9,337.99	

Fuente: Cooperativa Jardín Azuayo

3.2 Costos y gastos

Los costos y gastos son todas las salidas de dinero que son necesarios para el funcionamiento de una empresa, la diferenciación entre costos y gastos es que el primero está estrictamente relacionado con la producción, mientras que el gasto siempre estará relacionado con la administración.

Para la realización de nuestro proyecto los costos y gastos más significativos se encuentra en los rubros de sueldos y salarios que es el principal desembolso para que la empresa pueda subsistir, sumados la depreciación de los activos fijos, su vida útil es corta debido a que se trata de sistemas informáticos, otro rubro significativo de gastos es el arriendo de inmuebles porque se tendrá que cubrir mensualmente un valor fijo.

Adicionalmente hay que tomar en cuenta que para el cálculo de provisiones en el caso de los fondos de reserva en el primer año de realización del proyecto se toma en cuenta que la empresa actualmente labora con dos personas razón por la cual el rubro de esta cuenta asciende al doble en el siguiente año, cosa similar sucede con el aporte patronal, para mejor comprensión detallamos información en el rol de pagos histórico.

(VER ANEXO N° 5, N° 6)

Teniendo claro la aseveración anterior nuestro plan de costos y gastos se expone en la siguiente tabla.

TABLA: # 12
COSTOS Y GASTOS PROYECTADOS

	2011		2012		2013		2014	
	SEMESTRE 1	SEMESTRE 2	SEMESTRE 3	SEMESTRE 4	SEMESTRE 5	SEMESTRE 6	SEMESTRE 7	SEMESTRE 8
GASTOS FIJOS								
GASTOS EN EL PERSONAL	\$ 8,689.82	\$ 8,689.82	\$ 10,649.62	\$ 10,649.62	\$ 12,345.42	\$ 12,345.42	\$ 14,041.22	\$ 14,041.22
SUELDO	\$ 6,336.00	\$ 6,336.00	\$ 7,536.00	\$ 7,536.00	\$ 8,736.00	\$ 8,736.00	\$ 9,936.00	\$ 9,936.00
XIII	\$ 528.00	\$ 528.00	\$ 628.00	\$ 628.00	\$ 728.00	\$ 728.00	\$ 828.00	\$ 828.00
XIV	\$ 528.00	\$ 528.00	\$ 628.00	\$ 628.00	\$ 728.00	\$ 728.00	\$ 828.00	\$ 828.00
VACACIONES	\$ 264.00	\$ 264.00	\$ 314.00	\$ 314.00	\$ 364.00	\$ 364.00	\$ 414.00	\$ 414.00
FONDO RESERVA	\$ 264.00	\$ 264.00	\$ 628.00	\$ 628.00	\$ 728.00	\$ 728.00	\$ 828.00	\$ 828.00
APORTE PATRONAL	\$ 769.82	\$ 769.82	\$ 915.62	\$ 915.62	\$ 1,061.42	\$ 1,061.42	\$ 1,207.22	\$ 1,207.22
GASTOS EN BIENES Y SERVICIOS	2227.30	2227.30	2301.40	2301.40	2381.83	2381.83	1838.01	1838.01
DEPRECIACION ACUM. ACTIVOS FIJOS	\$ 695.27	\$ 695.27	\$ 692.77	\$ 692.77	\$ 692.77	\$ 692.77	\$ 64.50	\$ 64.50
AGUA	\$ 18.42	\$ 18.42	\$ 19.34	\$ 19.34	\$ 20.31	\$ 20.31	\$ 21.33	\$ 21.33
ENERGIA ELECTRICA	\$ 92.11	\$ 92.11	\$ 96.72	\$ 96.72	\$ 101.56	\$ 101.56	\$ 106.63	\$ 106.63
TELECOMUNICACIONES	\$ 174.00	\$ 174.00	\$ 182.70	\$ 182.70	\$ 191.84	\$ 191.84	\$ 201.43	\$ 201.43
SUMINISTROS Y MATERIALES	\$ 110.54	\$ 110.54	\$ 116.06	\$ 116.06	\$ 121.87	\$ 121.87	\$ 127.96	\$ 127.96
ARRENDAMIENTO DE INMUEBLES	\$ 720.00	\$ 720.00	\$ 756.00	\$ 756.00	\$ 793.80	\$ 793.80	\$ 833.49	\$ 833.49
MANTENIMIENTO Y REPARACION DE LO	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 21.00	\$ 21.00	\$ 22.05	\$ 22.05	\$ 23.15	\$ 23.15
VIGILANCIA Y SEGURIDAD	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 157.50	\$ 157.50	\$ 165.38	\$ 165.38	\$ 173.64	\$ 173.64
PUBLICIDAD	\$ 22.11	\$ 22.11	\$ 23.21	\$ 23.21	\$ 24.37	\$ 24.37	\$ 25.59	\$ 25.59
SERVICIOS BANCARIOS	\$ 8.00	\$ 8.00	\$ 8.40	\$ 8.40	\$ 8.82	\$ 8.82	\$ 9.26	\$ 9.26
TRANSPORTE	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 189.00	\$ 189.00	\$ 198.45	\$ 198.45	\$ 208.37	\$ 208.37
VARIOS	\$ 36.85	\$ 36.85	\$ 38.69	\$ 38.69	\$ 40.62	\$ 40.62	\$ 42.65	\$ 42.65
TOTAL GASTOS	\$ 1,550.19	\$ 1,550.18	\$ 1,550.20	\$ 1,550.19	\$ 1,550.20	\$ 1,550.20	\$ -	\$ -
INTERESES	\$ 646.47	\$ 554.70	\$ 453.62	\$ 342.26	\$ 219.60	\$ 84.49		
GASTOS DE PRESTAMO CAPITAL	\$ 903.72	\$ 995.48	\$ 1,096.58	\$ 1,207.93	\$ 1,330.60	\$ 1,465.71		

Fuente: los autores

3.3 Flujos de efectivo

“El flujo de caja es, sin lugar a dudas, la herramienta que permite determinar las necesidades reales de capital en los distintos momentos de desarrollo del negocio. Aquel compara los ingresos efectivamente recibidos y los egresos efectivamente pagados. Con base en el flujo de caja pueden determinarse los momentos en los cuales los aportes de los socios y/o los préstamos de los intermediarios financieros son absolutamente necesarios para mantener una posición de caja final.”⁴

Al realizar el flujo de efectivo estaremos analizando la inversión inicial del proyecto, así como los ingresos y egresos incurridos en cada período, ya sea de desarrollo o comercialización, teniendo en cuenta que para realizar este se ven inmersos diversos rubros, personas y departamentos, los cuales llevan a cabo los diversos procesos de la empresa.

Además el flujo de efectivo servirá para poder determinar indicadores como la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Valor Actual Neto (VAN), lo cual nos lleva a determinar si el proyecto es viable.

Las proyecciones de nuestro flujo están elaboradas para cuatro años, con ventas, costos y gastos proyectados, basándonos en la tasa de inflación promedio.

⁴VALERA, Rodrigo. **Innovación Empresarial**. Segunda Edición. Editorial Pearson Education. Colombia. 2001. Pp 200

Para la proyección de ventas se tomó los datos históricos de los ingresos acorde al listado de clientes, registros contables y las declaraciones de impuestos efectuadas, utilizando el método de mínimos cuadrados porque este nos permite trabajar con datos históricos y obtener resultados más reales.

(VER ANEXO N° 7, N° 8, N° 9, N° 10)

Fórmula:

$$Y = a + b(t)$$

$$a = \bar{y} - b\bar{t}$$

$$b = \frac{\sum y_i \cdot t_i - a \sum t_i}{\sum t_i^2}$$

$$\bar{y} = \frac{\sum y_i}{n}$$

$$\bar{t} = \frac{\sum t_i}{n}$$

En la tabla siguiente se anotan las ventas que se obtuvo en los años anteriores de acuerdo a nuestros balances históricos.

TABLA: # 13
HISTORIAL DE VENTAS

HISTORIAL DE VENTAS BP CORP					
2008		2009		2010	
SEMESTRE I	SEMESTRE II	SEMESTRE I	SEMESTRE II	SEMESTRE I	SEMESTRE II
\$ 8,692.58	\$ 8,477.97	\$ 9,006.56	\$ 10,192.99	\$ 12,009.42	\$ 12,762.16

Fuente: Bp. Corp.

Basándonos en estos datos que reposan en la empresa se procedió al cálculo de la proyección de ventas subdividido en semestres:

TABLA: # 14
TABLA ESTADÍSTICA PROYECCIÓN DE VENTAS

ti	yi	yi*ti	ti²
1	\$ 8,692.58	8692.58	1
2	\$ 8,477.97	16955.93	4
3	\$ 9,006.56	27019.68	9
4	\$ 10,192.99	40771.96	16
5	\$ 12,009.42	60047.10	25
6	\$ 12,762.16	76572.96	36
21	\$ 61,141.67	230060.21	91

Fuente: los autores

TABLA: # 15
CALCULO DE LAS VENTAS

$\bar{y} = 61141.67 / 6$
 $\bar{y} = 10190.28$

$\bar{t} = 21. / 6$
 $\bar{t} = 3.5$

$a = 10190.28 - b (3.5)$ $b = \frac{230060.21 - 21(10190.28 - 3.5b)}{91}$
 $a = 10190.28 - 3.5b$
 $a = 10190.28 - 3.5(918)$ $91b = 230060.21 - 213995.88 + 73.5b$
 $a = 6977.38$ $17.5b = 16064$
 $b = 918$

$Y = 6977.38 + 918 (t)$

PROYECCION	
$Y_7 =$	\$ 13,403.17
$Y_8 =$	\$ 14,321.14
$Y_9 =$	\$ 15,239.11
$Y_{10} =$	\$ 16,157.08
$Y_{11} =$	\$ 17,075.05
$Y_{12} =$	\$ 17,993.02
$Y_{13} =$	\$ 18,910.99
$Y_{14} =$	\$ 19,828.96

Fuente: los autores

Con los datos obtenidos según el método de mínimos cuadrados la proyección de venta para los años siguientes de nuestro proyecto se anotan en la siguiente tabla:

TABLA: # 16
VENTAS PROYECTADAS

VENTAS PROYECTADAS			
ANOS	SEMESTRE	VENTAS	%
2008	1	\$ 8,692.58	
	2	\$ 8,477.97	-2%
2009	3	\$ 9,006.56	6%
	4	\$ 10,192.99	13%
2010	5	\$ 12,009.42	18%
	6	\$ 12,762.16	6%
2011	7	\$ 13,403.17	5%
	8	\$ 14,321.14	7%
2012	9	\$ 15,239.11	6%
	10	\$ 16,157.08	6%
2013	11	\$ 17,075.05	6%
	12	\$ 17,993.02	5%
2014	13	\$ 18,910.99	5%
	14	\$ 19,828.96	5%

