



**ESCUELA SUPERIOR
POLITÉCNICA DEL LITORAL**

CENTRO DE EDUCACIÓN CONTINUA

PLAN DE NEGOCIOS

**CENTRO DE ASESORÍA CONTABLE
DE LA ZONA SUR DE MANABÍ**

V PROMOCIÓN

**DIPLOMADO EN
ADMINISTRACIÓN EMPRESARIAL**

**ALUMNA:
CENIA PIN CASTRO**

AÑO 2006



1. RESUMEN EJECUTIVO

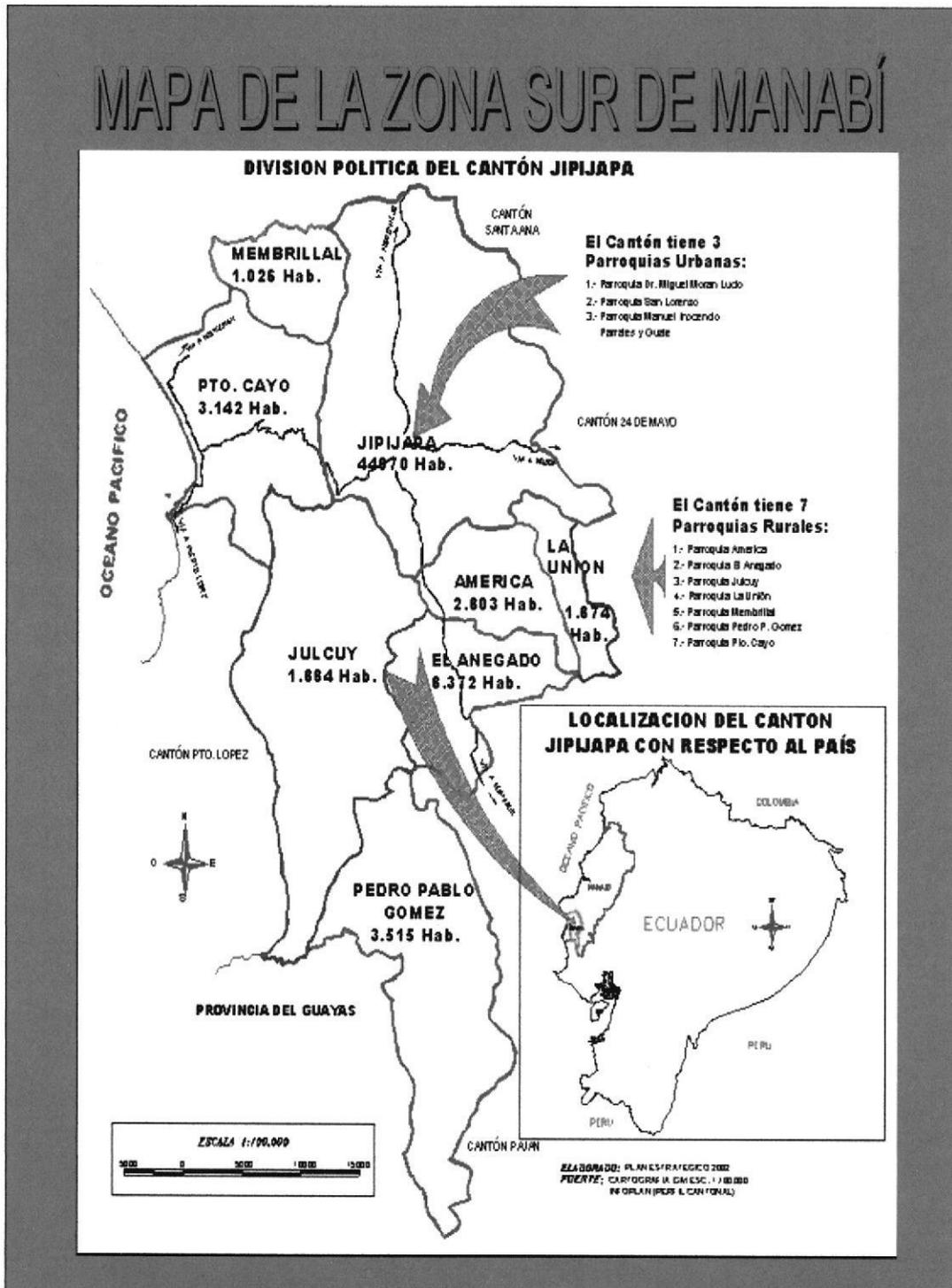
El presente plan de negocios esta enmarcado al diagnostico que se realizo en la zona sur de Manabí. En la zona sur de Manabí existen más de 120 organizaciones campesinas legalmente constituidas, de las cuales el 70% no llevan registros contables, en igual situación se encuentran las Juntas Parroquiales y diferentes negocios de los Cantones de Paján, Jipijapa y Puerto López. De acuerdo a la investigación realizada se logro determinar la importancia que tiene la creación de un centro de asesoría contable, debido a que las personas encargadas de la administración de los recursos no cuentan con una formación académica básica que le permita administrar de manera eficiente los recursos económicos; además de contar con un plan de comunicación ágil y oportuna que permita alcanzar los siguientes objetivos: Generar y fomentar el posicionamiento de los servicios contables para facilitar el desarrollo administrativo de los diferentes organismos. Contribuir al desarrollo de una administración transparente de los negocios mediante programas contables actualizados y de manera oportuna, eficiente y eficaz. Captar el 40% de clientes fijos al año.

Dentro de las estrategias tenemos: Adquirir el equipo necesario, realizar un estudio de las necesidades de los clientes y lograr adquirir programas contables actualizados y de esta manera ofrecer una asesoría contable de calidad. Después de haber cumplido con las metas del plan de negocios en los cinco años y tener una estabilidad, es nuestra visión expandir el centro de servicios contables a otros cantones de la provincia de Manabí, ofreciendo mejor servicio con tecnología de punta y un personal altamente calificado y precios cómodos para los clientes. Del estudio de mercado se desprende que las organizaciones, juntas Parroquiales y Micro-empresas tienen la predisposición recibir asesoramiento en el área contable y tributaria, la inversión a realizar el centro de asesoramiento contable es de \$11930,00, la misma que será financiada por ONG. Siendo la rentabilidad en el escenario normal de 1.47, y el optimista de 1.07 es aconsejable desarrollar el Plan empresarial.

El enfoque de equidad de género esta dirigido a descubrir la importancia de generar una cultura equitativa y participativa para hombres y mujeres, sin negar sus identidades culturales, étnicas, entre otras.

2. DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO

El centro de servicio contable del sur de Manabí está ubicado en el Cantón Jipijapa, provincia de Manabí.





3. ANTECEDENTES.

La necesidad de controlar y obtener información veraz y confiable de las diferentes actividades desplegadas en busca del desarrollo económico y social, así como la intervención de los gobiernos en mantener controles y generar ingresos por medio de los impuestos tributarios para financiar parte del presupuesto de cada año. Ha dado como consecuencia la creación de los sistemas y procedimientos contables, políticas, leyes y reglamentos en lo relacionado al área administrativa, financiera y tributaria de las personas naturales y organizaciones de cualquier tipo que se dediquen a generar alguna actividad económica.

De acuerdo al estudio realizado en la zona de influencia del plan de negocio, se logro determinar que tanto las personas naturales y las organizaciones están ejecutando proyectos financiados por diferentes instituciones, generando de esta manera el desarrollo de las comunidades en actividades como la agricultura y el turismo, pero no cuentan con un personal idóneo en el área, por lo que amerita la creación de una empresa de servicios contables que brinde sus servicios a diferentes organizaciones, juntas parroquiales y negocios de la zona sur de Manabí, y así impulsar el desarrollo en el ámbito rural a través del asesoramiento, capacitaciones en contabilidad para fortalecer el manejo de los recursos económicos otorgados para la ejecución de sus proyectos.

Existen más de ciento veinte organizaciones campesinas, de las cuales alrededor del 70% no llevan registro contable, en la misma situación se encuentran las 53 juntas parroquiales de la provincia de Manabí que por no contar con un asesoramiento en contabilidad ha generado que no cumplan con la información de manera oportuna al Ministerio de Finanzas, lo cual es evidente en los recursos económicos que han sido

Otorgados para la ejecución de proyectos, los cuales en algunos de los casos no han sido administrado de la mejor manera, lo que ha provocado tropiezos en el desarrollo de los mismos.

Entre otros factores que inciden en el fracaso de los proyectos es que las personas que están a cargo no tienen una formación académica. En la actualidad la crisis económica



del país, el desempleo, la competencia entre profesionales luchando por el mismo mercado de consumidores, han acelerado el deterioro de los negocios a cambio de permanecer como jugadores activos.

4. JUSTIFICATIVO.

La situación de las organizaciones, juntas parroquiales y negocios de la zona sur de Manabí es difícil por no haber tenido una persona con conocimientos en el área financiera, que de manera oportuna resolviera los problemas que tienen en los actuales momentos especialmente con el Servicio de Rentas Internas, inconvenientes que afectan las actividades de dichos organismos. Por otra parte en los actuales momentos los organismos que otorgan financiamiento exigen un manejo transparente de los recursos asignados como también un perfil profesional de los prestadores de servicios para asegurar una buena administración y distribución de los fondos asignados. Con este plan de negocios se pretende mejorar la administración de los recursos sean estos propios o no, que tengan de manera oportuna la información financiera, a su vez existe la necesidad de contar con un plan de comunicación ágil que apunte al cumplimiento de los objetivos, por cuanto la comunicación es el eje fundamental para el desarrollo de los pueblos y está vinculada al crecimiento integral del ser humano.

Para el cumplimiento de la propuesta se hace necesario contar con un plan de comunicación, que nos permita difundir nuestra propuesta de acción para promover el desarrollo de las organizaciones.



MISIÓN:

Este plan de negocio ofrece servicios de asesoría contable, para mejorar la calidad administrativa de las pequeñas empresas de la zona sur de Manabí.

LA VISION:

Ser la mejor empresa en brindar servicios contables en la Provincia de Manabí, dentro de los próximos 5 años implementar una estructura organizada bajo los intereses de una administración moderna y participativa.