Fuente: los autores

TABLA: # 17

FLUJO NETO DEL EFECTIVO Y EVALUACION
BPCORP

CONCEPTOS	AÑO 0	SEMESTRE 1	SEMESTRE 2	SEMESTRE 3	SEMESTRE 4	SEMESTRE 5	SEMESTRE 6	SEMESTRE 7	SEMESTRE 8
INVERSIONES:									
Inversión Nueva	\$	-6.053,44							
Activos Existentes	\$	-4.375,00							
(+) INGRESOS POR VENTAS	\$	13.403,17	14.321,14	15.239,11	16.157,08	17.075,05	17.993,02	18.910,99	19.828,96
(-) SUELDOS Y SALARIOS	\$	8.689,82	8.689,82	10.649,62	10.649,62	12.345,42	12.345,42	14.041,22	14.041,22
SUELDO	\$	6.336,00	6.336,00	7.536,00	7.536,00	8.736,00	8.736,00	9.936,00	9.936,00
XIII	\$	528,00	528,00	628,00	628,00	728,00	728,00	828,00	828,00
XIV	\$	528,00	528,00	628,00	628,00	728,00	728,00	828,00	828,00
VACACIONES	\$	264,00	264,00	314,00	314,00	364,00	364,00	414,00	414,00
FONDO RESERVA	\$	264,00	264,00	628,00	628,00	728,00	728,00	828,00	828,00
APORTE PATRONAL	\$	769,82	769,82	915,62	915,62	1.061,42	1.061,42	1.207,22	1.207,22
(-) GASTOS	\$	2.227,30	2.227,30	2.301,40	2.301,40	2.381,83	2.381,83	1.838,01	1.838,01
DEPRECIACION ACT. FIJOS	\$	695,27	695,27	692,77	692,77	692,77	692,77	64,50	64,50
AGUA	\$	18,42	18,42	19,34	19,34	20,31	20,31	21,33	21,33
ENERGIA ELECTRICA	\$	92,11	92,11	96,72	96,72	101,56	101,56	106,63	106,63
TELECOMUNICACIONES	\$	174,00	174,00	182,70	182,70	191,84	191,84	201,43	201,43
SUMINISTROS Y MATERIALES	\$	110,54	110,54	116,06	116,06	121,87	121,87	127,96	127,96
ARRENDAMIENTO DE INMUEBLES	\$	720,00	720,00	756,00	756,00	793,80	793,80	833,49	833,49
MANTENIMIENTO Y REPARACION DE LOCALES	\$	20,00	20,00	21,00	21,00	22,05	22,05	23,15	23,15
VIGILANCIA Y SEGURIDAD	\$	150,00	150,00	157,50	157,50	165,38	165,38	173,64	173,64
PUBLICIDAD	\$	22,11	22,11	23,21	23,21	24,37	24,37	25,59	25,59
SERVICIOS BANCARIOS	\$	8,00	8,00	8,40	8,40	8,82	8,82	9,26	9,26
TRANSPORTE	\$	180,00	180,00	189,00	189,00	198,45	198,45	208,37	208,37
VARIOS	\$	36,85	36,85	38,69	38,69	40,62	40,62	42,65	42,65
(-) GASTOS FINANCIEROS	\$	646,47	554,70	453,62	342,26	219,60	84,49	-	-
INTERESES	\$	646,47	554,70	453,62	342,26	219,60	84,49	-	-
(=) Utilidad Antes de Impuestos y Participaciones	\$	1.839,58	2.849,32	1.834,47	2.863,80	2.128,20	3.181,28	3.031,75	3.949,72
15% de la Participaciones de Trabajadores	\$	275,94	427,40	275,17	429,57	319,23	477,19	454,76	592,46
(=) Utilidad antes de Impuestos	\$	1.563,64	2.421,92	1.559,30	2.434,23	1.808,97	2.704,09	2.576,99	3.357,27
25% del Impuesto a la Renta	\$	-	-	-	-	-	-	-	-
(=) Utilidad Neta	\$	1.563,64	2.421,92	1.559,30	2.434,23	1.808,97	2.704,09	2.576,99	3.357,27
Adición de la Depreciación	\$	695,27	695,27	692,77	692,77	692,77	692,77	64,50	64,50
Valor en Libros de Activos	\$	-	-	-	-	-	-	-	-
(=) Flujo de Efectivo Operativo	\$	2.258,91	3.117,19	2.252,07	3.127,00	2.501,74	3.396,86	2.641,49	3.421,77
Recuperacion del Capital de Trabajo	\$	-	-	-	-	-	-	-	-
(=) FLUJO NETO	\$	-10.428,44	2.258,91	3.117,19	2.252,07	3.127,00	3.396,86	2.641,49	3.421,77
Tasa de Rendimiento Exigible	18%								
VAN	\$	799,55							
TIR		20%							

Fuente: los autores

3.4 Punto de equilibrio

“El punto de equilibrio es una herramienta financiera que permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, expresándose en valores, porcentaje y/o unidades, además muestra la magnitud de las utilidades o pérdidas de la empresa cuando las ventas excedan o caen por debajo de este punto, de tal forma que este viene a ser un punto de referencia a partir del cual un incremento en los volúmenes de venta generará utilidades, pero también un decremento ocasionará pérdidas, por tal razón se deberán analizar algunos aspectos importantes como son los costos fijos, costos variables y las ventas generadas.”⁵

Es el momento en el cual las ventas cubrirán el total de los costos que necesita la empresa para su funcionamiento y nos demuestra que un aumento en las ventas influenciara en utilidad para la empresa, mientras que un decremento en las mismas nos veremos afectado con perdida, razón por la cual se debe realizar un análisis exhaustivo de los costos fijos y variables sumándose a estos los ingresos obtenidos.

Para la determinación de este punto se debe conocer claramente los datos antes mencionados aclarando que los costos variables están en función directa con la producción, se anotarán en este rubro materias primas, mano de obra, comisiones, etc., mientras que en los costos fijos son de forma constante y no cambian en proporción directa con los ingresos.

Fórmula:

⁵<http://www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/30/epe.htm>

$$P.E = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{1 - \frac{\text{COSTOS VARIABLES}}{\text{INGRESOS}}}$$

Limitaciones

- Es poco realista asumir que el aumento de los costos es siempre lineal, ya que no todos los costos cambian en forma proporcional a la variación en el nivel de producción.
- No todos los costos pueden ser fácilmente clasificables en fijos y variables.
- Se asume que todas las unidades producidas se venden, lo que resulta poco probable (aunque sería lo ideal mirado del punto de vista del Productor).
- Es poco probable que los costos fijos se mantengan constantes a distintos niveles de producción, dadas las diferentes necesidades de las empresas.

Para el cálculo del proyecto tomamos en cuenta los costos fijos que durante el mes ascienden a: 1791.27 USD, están basados en datos históricos que posee la empresa en sus archivos contables y en la facturación proporcionada por nuestros proveedores y no sufren alteraciones de acuerdo al nivel de ventas es decir permanecen constantes, mientras que los costos variables se ubican en: 28,25 USD, los cuales dependerá de la fluctuación de ventas, puesto que a mayor venta mayor será el costo; estos costos están detallados en la siguiente tabla.

TABLA: # 18
COSTOS FIJOS Y VARIABLES

COSTOS FIJOS	VALOR
SUELDOS Y SALARIOS	\$1,448.30
DEPREC. ACTIVOS FIJOS	\$ 115.88
AGUA	\$ 3.07
ENERGIA ELECTRICA	\$ 15.35
TELECOMUNICACIONES	\$ 29.00
ARRENDAMIENTO DE INMUEBLES	\$ 120.00
MANTENIMIENTO Y REPARACION DE LOCAL	\$ 3.33
VIGILANCIA Y SEGURIDAD	\$ 25.00
SERVICIOS BANCARIOS	\$ 1.33
TRANSPORTE	\$ 30.00
TOTAL COSTOS FIJOS	\$1,791.27
COSTOS VARIABLES	
SUMINISTROS Y MATERIALES	\$ 18.42
PUBLICIDAD	\$ 3.69
VARIOS	\$ 6.14
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$ 28.25

Fuente: los autores

Aplicando la fórmula es cálculo queda de la siguiente manera:

$$P.E = \frac{1,791.27}{1 - \frac{28.25}{2,235.00}} = \$ 1,814.20$$

La empresa logrará su equilibrio cuando obtiene un nivel de ventas de 1814,24, USD mensuales.

3.5 Evaluación financiera

La Evaluación Financiera de Proyectos es el proceso mediante el cual una vez definida la inversión inicial, los beneficios futuros y los costos durante la etapa de operación, permite determinar la rentabilidad de un proyecto. Antes que mostrar el resultado contable de una operación en la cual puede haber una utilidad o una pérdida, tiene como propósito principal determinar la conveniencia de emprender o no un proyecto de inversión.⁶

VAN

Es una forma que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los flujos de caja futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

Los resultados pueden ser:

VAN menor a 0: El proyecto no es rentable. El retorno del proyecto no alcanza a cubrir la tasa de costo de oportunidad.

VAN mayor a 0: El proyecto es rentable. El proyecto da un retorno mayor a la tasa de costo de oportunidad.

VAN igual a 0: Indiferente. Significa que el proyecto me está rindiendo lo mismo que la tasa de costo de oportunidad.

⁶<http://www.gestiopolis.com/finanzas-contaduria/evaluacion-financiera-de-proyectos-precios-corrientes-y-constant.html>

TIR

Está definida como la tasa de interés en la cual el valor actual neto (VAN) es igual a cero. El VAN es calculado a partir del flujo de caja, trasladando todas las cantidades futuras al presente.

Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. Para ello, la TIR se compara con una tasa mínima o tasa de corte, el costo de oportunidad de la inversión (si la inversión no tiene riesgo, el costo de oportunidad utilizado para comparar la TIR será la tasa de rentabilidad libre de riesgo). Si la tasa de rendimiento del proyecto - expresada por la TIR- supera la tasa de corte, se acepta la inversión; en caso contrario, se rechaza.

Los resultados pueden ser:

TIR mayor que tasa de oportunidad: realizar el proyecto. El proyecto da un retorno mayor a la tasa de costo de oportunidad.

TIR menor que tasa de oportunidad: no realizar el proyecto. El proyecto da un retorno menor a la tasa de costo de oportunidad.

TIR igual que tasa de oportunidad: el inversionista es indiferente entre realizar el proyecto o no. Significa que el proyecto me está rindiendo lo mismo que la tasa de costo de oportunidad.

El flujo de caja nos indica que la empresa obtendrá durante los próximos años un crecimiento económico progresivo del 5% por semestre, a este resultado se le aplicara el VAN y el TIR, para ver si la empresa cumple con los requisitos de los accionistas inversores.

El objetivo de los inversionistas es obtener un 18% de utilidad mínima, la razón de este margen es que los accionistas desean como mínimo obtener los recursos para poder cubrir el valor de los créditos bancarios, que en la actualidad tienen un 15% de interés, la tasa activa de los bancos.

Además el flujo de efectivo muestra que la empresa no tendrá que cancelar ningún valor de impuesto a la renta, debido a que es persona natural y no cubre la base mínima exigida por la administración tributaria para el pago de este impuesto. Sin embargo se aclara que el hecho de que esta empresa no tenga que pagar impuesto a la renta, no quiere decir que no sea rentable, sino más bien, que no cumple con el valor mínimo de utilidad requerida para el pago del mismo.

El Valor Actual Neto (VAN), es positivo (\$ 799,55), lo que indica que el proyecto es rentable, o dicho de otra manera que los ingresos del flujo de los siguientes cuatro años, serán superiores a la inversión, con una tasa de Rendimiento Exigible del 18%.

El Tasa Interna de Retorno (TIR) es del 20%, lo que indica que es superior a la Tasa de Rendimiento Exigible, la misma que es del 18%, por ello se considera que el proyecto es viable, pues genera un ingreso de 2% más de lo esperado.

3.6 Plan de mejoras

Introducción

Las empresas constantemente deben mejorar con la finalidad de tener proyecciones de competencia reales y que permitan un crecimiento adecuado de las mismas. Es por ello que realizar un plan de mejoras es indispensable, no solamente por una vez en la vida de la empresa, sino, la

cantidad de ocasiones que sean estas necesarias para su crecimiento, si bien es cierto este plan no es la solución a todos los problemas de la organización, la elaboración de este plan nos brindara las pautas necesarias para poder tomar las decisiones que mejor se adapten a la realidad el mercado en el que Bp.Corp. ha incursionado.

Para realizar este plan la empresa Bp. Corp. se basará en el siguiente esquema que permitirá evaluar la situación actual en la que se encuentra y encontrar mejores alternativas para mejorar.

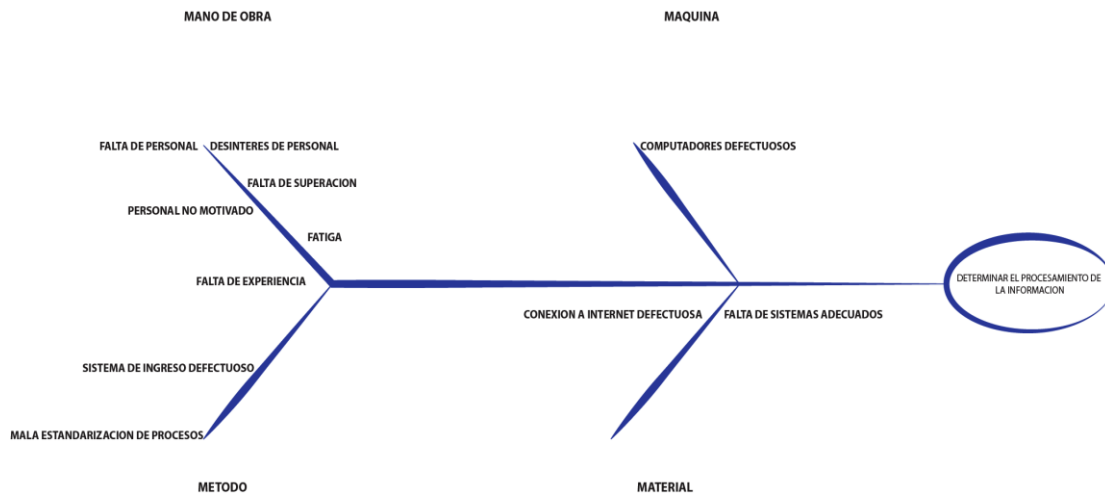
- Determinación de proyecto de mejora
- Describir el problema
- Analizar las causas
- Ejecutar acciones correctivas
- Verificar los resultados
- Establecer estándares
- Conclusión

Determinación del proyecto de mejora.- El objetivo de este primer paso es determinar el problema que tiene Bp. Corp., para realizar el análisis del problema se usará el diagrama de causa y efecto o también conocido con el nombre de diagrama de Ishikawa en honor a su autor; este diagrama es una representación muy sencilla de interpretar que permitirá determinar el problema que tiene la empresa, basándose en dos variables específicas, la causa y su efecto en un problema, para ello se requerirá de un brainstorming en el que participó todo el personal de Bp. Corp., con esa información se podrá determinar el mayor número de causas que pueda estar contribuyendo a la generación de un mismo o varios problemas.

Agrupamos las causas en categorías utilizando la forma de las 4 M: Maquina, Mano de Obra, método y materiales.

GRAFICO: # 14

DIAGRAMA DE CAUSA Y EFECTO

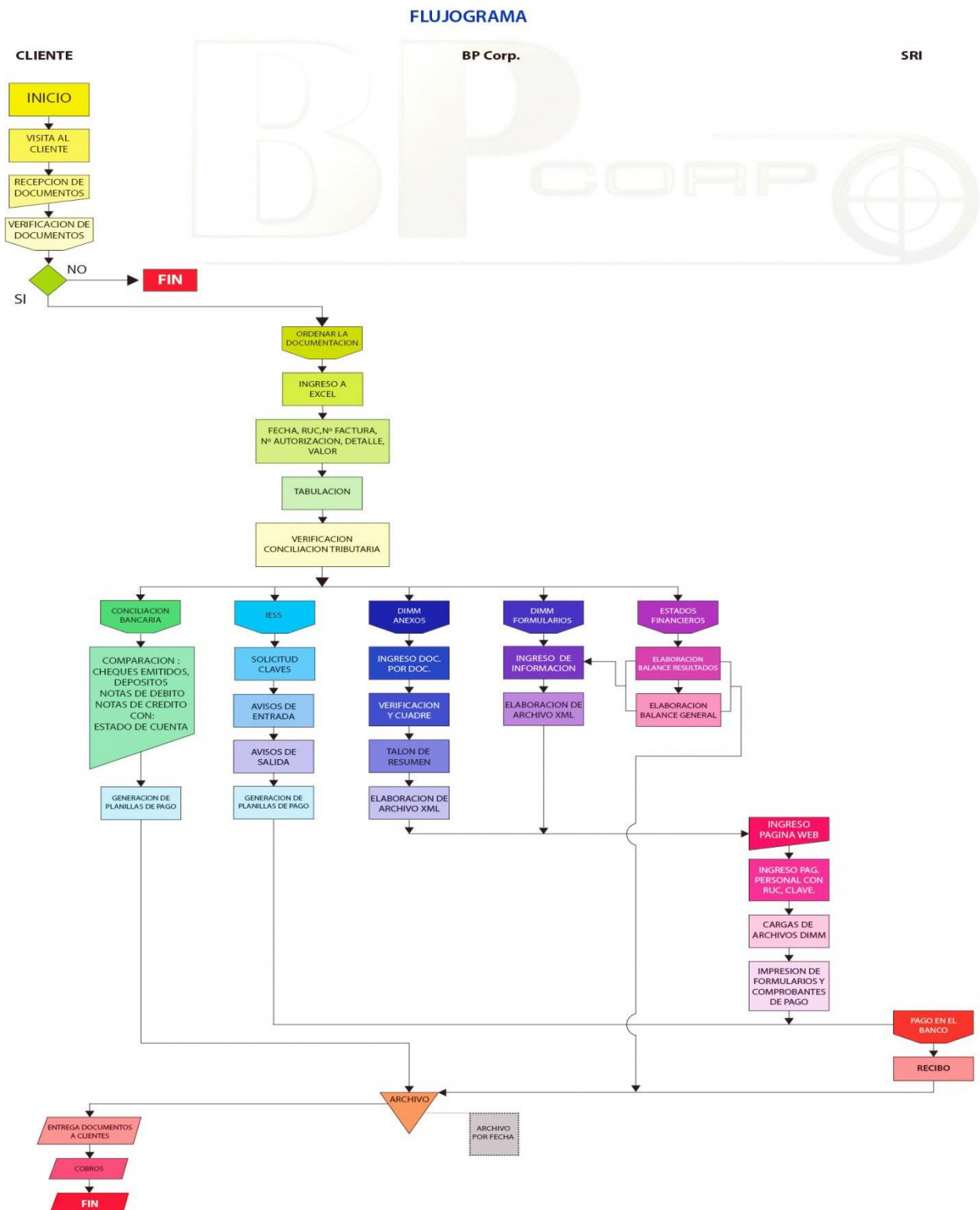


Fuente: Los autores

Describir el Problema.- Con la información obtenida en el diagrama anterior se determina que el problema de Bp. Corp. es una excesiva demora de tiempo en el ingreso y el procesamiento de datos.

Para el correcto análisis de esta información, procedemos a revisar el actual flujograma de procesos que tiene la empresa y realizaremos la comparación con la nueva propuesta de mejoramiento, a estos flujos les determinaremos el tiempo que se demora en la actualidad y de acuerdo a la nueva propuesta.

GRAFICO: # 15



Fuente: los autores

Como se puede observar, en el flujograma de la empresa existen demoras en el momento de ingresar los datos. Según se observa los datos en primera instancia son ingresados a una tabla de Excel, este proceso tiene una duración de tiempo dependiendo del tipo de cliente entre tres y cuatro horas, una vez pasada la información a Excel, esta misma información se procede a pasar al Sistema DIMM Anexos, luego se realiza el DIMM Formulario.

La razón de pasar a Excel y luego al DIMM, es que se requiere obtener la información para procesar el formulario 104 y 103, y los anexos solamente generan al final información de subtotales sin clasificación de tarifas. A estas horas se le debe agregar el análisis para la realización de los formularios que serán ingresados a la página web del Servicio de Rentas Internas. Además el mismo problema de tiempo se da en el área de Conciliación Bancaria, en el que en la actualidad se debe tabular cheque por cheque, revisar estos en el estado de cuenta y posterior a ello sacar los saldos contables y reales de las cuentas bancarias.

A continuación se detalla el ingreso de información al DIMM anexos, una vez procesada la información en Excel y nos daremos cuenta que este proceso no lleva demasiado tiempo, si tomamos como base un cliente que promedio tiene 40 documentos mensuales, en promedio toma de 1 a 2 minutos y si multiplicamos por los cuarenta no dará un tiempo estimado en peor de los casos de 1 hora 20 minutos.

GRAFICO: # 16
DIMM ANEXOS

The screenshot shows a web application window titled 'SRV REOC'. The main header displays the date and company name: '12/2011 0190328481001 LUEXCELTRANS CIA. LTDA.'. Below this, there is a section for 'Compras' (Purchases). It includes a search field for 'No. de Identificación' with an 'Ir' button and a checkbox for 'Solo con Error'. A table lists purchase records with columns: No., Tipo Identificación Prov..., Id Proveedor, Cod. Comprob..., No. Comprobante de Venta, No. Autorización, and Fecha Emisión ... The table contains one record with the following data:

No.	Tipo Identificación Prov...	Id Proveedor	Cod. Comprob...	No. Comprobante de Venta	No. Autorización	Fecha Emisión ...
1	REGISTRO UNICO CON...	0104128897001	FACTURA	001-001-15	1175649384	01/03/2011

Below the table are buttons for 'Nuevo', 'Guardar XML', and 'Talón Resumen'. A section titled 'Detalle Compras' (Purchase Details) shows the following fields:

- Tipo Identificación del Proveedor: REGISTRO UNICO CONTRIBUYENTE
- No. de Identificación del Proveedor: 0104128897001
- Tipo de Comprobante: FACTURA
- No. de serie y Secuencial: 001, 001, 15
- No. de Autorización: 1175649384
- Fecha de Emisión del Comprobante de Venta: 01/03/2011

Fuente: Servicio de Rentas Internas

1. Escogemos el tipo de identificación de proveedor (Registro Único Contribuyente, pasaporte, cedula de identidad).
2. Ingresamos el número de identificación escogida en el campo anterior.
3. Elegimos el comprobante (Factura, Nota de Venta, Liquidación de Compra, etc.).
4. Ingresamos el número de serie escogida en el comprobante de venta.