5. OBJETIVOS:

1. Generar y fomentar el posicionamiento de los servicios contables para facilitar el desarrollo administrativo de los diferentes organismos.
2. Contribuir al desarrollo de una administración transparente de los negocios mediante programas contables actualizados y de manera oportuna, eficiente y eficaz.
3. Captar 60 clientes fijos en el primer año.
4. Generar un ingreso mensual de \$5120,00.

6. ESTRATEGIAS:

1. Realizar un estudio de las necesidades que tiene cada una de estas empresas.
2. Elaborar un plan de capacitación de acuerdo a las necesidades de estas empresas.
3. Adquirir programas contables de acuerdo a cada empresa que se asesorará.
4. Realizar un plan estratégico de publicidad.

PRODUCTO:

Brindar el servicio de asesoramiento contable con calidad y eficiencia logrando cubrir las necesidades de los clientes

MERCADO:

Este asesoramiento está dirigido ha pequeñas y medianas empresas de los sectores productivos, como comunidades y organizaciones campesinas.



7. CICLO DE VIDA DE LA ENTIDAD:

Esta empresa está proyectada a cinco años:

Después de haber cumplido con las metas del plan de negocios en los cinco años y tener una estabilidad es nuestra visión expandir el centro de servicios contables a otros cantones de la provincia de Manabí, ofreciendo mejor servicio con tecnología de punta, un personal altamente calificado y precios cómodos para los clientes.

8. PERFIL DEL EMPRENDEDOR

Considerando que la empresa que se va a crear tiene como objetivo brindar asesoramiento contable a pequeñas, medianas y grandes empresas de la zona sur de Manabí, se ha considerado que, quien se encargue de la dirección tiene que ser un profesional que identifique y realice nuevas alternativas en el ámbito económico, él cual deberá tener el siguiente perfil.

8.1 CONOCIMIENTOS TÉCNICOS / PROFESIONALES.

- Poseer mínimo título de tercer nivel (Lic. en Auditoría).
- Tener conocimientos sólidos en el manejo de sistemas de computación.
- Tener mínimo cinco años de experiencia en el área profesional.
- De preferencia tener título de cuarto nivel.
- Tener conocimientos de técnicas y metodologías de capacitación de adultos (Andragogía).

Conocimiento del negocio.- Conocer todo lo posible del negocio, pero también debe saberse delegar funciones. No se trata de acaparar todo, sino de comprender el funcionamiento de la empresa y los trabajos específicos de todos quienes la conformen.

8.2 -Personales.

Dentro de las características cualitativas y cuantitativas personales que debe poseer el aspirante tenemos.



1. **Liderazgo:** Tener la habilidad para inducir a sus seguidores a trabajar juntos con celo y confianza en tareas fijadas por él.
2. **Perseverancia:** Importante, ya que es una de las característica indispensable para cambiar paradigmas; lo que demuestra una aptitud de un constante esfuerzo para alcanzar las metas.
3. **Iniciativa:** No esperar que le den ordenes y confiar plenamente en si mismo; además tener la voluntad de cooperar ante cualquier situación que se presente..
4. **Flexibilidad:** Tiene que saber que lo único continuo es el cambio; por eso su personalidad debe estar siempre abierta a nueva información de actualidad que le permita amoldar sus objetivos.
5. **La Familia:** si posee o no ya que por lo general los empresarios de éxito cuenta con alguien de su familia que o respalda.
6. **Edad:** No hay una edad clave, pero las estadísticas demuestran que os emprendedores de éxito se encuentran en este rango.
7. **Tomar riesgos moderados.**-Tiene que saber identificar los riesgos y medir las oportunidades. Luego decidir si la meta es real o no. Solo así se podrá tomar decisiones.
8. **Objetividad.**- Un empresario no puede dejarse llevar por sus emociones y debe estar siempre en capacidad de reaccionar ante los problemas de una forma racional

8.3- Sociales.

Dentro de las características cualitativas y cuantitativas Sociales que debe poseer el aspirante tenemos.

1. **Relaciones humanas:** Con la finalidad de congeniar con su interlocutor, tomado en cuenta el marco social en que se desarrolla la empresa.
2. **Capacidad para comunicarse:** Tanto oral como por escrito, no solo con los socios si no también con los empleados y cliente o posibles aliados; tomando en cuenta que de la calidad de expresión depende la interpretación de los objetivos, metas y ordenes.
3. **Salud física, mental y emocional;** No se trata solo de gozar de buena salud, si no de mantenerse en forma y que tengan un ambiente familiar y social que ayuden a relajar los cerebros para la batalla en la oficina.



8.4- Culturales.

Dentro de las características cualitativas y cuantitativas Culturales que debe poseer el aspirante tenemos.

1. **Versatilidad:** Esto demuestra capacidad de cumplir con diversos roles y de cambiar a otro según sea necesario.
2. **Educación:** No se refiere a formación académica, sino de formación como empresario, o sea al espíritu emprendedor que se les inculca.
3. **Responsabilidad:** Ser responsables de los resultados y de los procesos.