5. Ingresamos el número de autorización del documento.

6. Anotamos la fecha en la que se realiza la transacción.

GRAFICO # 17 DIMM ANEXOS

The screenshot shows a software window titled 'SRV REOC'. At the top, there is a button labeled 'Ingresar Valor de Compra'. Below this is a section labeled 'AIR' with a dropdown arrow. Underneath is a table with the following columns: 'Cod. Retención', 'Base Imponible', '% Retención', and 'Valor Retenido'. The table is currently empty. Below the table are two buttons: 'Nuevo' and 'Eliminar'. Further down is a form with the following fields:

- 'Concepto de retención de Renta' with a dropdown menu showing '312 - TRANSFERENCIA DE BIENES MUEBLES DE NATURALEZA CORPOF'.
- 'Base Imponible Tarifa IVA 0%' with a text input field containing '0.00'.
- 'Base Imponible Tarifa IVA Diferente de 0%' with a text input field containing '0.00'.
- 'Base Imponible no Objeto de IVA' with a text input field containing '45.00'.
- '% Retención' with a text input field containing '1.0'.
- 'Valor Retenido' with a text input field containing '0.45'.

At the bottom of the form are two buttons: 'Aceptar' and 'Cancelar'.

Fuente: Servicio de Rentas internas

7. Ingreso del valor de la compra

8. Escogemos el código de la retención

9. Ingresamos el valor de compra

10. Aceptamos.

GRAFICO: # 18

COMPROBANTE DE RETENCION

No. de serie y Secuencial	000	000	0	No. de Autorización	000	Fecha de Emisión	01/12/2011	...
No. de serie y Secuencial	000	000	0	No. de Autorización	000	Fecha de Emisión	01/12/2011	...

Guardar Cancelar

Fuente: Servicio de Rentas Internas

11. Ingresamos los datos del comprobante de retención.

Todo este proceso es realizado para el ingreso de un solo comprobante de compra.

Analizar las causas.-las causas del problema son:

Falta de Personal.- En la actualidad hay dos personas laborando en BP Corp., lo que provoca que con el número de clientes, estos no logren terminar con el trabajo, se está sobre exigiendo al personal actual, estas personas laboran en ocasiones hasta 12 horas diarias con la finalidad de cumplir con las exigencias de los clientes, lo que resulta perjudicial tanto para los colaboradores como para la misma empresa, la que tiene que cancelar horas extras.

Falta de un software.- La importancia del software para la empresa en los últimos tiempos ha sido clave para distinguirse entre empresas supervivientes y sobrevivientes, esto radica en el aprovechamiento de los recursos tecnológicos que se tiene a disposición en el mercado actual, la inserción de este en la empresa ayudará en la toma de decisiones oportunas y acertadas.

"Bp. Corp." está consciente de que la implementación de este tipo de tecnología agilizará el procesamiento y análisis de datos, de manera que la administración de la empresa este encaminada hacia el crecimiento continuo; Al contar con un software, la información que solicitan los clientes en cualquier momento del mes, puede ser entregada de manera inmediata, lo que permitirá un mejor flujo con el cliente.

Falta de un sistema de Redes.- El objetivo de un sistema de redes, es poder trabajar más de una persona en una misma cuenta, sin tener que luego unir toda la información, además de conectarse de manera remota a la cuenta de un cliente desde cualquier parte de la ciudad o país y poder solucionar de forma inmediata cualquier dificultad que surja en la cuenta del mismo.

Falta de estandarización para la realización de trabajos.-En Bp. Corp. no hay estándares para manejar a todos los clientes, lo que dificulta el trabajo cuando pasa la cuenta de un colaborador a otro y de un mes a otro no se puede ingresar la información tal como se lo hace para todos los clientes, esto provoca una demora en la forma de ingresar los datos y procesarlos.

Ejecutar acciones correctivas.- Las acciones correctivas para cada problema son:

TABLA: # 19

TABLA DE PROBLEMA Y CORRECCION

PROBLEMA	CORRECCIONES
Falta de Personal	Contratar dos personas, plan de Talento Humano.
Falta de un software	Análisis de Software disponibles en el mercado. Compra de Software.
Falta de un sistema de Redes	Instalación de sistema de redes en la oficina.
Falta de estandarización para la realización de trabajos	Elaboración de sistemas de procesos y estándares.

Fuente: los autores

Plan de talento humano

Para que el funcionamiento de BP CORP sea el correcto requiere también de una estructura orgánica que regule las actividades de cada departamento que se tendrá en la empresa y además determine el orden jerárquico que debe existir dentro de la misma, para que así estén bien definidos cada una de las competencias de cada área y de cada colaborador.

El plan de recursos humanos pretende ser la herramienta que permita lograr un trabajo armónico al interior de la organización y que vaya en beneficio del cliente.

Se delinearán las estrategias y herramientas necesarias para el reclutamiento, selección y contratación del personal por cuanto serán nuestros colaboradores en gran medida quienes propiciarán el éxito de la empresa. Posterior a ello se aplicará la política remunerativa, la misma que ira de acuerdo a la capacidad de la empresa, aspiraciones y merecimientos de los

colaboradores, que permitirá tener una fuerza laboral bien motivada, preparada y comprometida con el crecimiento de la empresa. Además capacitaremos constantemente a nuestro personal lo que permitirá desarrollar nuevas alternativas en el manejo de nuestros clientes.

Por lo anotado, es importante la realización de este plan de recursos humanos, y el que estamos seguros se convertirá en una ventaja competitiva sobre la competencia.

Manuales de funciones, cargos y perfiles.- Para que la organización mantenga un correcto y adecuado orden en cada una de sus áreas, es necesario identificar plenamente cuáles son las funciones y responsabilidades de todos quienes pertenezcan a la empresa. A continuación presentamos el manual de funciones, cargos y perfiles de BP CORP.

TABLA: # 20
DESCRIPCION DE CARGOS

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
CARGO	Auxiliar Contable
PUESTO	Asistente Contable
PERFIL	<p style="text-align: center;">Competencias Técnicas</p> <p>Estudios superiores en contabilidad. Manejo de software contables. Conocimiento de aplicación de NIIF. Conocimiento de anexos transaccionales, declaraciones de impuestos, balances para organismos de control, tramites, etc.</p>
	<p style="text-align: center;">Competencias Organizacionales</p> <p>Conocimientos de elaboración y lectura de balances y reportes. Conocimiento de tributación. Experiencia mínima de 1 año en cargos similares.</p>
	<p style="text-align: center;">Competencias Institucionales</p> <p>Habilidad de organización Pulcritud en el trabajo Confiabilidad Desarrollo de alternativas Buena presencia Buenas relaciones interpersonales, don de gentes Método de trabajo Outsourcing Dispuestos a trabajar bajo presión Edad entre 22 a 35 años.</p>
REPORTA A	GERENTE GENERAL

Fuente: los autores

TABLA: # 21
ANALISIS DE CARGO

ANÁLISIS DEL CARGO	
ROLES	<p>Coordinar con los distintos departamentos los gastos e inversiones que se vayan a realizar</p> <p>Orientar al personal en la ejecución del presupuesto anual.</p> <p>Impulsar honradez en cada una de las transacciones.</p>

Fuente: Los autores

TABLA: # 22
FUNCIONES DEL PERSONAL

FUNCIÓN	TAREA
Funciones Contables	<p>Establecer los planes contables y delimitar el manejo contable.</p> <p>Registrar las operaciones de acuerdo a las disposiciones legales.</p> <p>Registro de los movimientos contables y movimientos bancarios</p> <p>Pagos y Declaración de impuestos</p> <p>Aplicar el control interno previo, sobre compromisos, gastos y desembolsos.</p> <p>Mantener actualizados todos los registros contables y conservar adecuadamente archivados los documentos de respaldo y de registro de las transacciones económicas.</p> <p>Tener al día las cuentas de diversos clientes.</p>
Reporte cuentas	<p>Presentar los estados financieros en forma oportuna y con detalles para la toma de decisiones gerenciales, de los clientes.</p> <p>Soportar cada uno de los movimientos con documentos legales.</p>

Fuente: Los autores

Reclutamiento.- Con el objetivo de atraer candidatos calificados para que ocupen los puestos de trabajo creado para el normal funcionamiento de Bp. Corp., se han desarrollado Estrategias y Canales de Reclutamiento.

Planeación de Recurso Humano.- La finalidad de la planeación del recurso humano es la de desarrollar políticas y procedimientos para poder identificar el personal idóneo que ocupará los puestos diseñados para el normal

desenvolvimiento de la empresa, el personal que requiere para el funcionamiento de la empresa es:

- ◆ 2 Auxiliares Contables

Además todas las políticas que se apliquen para Bp. Corp., serán lo suficientemente flexibles, lo que permitirá ajustarse a la búsqueda de nuevos prospectos y no estar extremadamente dependiente solo de uno, además permitirá al personal nuevo acoplarse fácilmente a un mecanismo de trabajo bien definido.

TABLA: # 23

FACTORES QUE INCIDEN EN LA CONTRATACIÓN DEL RECURSO HUMANO

FACTORES	CAUSAS
SOCIAL	El personal seleccionado podrá incluirse en la sociedad puesto que desempeña una función para que las sociedades realicen sus actividades
ECONÓMICO	Incluiremos fuerza laboral con el afán de brindar un servicio a la comunidad a cambio de una remuneración con lo cual las personas puedan incluirse en una sociedad económica activa
ESTRATÉGICO	Impulsar nuevos métodos organizativos bajo esquemas estratégicos innovadores
COMPETITIVO	El personal trabajara bajo presión con el afán de brindar un buen servicio y ser eficientes y lograr objetivos bajo competencias
DESARROLLO	Las personas aprenderán a desarrollar mucho más sus actividades impulsando una actividad de negocio y desarrollando nuevas ideas y estrategias

Fuente: los autores

Los Candidatos serán Externos ya que la empresa no tiene suficiente personal.

Medios de comunicación.- Los medios por los cuales nos comunicaremos con nuestros futuros colaboradores serán los siguientes:

- Informal: A través de referencias de otras personas
- Formales: A través de Facebook, Twieter y Pagina Web.

Prospectos esperados.-A través de este sistema se espera recibir los candidatos con las cualidades solicitadas para cada uno de los puestos creados, con la

finalidad de poder escoger de manera correcta y contar en nuestras dependencias con un personal capaz.

Selección del personal.- El proceso de selección del personal que se realice es muy importante, puesto que esta deberá ser realizado con el mejor de los criterios y con un análisis profundo de sus currículos, con la finalidad de facilitar la selección final entre los candidatos más sobresalientes, esto es de conocimientos y aptitudes.

Técnicas de selección.- Con la finalidad de escoger mejor al personal que laborara en nuestra empresa, se utilizara las siguientes técnicas de selección.

TABLA: # 24
TECNICAS DE SELECCIÓN

Puesto	Entrevista inicial	Pruebas de Conocimiento	Test de Personalidad
Auxiliar Contable	X	X	X

Fuente: los autores

Prueba inicial-individual.- Con la cual se realizará una pre-selección y se confirmaran los datos y las referencias del aspirante, así como la disponibilidad, el objetivo será tener una perspectiva más amplia del aspirante. Todos los aspirantes pasarán por esta etapa.

Prueba profunda-individual.- Esta consiste en realizar la entrevista a los candidatos que pasaron la primera etapa, es decir la de la pre-selección, la

misma que ayudará a comprobar si en verdad cumple con los requisitos y competencias del perfil del puesto.

En este espacio en el que ya casi se tiene a los candidatos seleccionados idóneos, se efectuarán una serie de pruebas que nos darán los últimos resultados, con los cuales se puede tener una visión más que clara de las personas que pueden ser colaboradores de la empresa y estas son:

Pruebas de conocimientos o capacidades.- Estas se aplicarán en grupos de candidatos pre-seleccionados y de acuerdo al puesto para el que se esté solicitando se diseñara el esquema.

Test de personalidad.- Esta se realizará con la finalidad de evaluar sus reacciones ante diferentes situaciones y aspectos básicos de la personalidad de los aspirantes el mismo que puede ser de conocimiento general, específico o proyectado según sea el cargo que se necesite cubrir.

Prueba final-individual.- Esta prueba final se realizará luego de haber realizado el análisis respectivo de las dos pruebas anteriores de los candidatos que más se acerquen al candidato deseado, es decir el que más capacitado este para el puesto que solicitamos, la empresa acordará los términos de la contratación, salarios, beneficios y los horarios de trabajo establecidos.

Plan de inducción.- El plan de inducción se lo efectuará con la finalidad de que las personas nuevas se incorporen de la mejor manera y puedan acoplarse más rápidamente, por ende empiecen a ser productivos:

- Adaptación rápida a sus funciones y al ambiente de trabajo
- Adopción de los objetivos organizacionales

- Aprendizaje de la cultura
- Creación de Compañerismo

Como actividades que dará BP CORP, están:

1. Orientación general sobre la actividad de la empresa
2. Dar a conocer la Misión, Visión, Políticas y Valores de la empresa
3. Presentación formal del nuevo miembro de la empresa a sus compañeros directos en su lugar de trabajo.

Capacitación.- BP CORP se preocupará de capacitar y dar apoyo al personal con la finalidad de que sean productivos y con esto llegar a tener una ventaja competitiva con relación a la competencia.

Para que este proceso sea lo más práctico y eficiente, se seguirán los siguientes pasos:

TABLA: # 25
PLAN DE CAPACITACIÓN

CAPACITACION	TIPO	TIEMPO
SEMANTAL	Orientada al Área de Contabilidad, Tributación y Finanzas (Nuevas resoluciones o análisis de la ley).	Miércoles de 8:00 am a 9:00 am.
SEMANTAL	Charla Informativa de nuevas tendencias en el área de Finanzas, Nacionales e Internacionales.	Viernes de 17:00 a 18:00 pm.
SUSCRIPCIÓN DE REVISTAS	<ul style="list-style-type: none"> - Boletín El Contador - SMS Auditores - Fundación el Contador - NIIF Internacional (IFRS) 	<p>Una revista por mes.</p> <p>Reportaje cada 15 días vía web.</p> <p>Una revista por mes.</p> <p>Cada vez que hay nuevas actualizaciones de NIIF.</p>

Fuente: Los Autores

Compensación.- Para fijar un Sistema de Remuneraciones adecuadas la Empresa nos basaremos en los siguientes pasos:

TABLA: # 26
PASOS DE COMPENSACION

PASOS	LUGAR
<i>Salarios Equitativos</i>	<u>Evaluación de Cada Puesto de Trabajo</u> Orden Jerárquico <u>Evaluación de Habilidades</u> Adaptación al ambiente de trabajo Integración al grupo Don de gente Relaciones con clientes internos y externos
<i>Escalas Salariales</i>	<u>Evaluación de Competencias</u> Cumplimiento de sus tareas Alcance de objetivos Inspectoría del Trabajo mínima

Fuente: los autores

Se utilizará el método de salarios equitativos con la finalidad de no crear un ambiente hostil entre las personas que laboran en áreas similares y de acuerdo con las responsabilidades de cada puesto de trabajo, evitando las desigualdades salariales.

Recompensas e incentivos.- Se aplicará el sistema de remuneración fija, por cuanto es una manera de evitar crear ambientes de rivalidad por conseguir mayores ingresos, Puesto que el trabajo será en equipo todos bajo las mismas condiciones.

Los sueldos que se cancelará a los colaboradores estarán enmarcados en las disposiciones legales vigentes referentes a los sistemas salariales; con lo cual garantizamos un salario justo y atractivo, contarán con todos los beneficios legales correspondientes como: Afiliación al IEES, pago del XIII sueldo, XIV sueldo, vacaciones anuales y Fondos de Reserva.

Desarrollo personal y motivación

Para poder elaborar una estrategia de motivación para nuestro personal, es necesario determinar en qué nivel se encuentran, para ello aplicaremos lo siguiente:

El grupo de trabajo se lo puede clasificar de la siguiente manera:

TABLA: # 27
DESARROLLO PERSONAL Y MOTIVACION

Cargo	Nivel
Auxiliar de Contabilidad	Necesidad Sociales

Fuente: Los Autores

De este análisis podemos partir, para elaborar una estrategia de motivación y poder crear el deseo suficiente de participación y satisfacción que logre comprometer aún más al personal para alcanzar las metas de la organización.

TABLA: # 28
ELEMENTOS DE MOTIVACIÓN

Cargo	Elementos
Auxiliares de Contabilidad	Capacitación y Reconocimiento.

Fuente: los autores

Equipos de alto desempeño.- Lograr un rendimiento que bordee los niveles de excelencia es una meta que debemos cumplirla conjuntamente con nuestro personal y para esto debemos formar y fomentar el trabajo en equipo, para que podamos coordinar perfectamente todas las actividades involucradas en un evento, y así ir mejorando el rendimiento organizativo como operativo en cada evento que realicemos.

Considerar a cada colaborador como parte importante del equipo nos permitirá contar con empleados comprometidos en el quehacer de la empresa, lograr el reconocimiento y posicionamiento que buscamos pues esto garantizará mayor estabilidad a los empleados y mayores réditos por sus sacrificios.

Evaluación y control.- La evaluación es un procedimiento sistemático y periódico de comparación del desempeño de una persona en su trabajo contra una pauta de eficiencia establecida por la supervisión.

Para que tenga éxito nuestro plan de recursos humanos, es necesario que evaluemos al personal y así obtener resultados que nos guíen a conclusiones sobre que estamos haciendo bien y que podemos mejorar sobre la marcha.

Necesitamos de la evaluación por cuanto deseamos siempre dar un valor agregado en nuestro servicio a nuestros clientes, y la única manera es el de buscar la excelencia en cada uno de los eventos que efectuemos y nuestros colaboradores son el eje principal para poder cumplir con el objetivos de dar un servicio da calidad; evaluando constantemente se obtendrá valiosa información que permitirá identificar y superar cualquier aspecto que se esté haciendo.

Se evaluarán:

- Las actitudes
 - Que tiene hacia cumplir las labores dentro de la empresa.
 - Con las que recibe las ordenes y se somete a la autoridad

- Las conductas
 - El comportamiento que tiene en su lugar de trabajo y para con los demás compañeros.

- La forma en que el empleado aplica sus conocimientos, habilidades y experiencia.
 - Sus métodos de trabajo y aplicación de conocimientos.
 - Si su preparación la demuestra en las decisiones que efectúa dentro de la empresa.

Se califica:

- El modo en que el empleado lleva a cabo el trabajo
- Prescindiendo por completo del puesto que ocupa en la organización.

Tipo de Evaluación

- Evaluación formal
 - Mediante la utilización de encuestas, de pruebas de evaluación y test se puede determinar la subjetividad del empleado para con la función que desempeña.

- Evaluación Informal
 - Que se la realiza en forma de entrevista en el momento que se están ejecutando las labores y sin ningún parámetro de

medición, sino con la sola idea de evaluar superficialmente el trabajo que viene realizando.

Análisis de software

Para la implementación de un software para BP. Corp. se analizó varias cotizaciones expuestas por empresas desarrolladoras de software, comparando precios, tecnología, servicio, para tomar la decisión correcta y más beneficiosa para la empresa.

(VER ANEXO N° 11)

La propuesta más beneficiosa que BP. Corp. está analizando es de la empresa SMARTSYS Cía. Ltda., que cuenta con un sistema contable llamado bemus Soluciones Integrales Empresariales, que lo detallamos a continuación.

GRAFICO: # 19



Fuente: SMARTSYS Cía. Ltda.

Bemus es un Sistema Informático que suministra las herramientas para la automatización de procesos, optimizando el manejo y administración de la empresa en las siguientes áreas:

Contabilidad

Facturación

Inventarios
Clientes/Proveedores
Bancos
SRI

Características del sistema

Multiempresa
Multiusuario
Estructura Cliente/Servidor
Manejo de Lector de Código de Barras
Reportes en Línea

Subsistema de contabilidad.- El objetivo del Módulo de Contabilidad es el de suministrar al usuario del Sistema un conjunto de herramientas para optimizar el manejo y administración del negocio, y para analizar y determinar en que aspectos del negocio puede mejorarse, a fin de que pueda aprovechar las funciones de Contabilidad incluidas en el programa y sacar así el mayor provecho del mismo.

El Sistema de Contabilidad maneja los siguientes aspectos de la Empresa:

Manejo de plan de cuentas:

Creación de Cuenta
Modificación de Cuentas
Eliminación de Cuentas

Manejo de notas de ingresos y egresos de bancos:

Ingreso de Notas de Egreso y Notas de Ingreso

Modificación de Notas de Ingreso/Egreso

Anulación de Notas de Ingreso/Egreso

Manejo de ingresos egresos de caja:

Creación de Ingresos /Egreso de Caja

Modificación de Ingreso/Egreso de Caja

Anulación de Ingreso/Egreso de Caja

Manejo de comprobantes de compra y venta:

Creación de Comprobantes de Ventas/Compras

Modificación de Comprobantes de Ventas/Compras

Anulación de Comprobantes de Ventas/Compras

Manejo de estados de la empresa:

Balances de Comprobación

Estado de Situación Final

Estado de Resultados

Cierre de período:

Reportes

Plan de Cuentas

Gráfico de Ingresos vs. Egresos

Diario General

Mayorización

Conciliación bancaria

Mantenimiento de Bancos

Mantenimiento de Cuentas Bancarias

Estado de Cuenta

Libro de bancos

Conciliación

Subsistema de reportes.- Permite la generación de reportes gráficos y dinámicos de toda la información manejada por la empresa de una forma rápida y sencilla.

Este modulo presenta la opción de realizar reportes especializados para cada una de las áreas de la empresa.