9.- EQUIDAD DE GÉNERO

El género como categoría de análisis social y cultural que concierne a hombres y mujeres permite trastocar la concepción y la valoración convencionales que hemos adquirido desde nuestra niñez y reproducido en nuestra cotidianidad, por ejemplo la determinación del modo de ser de hombres y mujeres bajo roles específicos de actuar, dentro del espacio público, y en el ámbito privado.

Es decir los hombres no pertenecen al espacio doméstico, bajo este contexto se establece el modo de actuar y el modo de ser de mujeres y hombres y a ubicar los nuevos referentes culturales que involucran lo femenino y lo masculino dentro del proceso de la vida de los seres humanos, pero particularmente en la gestión para el desarrollo local, sostenible y al mismo tiempo equitativo. Dicha aplicabilidad tiene que ser enfocada como un aspecto central en nuestra práctica cotidiana y en la aplicación del trabajo que realizamos.

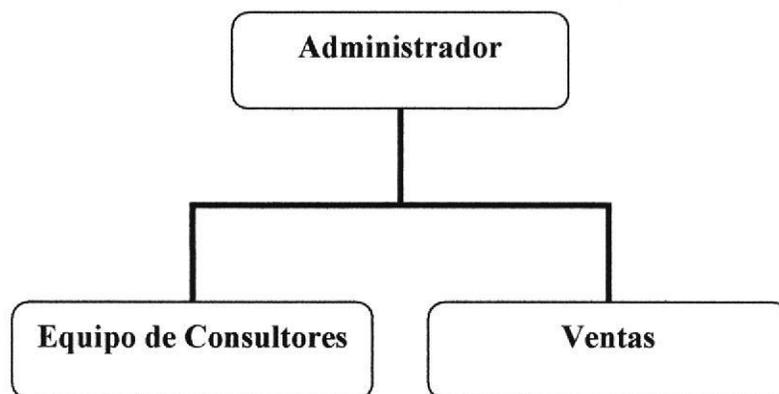
El enfoque de género pretende mejorar la formulación, la ejecución y la evaluación de políticas de desarrollo de las diferentes entidades del sector.

Dentro del plan de negocios se pretende incorporar la igualdad de hombres y mujeres como un proceso que empuje cambios positivos en las relaciones de género.



CENTRO DE ASESORIAS CONTABLES DEL SUR DE MANABI

ORGANIGRAMA





10.1 FUNCIONES DEL ADMINISTRATIVO

- Determinar las funciones.
- Seleccionar el personal idóneo para realizar el trabajo.
- Realizar el proceso de contratación.
- Dirigir los recursos materiales y humanos.
- Realizar la planificación para establecer los objetivos.
- Controlar la medición y corrección de las actividades de los subordinados para asegurar que los resultados se den como se habían planificado.

10.2-FUNCIONES DE LOS CONSULTORES.

- Coordinar actividades de consultoría.
- Mantener el proceso de contable que se aplique en las empresas.
- Seleccionar los programas contables que se aplicaran en las diferentes empresas de acuerdo a sus necesidades.
- Sugerir normas de control que mejoren sus actividades empresariales.

10.3 FUNCIONES DEL DPTO. DE VENTA

- Realizar un estudio de mercado.
- Identificar las necesidades del cliente.
- Obtener una base de datos –precios-clientes-sector.
- Aplicar estrategias de publicidad

11.-POLITICAS DE COMUNICACION

Los recursos y materiales de comunicación serán simples y apropiados a las características de cada participante.



ENFASIS POR ETAPA

Después de haber identificado las necesidades de los clientes, se establecen tres etapas para el plan de comunicación del proyecto, la misma que ayudara a organizar los recursos, medios y productos que se van a utilizar para el logro de los objetivos.

- **PROMOCION**

Las técnicas de promoción se utilizan tanto para motivar, mejorar los resultados como inducir a que compren bienes y servicios.

Los recursos y materiales de comunicación serán simples y apropiados a las características de cada participante.

Los recursos que se utilicen se orientaran a fortalecer la transparencia en todas las acciones de los involucrados.

La promoción dirigida a las empresas abarca una gran variedad de medidas, incluye fortalecer la promoción entre las comunidades para que estas conozcan los beneficios que tendrán un asesoramiento.

- **POSICIONAMIENTO**

Una vez que la empresa consultora tenga los primeros resultados de los asesoramientos realizados a las diferentes organizaciones, será necesario difundirlos dentro de las organizaciones para que estas se apropien de estos conocimientos y queden fortalecidas para que continúen por ellas mismas bajo la tutela de la directiva de turno.

- **MANTENIMIENTO**

En el transcurso de ejecución del proyecto es necesario dar a conocer sobre el desarrollo y resultados alcanzados para que las organizaciones o empresas mantengan su compromiso y contribuyan a su sostenibilidad. Es necesario ampliar la difusión hacia otras zonas de la provincia y del país, para que se consolide la imagen de una propuesta seria de la empresa de servicios contable.



RECURSOS

Luego del análisis de las necesidades de información y de los énfasis que se debe tener en cada etapa de la estrategia de comunicación, se establecen los recursos, medios y productos que se emplearán para responder a estas necesidades. A continuación se presentan las principales características de estos.