Reporte Facturas

Reporte Devoluciones

Reporte Cuentas por Cobrar

Reporte Cuentas por Pagar

Reporte Productos

Reporte Proveedores

Reporte Clientes

Sistema inventarios.-El módulo de Inventarios maneja todo lo relacionado con ingreso y egreso de productos y servicios, dentro de la empresa; se mostrará el movimiento de cada uno de los productos, por fechas.

Mantenimiento de Inventario de Mercaderías (Compra, Venta, Devolución por Descuento, Devolución de Inventario), se presenta una pantalla o formulario que realiza la compra, venta o devolución de productos de la empresa.

Métodos de Valorización del Inventario (Kárdex), FIFO, PROMEDIO PONDERADO), estos métodos permiten revisar el movimiento que se tiene de las facturas.

Categorización (líneas) de Productos (Crear, Modificar y Eliminar Categorías de productos), las categorías permitirán clasificar los productos o servicios de acuerdo a su naturaleza.

Mantenimiento de Productos (Crear, Modificar y Eliminar productos), maneja los productos o servicios que brinda la empresa.

Mantenimiento de Bodegas.

Sistema Facturación.- Este módulo tiene por objetivo realizar el manejo de facturas y notas de venta, permite manejar los datos de los clientes y detalle de cada uno de los productos a ser facturados.

El módulo de facturación deberá realizar las siguientes tareas:

Mantenimiento de Facturas

Mantenimiento de Notas de Venta

Mantenimiento de Nota de Entrega

Mantenimiento de Preformas

Mantenimiento de Devoluciones

Retenciones en Compra

Retenciones en Venta
Documentos Varios
Manejo de Puntos de Venta
Manejo de Formas de Pago
Manejo de Vendedores

Subsistema clientes/proveedores.- Sistema que maneja los siguientes aspectos de la Organización en cuanto a información de Clientes:

Manejo del Mantenimiento de Clientes:
Manejo de Cuentas x Cobrar:
Mantenimiento de Proveedores:
Manejo de Cuentas x Pagar:

Subsistema SRI.- Generación automática del Anexo Transaccional, Anexo Transaccional del 2007 y el REOC en base a los movimientos de la empresa.

Innovaciones.- Manejo de Precios Temporales: Lleve un porcentaje extra que se carga a los productos hasta que ingrese una nueva compra, para tener precios acorde con el mercado.

Código de Barras: El sistema le permite leer automáticamente un código de barras, ahorrando de esta manera tiempo y dinero.

Contabilidad Automática: Obtenga la contabilidad automáticamente el momento que registra los documentos en el sistema.

Ubicación del Producto: Lleve un control de la ubicación física de los productos.

Prorrato de Gastos: El sistema le permite cargar al costo del producto los gastos como transporte y seguros.

Auditoría: Asigne a cada uno de sus colaboradores solo las funciones a las que va a tener acceso, lleve una auditoría de todas las operaciones realizadas por los usuarios.

Garantía.- Bemus tiene seis meses de garantía contra fallas y defectos de programación. Se asignará una línea telefónica para consultas, ayuda y asistencia técnica 8 horas en días hábiles por el tiempo que dure la garantía.

Soporte Online.- Si el cliente dispone de conexión a Internet, se le brindará soporte a través de este medio, MSN o escritorio remoto.

Capacitación.- Le ofrecemos la debida capacitación para empezar a usar el sistema.

Sistema de redes

Para el buen manejo de la información BP. CORP necesita un adecuado sistema de redes informáticas por lo cual se analizará la alternativa que esta incluida en la propuesta de la empresa Smartsys Cía. Ltda.

Las redes que necesitamos para la empresa se llaman RED WAN, esta es un tipo de red de computadoras capaz de cubrir distancias desde unos 100 hasta unos 1000 km, proveyendo de servicio a un país o un continente. Un ejemplo de este tipo de redes sería RedIRIS, Internet o cualquier red en la cual no estén en un mismo edificio todos sus miembros. Muchas WAN son construidas por y para una organización o empresa particular y son de uso privado, otras son construidas por los proveedores de internet (ISP) para proveer de conexión a sus clientes.

Hoy en día, Internet proporciona WAN de alta velocidad, y la necesidad de redes privadas WAN se ha reducido drásticamente, mientras que las redes privadas virtuales que utilizan cifrado y otras técnicas para hacer esa red dedicada, aumentan continuamente.

Normalmente la WAN es una red punto a punto, es decir, red de paquete conmutado. Las redes WAN pueden usar sistemas de comunicación vía satélite o de radio.

A continuación mediante un grafico detallamos la forma de cómo BP CORP utilizara las redes para el buen funcionamiento de la información.

GRAFICO: # 20

RED WAN



Fuente: los autores

Estandarización de procesos

Una vez realizado el plan de mejoras se espera que el trabajo que desarrolle quede de la siguiente manera:

Solicitar los documentos.- Los documentos se los debe solicitar al cliente como mínimo cuatro días antes de la fecha de la declaración de impuestos.

Organización de la documentación.- Una vez receptada la documentación se tiene que clasificar en documentos deducibles y no deducibles para luego organizarlos por fechas para su ingreso al sistema.

Ingreso al sistema contable.- La documentación una vez ordenada procedemos a ingresar al sistema contable con todos los datos necesarios que nos pida el sistema, para luego generar los reportes que nos servirán para ingresar información en otros sistemas que lo detallaremos más adelante, para el siguiente paso primero tenemos que especificar si el cliente es obligado o no a llevar contabilidad, si es obligado continuamos con el siguiente paso y si no lo es obviamos este proceso.

Ingreso información al DIMM anexos.- Este punto es solo para los obligados a llevar contabilidad, aquí verificamos si la información extraída del sistema contable es correcta y cuadra con el reporte de compras para la declara en el formulario 103 y 104.

Ingreso información al DIMM formularios.- La información se lo ingresará conforme a si es obligado o no a llevar contabilidad.

- **No obligado a llevar contabilidad.-** Para estos contribuyentes solamente se les efectúa la declaración del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en el formulario 104 A con la información obtenida mediante el reporte del sistema contable.
- **Obligados a llevar contabilidad.-** Para estos contribuyentes el proceso es más largo, primero se tiene que efectuar la declaración de las Retenciones en la Fuente del Impuesto a la Renta que corresponde en formulario 103, aquí se ingresan todas las retenciones que realizó el contribuyente como agente de retención, para finalizar se genera el archivo XML. El segundo paso es efectuar la declaración del Impuesto al Valor Agregado en el formulario 104, en este formulario también se ingresan todas las retenciones del IVA efectuadas por el agente de retención, para finalizar generamos el archivo XML. Toda esta información se obtiene del reporte extraído del sistema contable.

Ingreso de archivos XML al sistema del SRI.- Una vez finalizado todos los procesos en los DIMM procedemos a cargar dicha información en web del Servicio de Rentas Internas, ingresando en la página personal de cada contribuyente con el número de RUC y su clave respectiva; procedemos a cargar los archivos XML correspondiente al mes de la declaración, Ingresada toda la información procedemos a imprimir el comprobante de pago y el formulario respectivo.

Generación de planillas de pago del IESS.- Se debe ingresar en la web del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social y luego en la página personal con el número de cédula y la clave personal, una vez ingresado se procederá a generar las respectivas planillas de pago como pueden ser: planilla normal de aportaciones, planilla de préstamos, planilla de fondos de reserva.

Pago.- Si la declaración de impuestos efectuada genera valor a pagar, la cancelación se lo realizará con la planilla de pago en una institución financiera designada por el recaudador del impuesto, al igual se lo debe hacer con las planillas de pago del IESS.

Generación de estados financieros.- Se efectuará mensualmente el estado de resultados para dar a conocer a nuestro cliente como está marchando la empresa o negocio, y el balance general lo realizamos al final del ciclo contable, estos balances lo generamos del sistema contable.

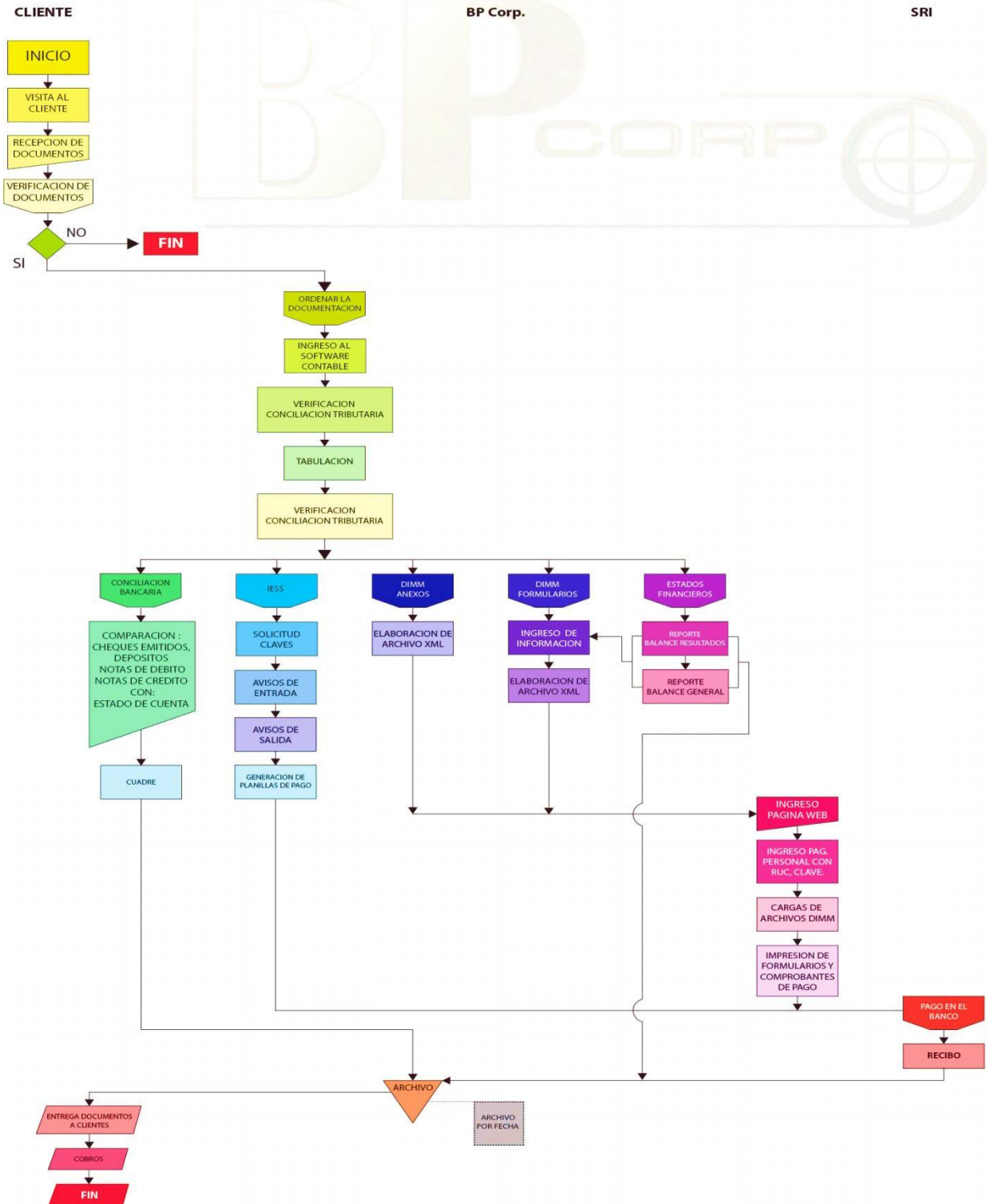
Archivo.- Aquí se archivará toda la documentación la cual servirá como un respaldo para cualquier inconveniente o alguna solicitud de nuestro cliente, se archivará en orden cronológico y en la respectiva carpeta.