- Diseño de la imagen del proyecto
- Afiches
- Resumen del reglamento interno
- Cuñas comerciales

Recursos Humanos:

- Equipo Técnico
- Líderes de las organizaciones ubicadas en zona de trabajo.
- Organizaciones y Empresas en la zona.

Recursos Materiales

- Papelería, fotocopios.
- CD-programas contables
- Material Informático

Recursos Financieros

- Financiamiento para el Equipamiento Básico
- Financiamiento para publicidad radial y prensa
- Financiamiento para la adquisición de programas contables



12.-ANÁLISIS DE MERCADO

ANÁLISIS DEL SECTOR

El Centro de Asesoría Contable, por su naturaleza, tiene como segmento a las organizaciones campesinas, comerciantes del cantón Jipijapa, y las juntas parroquiales de la Provincia de Manabí.

Las Organizaciones Campesinas en los actuales momentos mantienen relación directa con entidades que están financiando diferentes proyectos productivos, los cuales para asegurar el buen manejo de sus recursos se ven en la necesidad de capacitar a los dirigentes en el área administrativa y contable. A su vez estas entidades destinan un rubro para el pago de un contador comunitario quien debe tener un trato directo con los beneficiarios del proyecto.

Los comerciantes del cantón, tienen un alto nivel de desconocimiento de las herramientas básicas de la contabilidad y de sus obligaciones tributarias, por otra parte no existe una empresa que se dedique a la prestación exclusiva de los servicios de capacitación y asesoramiento contable financiero y tributario. A pesar de la cultura en estos aspectos es muy escasa, considerando que la mayoría de los comerciantes se han formado por experiencias de negocios familiares, a si mismo las Juntas Parroquiales que hasta el año pasado recibían una asignación presupuestaria muy baja, la cual era distribuida en un gran porcentaje en gastos corrientes, en la actualidad están recibiendo \$ 24.000,00, asignación que debe ser distribuida de manera que puedan dejar una partida presupuestaria para inversión del acuerdo al plan operativo anual de cada una de las Juntas Parroquiales.

Razón por la cual el Ministerio de Economía y Finanzas viene realizando capacitaciones a los secretarios tesoreros en Contabilidad Gubernamental, ocasionándoles un problema por no tener ellos conocimientos básicos de contabilidad dificultándose el aprendizaje para los secretarios tesoreros que prefieren contratar contadores y de esta manera cumplir con los reportes mensuales que exige el Ministerio de Economía y Finanzas.



Es importante destacar que en el sector de las organizaciones campesinas existen bajos ingresos económicos, pero con el fortalecimiento brindado por PROLOCAL y el complemento con los proyectos productivos, están logrando fortalecer sus ingresos, los que con una adecuada administración permitirán darles una sociedad mas justa. En el segmento de los comerciantes si tienen un rendimiento financiero que les permite capacitarse y mantener un asesoramiento de tal forma que sus empresas se conviertan más productivas y establezcan políticas y estrategias encaminadas al logro del éxito y el cumplimiento de sus obligaciones para con el estado.

DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Problema de investigación de mercado.- Identificar los segmentos de mercados que nos permitan brindar servicios de asesoría contable en forma oportuna, eficiente y personalizada.

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación se la realizará mediante entrevista directa a las Juntas Parroquiales, mediante encuestas a las Asociaciones y dueños de negocios, lo que nos permitió obtener información primaria.

Nuestro universo de investigación son los comerciantes, dirigentes campesinos y presidentes de Juntas Parroquiales de los cantones de Jipijapa, Paján y Puerto López.

TABULACIÓN DE DATOS

Se visitó a las 13 de juntas parroquiales de la zona sur de Manabí de lo que se obtuvo los siguientes resultados:

1.- De las entrevistas que se realizaron, se logro determinar que el grado de conocimiento de los secretarios y tesoreros en contabilidad es insipiente.



VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alto	0	0
Medio	2	15.38
Bajo	11	84.62
Total	13	100

Como se puede observar el nivel de conocimiento en las áreas contables es bajo en un 84.62%, mientras que el 15.38% mantiene un nivel medio.

2.-De las encuestas realizadas a las **120 asociaciones** de los tres cantones se logro determinar los siguientes resultados:

Cantón Jipijapa 55 asociaciones.

1.- Que nivel de conocimiento mantiene Usted sobre las obligaciones contables y tributarias que debe de cumplir como contribuyente.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alto	0	0
Medio	12	21.82
Bajo	43	78.18
Total	55	100

Cantón Paján 40 asociaciones.

1.- Que nivel de conocimiento mantiene Usted sobre las obligaciones contables y tributarias que debe de cumplir como contribuyente.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alto	0	0
Medio	7	17.5
Bajo	33	82.5
Total	40	100



Cantón Puerto López 25 asociaciones

1.- Que nivel de conocimiento mantiene Usted sobre las obligaciones contables y tributarias que debe de cumplir como contribuyente.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alto	0	0
Medio	5	20.00
Bajo	20	80.00
Total	25	100

Como se puede observar el nivel de conocimiento en las áreas contables en las asociaciones por cantones es muy bajo.

3.- De las encuestas realizadas a 50 **comerciantes** de los cantones de la zona sur de Manabí se logro determinar los siguientes resultados:

1.- Que nivel de conocimiento mantiene Usted sobre las obligaciones contables y tributarias que debe de cumplir como contribuyente.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alto	0	0
Medio	19	38.00
Bajo	31	62.00
Total	50	100

De los resultados obtenidos de la encuesta realizada a los comerciantes de los tres cantones en estudio de la zona sur de Manabí se logro determinar que un 38% se mantiene en un nivel medio y el 62% en nivel bajo es decir no conoce de contabilidad por no tener una formación académica de nivel superior.



13.-ANÁLISIS DEL PRODUCTO

El Centro de Capacitación Contable, brindará los siguientes servicios:

- Costos bajos
- Se entregan materiales de trabajo
- Programas del SRI
- Servicios de contabilidad
- Asesoría personalizada en organizaciones sociales y en las pequeñas y medianas empresa.

Los servicios que brindará la empresa de servicios contable tendrán como usuarios a las organizaciones campesinas, la pequeña y mediana empresa del cantón Jipijapa y las juntas parroquiales lo que permitirá que mantengan correctos resultados de la situación financiera y una buena cultura tributaria.

La empresa de asesoramiento contables en el sector que ha previsto brindar sus servicios tiene como competidores a los profesionales que brindan servicios en estas áreas, pero mantienen una marcada diferencia debido a que los profesionales solo brindan sus servicios para el cumplimiento de las tareas pero en sus oficinas de trabajo, mientras que nuestra empresa se dedicará a generar y fomentar el posicionamiento de los servicios contables para facilitar el desarrollo administrativo de los diferentes organismos.

Las ventajas de nuestros servicios son las siguientes:

- Atención esmerada
- Actualización permanente
- Legislación en medios magnéticos
- Información en línea
- Asesorías personalizadas
- Financiamientos directos
- Costos accesibles



Para brindar nuestros servicios contaremos con profesionales actualizados permanentemente, equipos de alta tecnología, programas contables y tributarios actualizados, material de apoyo y una logística social y humana, para llegar a satisfacer las necesidades prioritarias y que no tengan que incumplir las normas y reglamentos establecidos.

14.-ANÁLISIS DEL LOS CLIENTES.

Los futuros clientes, son las Organizaciones Campesinas, Juntas Parroquiales, y los empresarios de las micro, pequeñas y medianas empresas.

Nuestros clientes son consumidores del servicio y están ubicado tanto en el sector rural como en el urbano del cantón Jipijapa, en el sector rural en las trece parroquias como Pedro Pablo Gómez, La América, Julcuy, El Anegado, Membrillal, Puerto Cayo y la Unión del Cantón Jipijapa; Cascol, Campozano, Guale y Lascano del Cantón Paján; Salango y Machalilla del Cantón Puerto López, estas ultimas se dedican más a la actividad pesquera como fuente principal de ingreso, también a la agricultura y en los últimos años al Turismo.

De los diálogos que se mantuvieron durante las entrevistas y las encuestas se pudieron apreciar opiniones como las siguientes:

- a. Esto hace mucha falta a nuestro pueblo.
- b. Ya era hora de que alguien se preocupe por hacer accesible la capacitación en temas de mucha importancia como la contabilidad y el SRI.
- c. Es digno de felicitar esta idea de formar una empresa que nos ayude a no cometer errores en el desarrollo de nuestras actividades.

15.-PROYECCIÓN DE INGRESOS MENSUAL POR ASESORIAS

Después de analizar el resultado de las encuestas realizadas a los diferentes sectores productivos se determino la cantidad de clientes que esperamos captar durante el primer año y el costo por cada asesoría.



CANTIDAD	CLIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	INGRESO primer Año
8	ASESORIAS JUNTAS PARROQUIALES	\$60.00	\$480.00	\$5760.00
20	ASESORIAS ASOCIACIONES	\$60.00	\$1200.00	\$14400.00
26	ASESORIAS MICRO-EMPRESAS	\$1560.00	\$2080.00	\$18720.00
TOTAL/MENSUAL			\$3760.00	\$38880.00

16.- LA COMPETENCIA.

Del estudio realizado se pudo establecer que en los cantones de Paján, Puerto López y Jipijapa no cuentan con un centro de asesoría contable, pero si contadores de los cantones: Jipijapa, Manta y Portoviejo que ofrecen sus servicios profesionales a diferentes instituciones de los cantones antes mencionados y que no brindan todos los servicios que requieren nuestros clientes, por otra parte sus costos son elevados. Nuestros servicios tendrán costos accesibles al mercado y se ofrecerá un constante seguimiento de los programas contables lo que atraerá la clientela y lograr cumplir con los objetivos propuestos.

17.-ESTRATEGIAS DE VENTAS.

Para iniciar nuestras actividades contaremos con los pequeños y medianos negocios, las organizaciones que se encuentran con el apoyo de Prolocal y las 13 juntas parroquiales de los cantones: Jipijapa, Paján y Puerto López, teniendo siempre nuestra mirada a satisfacer la demanda de las organizaciones campesinas y juntas parroquiales como un pilar fundamental para nuestra empresa.



ESTRATEGIAS DE PRECIO.