Entrega de documentos y cobro.- A cada cliente se le debe entregar la respectiva documentación que se nos fue proporcionado y con ello adjuntar los comprobantes de pago respectivos, los formularios de impuestos impresos y los estados financieros sugeridos por el cliente, adjuntando la factura por nuestro servicio.

En base a esta estandarización el flujograma de la empresa queda de la siguiente manera.

GRAFICO: # 21

FLUJOGRAMA



Fuente: los autores

Conclusión del capítulo

Una vez realizado el análisis económico – financiero a la empresa BP. CORP., y determinada sus variables de rentabilidad (VAN y TIR), así como el flujo de efectivo que incurrirá la empresa, se ha podido determinar cuál sería su rentabilidad, concluyendo que el proyecto es viable.

Además se ha analizado la inversión que se necesita para el crecimiento de la empresa, tomando en cuenta el equipamiento necesario, que son indispensables para la implementación del plan de mejoras.

Se analizaron también los diferentes costos y gastos que incurrirá la empresa, tomando como base los datos históricos, en la elaboración del flujo de efectivo se determina cual será la utilidad o pérdida que obtenga la empresa. Así como también se determino el punto de equilibrio para establecer el monto de ventas necesarias para cubrir los costos y gastos que la empresa tendrá.

Finalmente se expuso el plan de mejoras, determinando el problema, analizando las causas y ejecutando acciones correctivas para el continuo funcionamiento de BP. CORP.

Conclusión final

El plan de negocios para la implementación de mejoras en la empresa Bp. Corp., cuyo propósito fue el de analizar la factibilidad del mismo, fue desarrollado en tres capítulos:

- La empresa.- Detallamos todas las funciones del negocio, la planificación estratégica a utilizar, se elaboró un análisis de la 5 fuerzas competitivas y del FODA, para determinar la estrategia a utilizar para lograr un mejor funcionamiento de la empresa.
- Investigación de mercado.- Cuyo resultado es favorable porque nos permite determinar el target al cual Bp. Corp. va dirigido.
- Análisis económico financiero.- Se obtuvo datos alentadores para la administración los cuales demuestran la factibilidad del proyecto con una rentabilidad que está dentro de la aspiración de la empresa.

En base a todo lo expuesto a lo largo del estudio se concluye:

- La empresa BP Corp, dedicada a la Asesoría Contable, se encuentra a su capacidad máxima de producción, siendo necesaria de manera inmediata la aplicación de reformas.
- Lo que mejor se adapta a las necesidades de la empresa BP Corp es la aplicación del Plan de mejoras el cual implica desarrollar un plan de talento humano con la única finalidad de contratar nuevo personal idóneo para la empresa, se suma a esto la adquisición de tecnología que incluye conexiones adecuadas de redes y un software contable

que nos permitirá un ahorro de tiempo y recursos en la realización de actividades, complementando con una estandarización de procesos gracias a los flujogramas elaborados.

- De acuerdo a la información obtenida del análisis financiero se concluye que la aplicación del plan de mejoras es viable y rentable para la empresa.

Recomendaciones

Las recomendaciones para la empresa BP CORP son las siguientes:

- Implementar de manera inmediata el plan de mejoras con la finalidad de regular la empresa.
- Establecer los sistemas de control y regular de manera inmediata el área de Talento Humano que es el eje de la empresa.
- Aumentar el número de clientes y proyectar mes a mes las variables que puedan surgir para tomar decisiones de manera inmediata.

BIBLIOGRAFIA

- CHIAVENATO – Idalberto **Administración en los nuevos tiempos**, Edición Editorial McGraw-Hill, Bogotá, 2002. 709 págs.
- CHIAVENATO – Idalberto **Administración Proceso Administrativo**, tercera Edición Editorial McGraw-Hill, Bogotá, 2001. 415 págs.
- CHIAVENATO – Idalberto **Investigación de Mercados un Enfoque Aplicado**, Quinta Edición. Editorial McGraw-Hill, Bogotá, 2003. 874 págs.
- DUMRAUF – Guillermo **Finanzas Corporativas**, Quinta Edición. Editorial McGraw-Hill, Bogotá, 2003. 874 págs.
- FRIEN Graham y Stefan ZEHLE. **Como Diseñar un Plan de Negocios**, Primera Edición, Editorial *The Economist*, Perú 2008, 306 págs.
- KOTLER, Philip y Gary ARMSTRONG **Fundamentos de la Mercadotecnia**, 6ta edición, México, Editorial Prentice Hall, México, 2003.
- VALERA, Rodrigo. **Innovación Empresarial**. Segunda Edición. Editorial Pearson Education. Colombia. 2001. Pp 200
- KOTTLER, Philip. **Dirección del Marketing**. Décima edición. Edición del Milenio.
- Pearson Educación. México 2001.
- http://es.wikipedia.org/wiki/Mezcla_de_mercadotecnia
- <http://www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/30/epe.htm>
- <http://www.gestiopolis.com/finanzas-contaduria/evaluacion-financiera-de-proyectos-precios-corrientes-y-constantess.htm>

ANEXOS

ANEXO # 1

FACTORES DE ÉXITO

Factor Clave de Éxito	BP CORP	ASECON	ATICO
Utilidad de recursos	3.00	4.00	4.00
	Los recursos se utilizan en 80%	Los recursos son bien utilizados	Los recursos son bien utilizados
Calidad del servicio	4.00	3.00	1.00
	La buena atención, informar al cliente adecuadamente y en el tiempo pertinente	La atención es buena pero no hacen un seguimiento al cliente	Mala atención
Capacitación	4.00	4.00	1.00
	Personal actualizado y capacitado	Personal actualizado y capacitado	Personal Bachiller no capacitado
Recursos financieros	2.00	2.00	3.00
	Cuenta con lo básico pero suficiente para trabajar	Cuenta con lo básico pero suficiente para trabajar	Infraestructura adecuada
capacidad de respuesta	3.00	4.00	2.00
	Los requerimientos del cliente son atendidos inmediatamente	Responder rápidamente a cualquier requerimiento del cliente	Ineficiencia al trato con el cliente
Reconocimiento de la marca	1.00	2.00	1.00
	No se encuentra reconocida en el mercado	Pocos conocen la marca	No se encuentra reconocida en el mercado

Fuente: los autores

ANEXO # 2
ENCUESTA PILOTO

Nombre de la Empresa Encuestada:.....

1. ¿Su empresa dispone del servicio de asesoría contable y tributaria?

SI

NO

(Si su respuesta es negativa pase a la pregunta 4)

2. ¿Está satisfecho con el servicio que actualmente dispone?

SI

NO

3. ¿Qué empresa o persona le brinda el servicio?

4. ¿Estaría usted dispuesto a contratar el servicio de asesoría contable?

SI

NO

(Si su respuesta es no finalice la encuesta)

5. ¿Qué beneficios cree que le podría brindar el servicio de asesoría?

a) Entrega oportuna de estados financieros

b) Análisis de indicadores

c) Mejor atención

d) Mayor control

e) Declaración de impuestos oportuna.

6. El período de atención en su empresa sería:

a) Un día a la semana

b) Un día a los 15 días

c) Un día al mes

d) Otros _____

7. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por el servicio de asesoría?

0 100

101 300

301 600

Más de 600

Una vez terminadas la encuesta piloto se tiene las siguientes observaciones:

Fuente: los autores

ANEXO # 3

ENCUESTA

Nombre de la Empresa Encuestada:.....

1. ¿Su empresa dispone del servicio de asesoría contable y tributaria?

SI

NO

(Si su respuesta es negativa pase a la pregunta 4)

2. ¿Está satisfecho con el servicio que actualmente dispone?

SI

NO

3. ¿Qué empresa o persona le brinda el servicio?

4. ¿Estaría usted dispuesto a contratar el servicio de asesoría contable?

SI

NO

(Si su respuesta es no finalice la encuesta)

5. ¿Qué beneficios cree que le podría brindar el servicio de asesoría?

a. Entrega oportuna de estados financieros

b. Análisis de indicadores

c. Mejor atención

d. Mayor control

e. Declaración de impuestos oportuna.

f. Otros _____

6. El período de atención en su empresa sería:

e) Un día a la semana

f) Un día a los 15 días

g) Un día al mes

h) Otros _____

7. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por el servicio de asesoría?

0 100

101 300

301 600

Más de 600

8. ¿A más de prestar el servicio de asesoramiento le interesaría recibir capacitación para su personal?

SI

NO

Persona a la que se realizó la encuesta:.....

Fuente: los autores

ANEXO # 4

ACTIVOS DE LA EMPRESA

ACTIVO	DETALLE	CANT.	P. UNITARIO	TOTAL
MOBILIARIO				530.00
	ESTANTE	1	50.00	50.00
	ESCRITORIO	3	120.00	360.00
	SILLAS GIRATORIAS	3	40.00	120.00
SUMISTROS Y MATERIALES				65.00
	MATERIALES DE OFICINA	1	50.00	50.00
	MATERIALES DE LIMPIEZA	1	10.00	10.00
	SUBSCRIPCIONES	1	5.00	5.00
EQUIPOS DE COMPUTO				3710.00
	IMPRESORA XEROS PHASER 3100	1	130.00	130.00
	PORTATIL DELL INSPIRON 6400	2	1250.00	2500.00
	PORTATIL HP PAVILION DV4	1	1080.00	1080.00
SUMINISTROS DE OFICINA				70.00
	TELEFONOS	1	70.00	70.00
TOTAL ANUAL				4375.00

INVERSION NUEVA		6053.44
ACTIVOS EXISTENTES		4375.00

Fuente: BP CORP

ANEXO # 5

ROL DE PAGOS PROYECTADOS

DETALLE	2011		2012		2013		2014	
	ENE-JUN	JUL-DIC	ENE-JUN	JUL-DIC	ENE-JUN	JUL-DIC	ENE-JUN	JUL-DIC
SEMESTRES								
Nº TRABAJADORES	4	4	4	4	4	4	4	4
SUELDO SEMESTRAL	6336	6336	7536	7536	8736	8736	9936	9936
XIII	528	528	628	628	728	728	828	828
XIV	528	528	628	628	728	728	828	828
VACACIONES	264	264	314	314	364	364	414	414
FONDO RESERVA	264	264	628	628	728	728	828	828
APORTE PATRONAL	769.824	769.824	915.624	915.624	1061.424	1061.424	1207.224	1207.224
TOTAL	8689.824	8689.824	10649.624	10649.624	12345.424	12345.424	14041.224	14041.224

- Los fondos de reserva tiene derecho inicialmente las 2 personas que vienen de años anteriores, y desde el 2012 en adelante tienen derecho los 2 nuevos integrantes.