Nuestra empresa ha visto necesario ofrecer costos accesibles a los clientes y ofreciendo facilidades de pagos tanto para las organizaciones, Juntas Parroquiales y las empresas que requieran de nuestros servicios.

TÁCTICAS DE VENTAS.

Para iniciar nuestras actividades contaremos con 8 Juntas Parroquiales, 30 Asociaciones Campesinas y 26 negocios de los cantones, teniendo siempre la mirada a satisfacer las demandas de los clientes, el crecimiento de las ventas y la valoración puede ser las estrategias más importantes esto es mantener la participación en el mercado, para obtener un mejor precio.

18.-ANÁLISIS DE LA DEMANDA DEL PRODUCTO.

En nuestro análisis de la demanda del servicio de asesoría contable, las Juntas Parroquiales, Asociaciones y Micro-empresas de los tres cantones en estudio de la zona sur de Manabí requieren de asesorías contables para mejorar la administración y distribución de los recursos, convirtiéndose en los principales demandantes de este servicio.

19.-ESTRATEGIAS PROMOCIONAL.

Para la promoción de nuestros servicios realizaremos campañas publicitarias de puerta a puerta manteniendo entrevistas con los posibles clientes a quienes les entregaremos trípticos. Por otra parte estaremos realizando publicidad radial y prensa escrita permanente.

PLANES DE CONTINGENCIA.

Si en el desarrollo de nuestras labores no se están cumpliendo nuestras estrategias y por ende nuestras expectativas no están cumpliéndose, se prevé cambiar nuestra miradas hacia otros campos o temas de interés del sector productivo.



20.-ANÁLISIS TÉCNICO.

1.-Tamaño.

El Centro de Servicios Contables de la Zona Sur de Manabí, tiene como objetivo Generar y fomentar el posicionamiento de los servicios contables para facilitar el desarrollo administrativo de los diferentes organismos de los Cantones de Jipijapa, Paján y Puerto López.

2.- Localización.

La empresa de servicios contables estará ubicada en el Cantón Jipijapa, Parroquia Manuel Inocencio Párrales Y Guales.

3.- Criterios de Localización

Entre las múltiples posibilidades de acción que se puede ofrecer para tratar de contribuir a mejorar la administración de los recursos de las Juntas Parroquiales, Asociaciones y negocios en general se analizará dar asesorías de manera permanente y lograr fortalecer sus conocimientos para contribuir al desarrollo de las comunidades.

Es por esto que al plantearse el desafío de mejorar la administración es esencial a partir de la ubicación del concepto integral dentro del contexto de los diversos sectores económicos.

El desarrollo administrativo integral, bien concebido dentro de un ambiente puede contribuir de manera eficaz a dar soluciones a los problemas económicos de los sectores rurales o urbanos, resumidos en los siguientes aspectos:

- Fortalecimiento administrativo de las organizaciones.
- Contribuir al desarrollo económico de los pueblos.
- Aumento de los ingresos en las micro-empresas.

4.- Características del Producto.

Se proyecta vender un servicio de calidad y con tecnología de punta en los cantones de Jipijapa, Paján y Puerto López.



21.- ANALISIS FINANCIERO

PLAN DE NEGOCIOS

CENTRO DE ASESORIAS CONTABLES DEL SUR DE MANABI

CEDULA DE INGRESOS

ORDEN	DESCRIPCION	CANTIDAD	V/UNITARIO	V/MENSUAL	V/ANUAL
O1	ASESORIAS PERSONALIZADAS	54	60	5120.00	61440.00
TOTAL				5120.00	61440.00



PLAN DE NEGOCIOS

CENTRO DE ASESORIAS CONTABLES DEL SUR DE MANABI

DETALLE			VALOR
CAPITAL DE TRABAJO	CANTIDAD	UNITARIO	TOTAL
COSTOS			
CONSULTORES	3	250.00	750.00
SERVICIOS TECNICOS	GLOBAL	30	30
MATERIALES			
MATERIAL DE TRABAJO	100	1.00	100.00
MATERIAL DE APOYO	60	0.6	60
REFRIGERIOS	60	1	60
COSTOS INDIRECTOS			
SUMINISTROS	GLOBAL	50	50
MOVILIZACION	GLOBAL	60	60
OTROS MATERIALES	GLOBAL	50	50
TOTAL COSTOS DE PRODUCCION			1160
GASTOS DE VENTAS			
PUBLICIDAD RADIAL	1	70	70
PUBLICIDAD EN PRENSA ESCRITA	1	50	50
TRIPTICOS	200	0.2	40
SUBTOTAL			160
GASTOS ADMINISTRATIVOS			
REMUNERACIONES	3		1075
SERVICIOS BASICOS	GLOBAL		120
MOVILIZACION	GLOBAL		120
ARRIENDOS	GLOBAL		100
SUMINISTROS DE OFICINA	GLOBAL		50
		SUBTOTAL	1465.
	TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		2785