Fuente: los autores

ANEXO # 6

DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS PROYECTADOS

ACTIVO	DETALLE	CANT.	P. UNITARIO	TOTAL	%	2011	2012	2013	2014
EQUIPO DE OFICINA				\$ 140.00		\$ 14.00	\$ 14.00	\$ 14.00	\$ 14.00
	TELEFONOS	2	\$ 70.00	\$ 140.00	10%	\$ 14.00	\$ 14.00	\$ 14.00	\$ 14.00
EQUIPO DE COMPUTO				\$ 3,770.00		\$ 1,256.54	\$ 1,256.54	\$ 1,256.54	\$ -
	PC	1	\$ 450.00	\$ 750.00	33.33%	\$ 249.98	\$ 249.98	\$ 249.98	
	LAPTOPS	1	\$ 840.00	\$ 840.00	33.33%	\$ 279.97	\$ 279.97	\$ 279.97	
	SOFTWARE	1	\$ 1,250.00	\$ 1,250.00	33.33%	\$ 416.63	\$ 416.63	\$ 416.63	
	UPS	1	\$ 30.00	\$ 30.00	33.33%	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	
	IMPRESORAS	1	\$ 680.00	\$ 680.00	33.33%	\$ 226.64	\$ 226.64	\$ 226.64	
	IMPRESORA MATRICIAL	1	\$ 220.00	\$ 220.00	33.33%	\$ 73.33	\$ 73.33	\$ 73.33	
MOBILIARIO				\$ 550.00		\$ 60.00	\$ 55.00	\$ 55.00	\$ 55.00
	ESCRITORIOS	2	\$ 150.00	\$ 300.00	10%	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00
	ESTANTES	2	\$ 75.00	\$ 150.00	10%	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00
	SILLON	1	\$ 50.00	\$ 50.00	10%	\$ 5.00	\$ 5.00	\$ 5.00	\$ 5.00
	SILLAS GIRATORIAS	1	\$ 50.00	\$ 50.00	10%	\$ 10.00	\$ 5.00	\$ 5.00	\$ 5.00

Fuente: los autores

ANEXO # 7

ROL DE PAGOS HISTORICO

ROL DE PAGOS SEMESTRAL						
	2008		2009		2010	
SEMESTRES	ENE-JUN	JUL-DIC	ENE-JUN	JUL-DIC	ENE-JUN	JUL-DIC
N° TRABAJADORES	2	2	2	2	2	2
SUELDO SEMESTRAL	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00	\$ 2,616.00	\$ 2,616.00	\$ 2,880.00	\$ 2,880.00
XIII	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 218.00	\$ 218.00	\$ 240.00	\$ 240.00
XIV	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 218.00	\$ 218.00	\$ 240.00	\$ 240.00
VACACIONES	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 109.00	\$ 109.00	\$ 120.00	\$ 120.00
FONDO RESERVA	\$ -	\$ -	\$ 218.00	\$ 218.00	\$ 240.00	\$ 240.00
APORTE PATRONAL	\$ 291.60	\$ 291.60	\$ 317.84	\$ 317.84	\$ 349.92	\$ 349.92
TOTAL	\$ 3,191.60	\$ 3,191.60	\$ 3,696.84	\$ 3,696.84	\$ 4,069.92	\$ 4,069.92

Fuente: BP CORP

ANEXO # 8
ESTADO DE RESULTADOS HISTORICO

BP CORP
ESTADO DE RESULTADOS
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2008

	2008		2009		2010	
	ENE-JUN	JUL-DIC	ENE-JUN	JUL-DIC	ENE-JUN	JUL-DIC
VENTAS	\$ 8,692.58	\$ 8,477.97	\$ 9,006.56	\$ 10,192.99	\$ 12,009.42	\$ 12,762.16
(-) COSTO DE VENTAS	\$ -					
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 8,692.58	\$ 8,477.97	\$ 9,006.56	\$ 10,192.99	\$ 12,009.42	\$ 12,762.16
GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 4,877.87	\$ 4,757.44	\$ 5,054.07	\$ 5,719.84	\$ 6,739.13	\$ 7,161.53
SUELDOS	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00	\$ 2,616.00	\$ 2,616.00	\$ 3,315.77	\$ 3,523.60
DECIMO TERCER SUELDO	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 218.00	\$ 218.00	\$ 276.31	\$ 293.63
DECIMO CUARTO SUELDO	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 218.00	\$ 218.00	\$ 276.31	\$ 293.63
VACACIONES	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 109.00	\$ 109.00	\$ 138.16	\$ 146.82
APORTE PATRONAL	\$ -	\$ -	\$ 218.00	\$ 218.00	\$ 240.00	\$ 240.00
FONDO DE RESERVA	\$ 291.60	\$ 291.60	\$ 317.84	\$ 317.84	\$ 402.87	\$ 428.12
Depreciación Acumulada de Activos Fijos	\$ 648.27	\$ 648.27	\$ 648.27	\$ 648.27	\$ 648.27	\$ 648.27
AGUA	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.50	\$ 10.50	\$ 11.03	\$ 11.03
ENERGIA ELECTRICA	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 52.50	\$ 52.50	\$ 55.13	\$ 55.13
TELECOMUNICACIONES	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 189.00	\$ 189.00	\$ 198.45	\$ 198.45
SUMINISTROS Y MATERIALES	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 63.00	\$ 63.00	\$ 66.15	\$ 66.15
ARRENDAMIENTO DE INMUEBLES	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 630.00	\$ 630.00	\$ 660.00	\$ 660.00
MANTENIMIENTO Y REPARACION DE LOCALES	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 31.50	\$ 31.50	\$ 33.08	\$ 33.08
VIGILANCIA Y SEGURIDAD	\$ 72.00	\$ 72.00	\$ 75.60	\$ 75.60	\$ 79.38	\$ 79.38
PUBLICIDAD	\$ 12.00	\$ 12.00	\$ 12.60	\$ 12.60	\$ 13.23	\$ 13.23
SERVICIOS BANCARIOS	\$ 4.00	\$ 4.00	\$ 4.20	\$ 4.20	\$ 4.41	\$ 4.41
VARIOS	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 21.00	\$ 21.00	\$ 22.05	\$ 22.05
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIONES	\$ 3,814.70	\$ 3,720.52	\$ 3,952.49	\$ 4,473.15	\$ 5,270.29	\$ 5,600.63
(-) 15% DE LAS PARTICIPACIONES DE LOS TRABAJADORES	\$ 572.21	\$ 558.08	\$ 592.87	\$ 670.97	\$ 790.54	\$ 840.09
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 3,242.50	\$ 3,162.44	\$ 3,359.62	\$ 3,802.18	\$ 4,479.75	\$ 4,760.53
(-) 25% DEL IMPUESTO A LA RENTA	\$ 810.62	\$ 790.61	\$ 839.91	\$ 950.55	\$ 1,119.94	\$ 1,190.13
(=) UTILIDAD NETA	\$ 2,431.87	\$ 2,371.83	\$ 2,519.72	\$ 2,851.64	\$ 3,359.81	\$ 3,570.40

Fuente: BP CORP

ANEXO # 9

LISTADO DE CLIENTES HISTORICO

LISTADO DE CLIENTES BPCORP	
N°	CLIENTES
1	AGROSERVET
2	ALVAREZ NANCY
3	AUSTRO MINERALS AUSMINERALS CIA. LTDA.
4	AVELLAN SANCHEZ MARIA ALEJANDRA
5	BARROS EULALIA
6	CARRASCO & AVELLAN ASOCIADAS CIA. LTDA.
7	CARRASCO PIEDRA MARIA CONSUELO
8	CHUCHUCA RONALD FERNANDO
9	COMPANIA TRANSITTO CRUZ CIA. LTDA.
10	CORONADO BASIL
11	CORRAL GUSTAVO ROJO
12	ERRAEZ RAMON ANGEL TARQUINO
13	FAJARDO SALINAS SEBASTIAN SANTIAGO
14	GOMEZ TERESA DE JESUS
15	IRENE TIRADO
16	MERCHAN PATRICIA
17	MORA ESTHER ROSA MARIA
18	PONTON MENDIETA DARWIN
19	PAEZ LETICIA DE LA CRUZ
20	PPA AZUAY CIA. LTDA.
21	QUITO COYAGO ARTURO
22	RAUL VERA
23	TENESACA INES
24	TEPAN GUAMAN JULIO
25	TIRADO CARMITA
26	UTRERAS LARRIVA GUILLERMO FELIPE
27	VINTIMILLA ESTEFANIA
28	ZHAGUI GEOVANNY
29	ZHAGUI TENESACA DIANA AZUCENA
30	ZHAGUI ZHININ DIANA ALICIA

Fuente: BP CORP

ANEXO # 10
LISTADO DE CLIENTES ACTUALES

LISTADO ACTUAL DE CLIENTES BPCORP	
N°	CLIENTES
1	AGROSERVET
2	ALVAREZ NANCY
3	ASOCIACION AGROECOLOGICA DE MALGUAY
4	AUSTRO MINERALS AUSMINERALS CIA. LTDA.
5	AVELLAN SANCHEZ MARIA ALEJANDRA
6	BARROS EULALIA
7	CARRASCO & AVELLAN ASOCIADAS CIA. LTDA.
8	CARRASCO PIEDRA MARIA CONSUELO
9	CHUCHUCA RONALD FERNANDO
10	CLINICA PEDIATRICA LOS JARDINES S.A.
11	COMPANIA TRANSITTO CRUZ CIA. LTDA.
12	CORONADO BASIL
13	CORRAL GUSTAVO ROJO
14	ERRAEZ RAMON ANGEL TARQUINO
15	FAJARDO SALINAS SEBASTIAN SANTIAGO
16	GOMEZ TERESA DE JESUS
17	GUSTAVO VERA (LA PAMPA)
18	IRENE TIRADO
19	LUEXCELTRANS CIA. LTDA.
20	MERCHAN PATRICIA
21	MORA ESTHER ROSA MARIA
22	NARANJO LIANA
23	NOTARIA QUINTA DEL CANTON CUENCA
24	PAEZ LETICIA DE LA CRUZ
25	PERALTA YOLANDA
26	PONTON MENDIETA DARWIN
27	PPA AZUAY CIA. LTDA.
28	PRITRANSFER PRIORITY CIA. LTDA.
29	QUITO COYAGO ARTURO
30	RAUL VERA
31	SOLANO PAOLA
32	TENESACA INES
33	TEPAN GUAMAN JULIO
34	TIRADO CARMITA
35	UTRERAS LARRIVA GUILLERMO FELIPE
36	VIDRIERIA EL MILAGRO
37	VINTIMILLA ESTEFANIA
38	ZHAGUI GEOVANNY
39	ZHAGUI TENESACA DIANA AZUCENA
40	ZHAGUI ZHININ DIANA ALICIA

Fuente: BP CORP