PLAN DE NEGOCIOS

CENTRO DE ASESORIAS CONTABLES DEL SUR DE MANABI

ESTUDIO ECONOMICO

DESCRIPCION	DEPREC. %	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
INVERSION FIJA				
EQUIPOS				
COMPURADORAS	33.33%	3	950.00	2850.00
PROYECTOR	33.33%	2	1200	2400
IMPRESORAS	33.33%	1	200	200
EQUIPO DE TELEFAX	33.33%	1	150	150
MUEBLES Y ENSERES				
SILLAS	10%	10	30	300
ESCRITORIOS	10%	3	300	900
ARCHIVADORES	10%	2	300	600
SILLAS TIPO SECRETARIA	10%	3	80	240
PIZARRA ACRILICA	10%	1	80	80
PANTALLA DE PROYECCION	10%	1	150	150
INTANGIBLE				
SERVICIOS TELEFONICO		1	135	135
GASTOS PREOPERATIVOS				
TRAMITES LEGALES			500	500
ESTUDIO DE MERCADO			400	400
GASTOS POR CONTRATACIÓN PERSONAL		3	80	240
TOTAL				9145



PLAN DE NEGOCIOS

CENTRO DE ASESORIAS CONTABLES DEL SUR DE MANABI

CEDULA DE DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS CON SALVAMENTO

DESCRIPCION	CANTIDAD	C.UNITARIO	C.PARCIAL	DEP. ANUAL	DEP. ACUMULADA	V/DE SALVA.
EQUIPOS						
COMPURADORAS	3	950.00	2850.00	855	2565	285.00
PROYECTOR	2	1200	2400	720	2160	240.00
IMPRESORAS	1	200	200	60	180	20.00
EQUIPO DE TELEFAX	1	150	150	13.5	40.5	109.50
MUEBLES Y ENSERES						
SILLAS	10	30	300	27	135	165.00
ESCRITORIOS	3	300	900	81	405	495.00
ARCHIVADORES	2	300	600	54	270	330.00
SILLAS TIPO SECRETARIA	3	80	240	21.6	108	132.00



PIZARRA						
ACRILICA	1	80	80	7.2	36	44.00
PANTALLA DE PROYECCION	1	150	150	13.5	67.5	82.50
TOTAL			7870	1852.8	5967	1903



Condiciones Normales FLUJO NORMAL TASA DE INFLACION EL 4%

Rubros	Años					
	0	1	2	3	4	5
Inversiones fijas						
Equipos	-5,600.00					
Muebles y enseres	-2,270.00					
Intangibles	-135.00					
Capital de Trabajo	-2,785.00					
Gastos preoperativos	-1,140.00					
Ingresos por ventas		38,880.00	40,435.20	42,052.61	43,734.71	45,484.09
Costos variables		13,920.00	14,476.80	15,055.87	15,658.10	16,284.42
Gastos administrativos		17,579.94	18,283.14	19,014.47	19,775.05	20,566.05
Gastos de venta		1,920.00	1,996.80	1,869.00	1,943.76	2,021.51
Depreciación Equipo		1,635.00	1,635.00	1,635.00	1,635.00	1,635.00
Depreciación Muebles		194.00	194.00	194.00	194.00	194.00
Amortización Gastos Preoperativos		228.00	228.00	228.00	228.00	228.00
Utilidad Operativa		3,403.06	3,621.46	4,056.27	4,300.80	4,555.11
Reparto de utilidad		510.46	543.22	608.44	645.12	683.27
Utilidad antes de impuestos		2,892.60	3,078.24	3,447.83	3,655.68	3,871.84
impuestos 25%		723.15	769.56	861.96	913.92	967.96
Utilidad neta		2,169.45	2,308.68	2,585.87	2,741.76	2,903.88
Readición de depreciación		1,852.80	1,852.80	1,852.80	1,852.80	1,852.80
Flujo Efectivo Operativo		4,022.25	4,161.48	4,438.67	4,594.56	4,756.68
Recuperación del capital de trabajo						3,030.37



**CONDICIONES
NORMALES :**

año 1-5

**Flujo optimista CON EL 10% Y UNA TASA DE
INFLACION DEL :**

4%

Rubros	Años					
	0	1	2	3	4	5
Inversiones fijas						
Equipos	-7,700.00					
Muebles y enseres	-2,570.00					
Intangibles	-135.00					
Capital de Trabajo	-2,119.37					
Gastos preoperativos	-1,140.00					
Ingresos por ventas		42,768.00	44,478.72	46,257.87	48,108.18	50,032.51
Costos variables		15,312.00	15,924.48	16,561.46	17,223.92	17,912.88
Gastos administrativos		19337.93	20,111.45	20,915.91	21,752.55	22,622.65
Gastos de venta		2,112.00	2,196.48	2,284.34	2,375.71	2,470.74
Depreciación Equipo		1,635.00	1,635.00	1,635.00	1,635.00	1,635.00
Depreciación Muebles		194.00	194.00	194.00	194.00	194.00
Amortización Gastos Preoperativos		228.00	228.00	228.00	228.00	228.00
Utilidad Operativa		3,949.07	4,189.31	4,439.16	4,699.00	4,969.24
Reparto de utilidad		592.36	628.40	665.87	704.85	745.39
Utilidad antes de impuestos		3,356.71	3,560.91	3,773.29	3,994.15	4,223.85
impuestos 25%		839.18	890.23	943.32	998.54	1,055.96
Utilidad neta		2,517.53	2,670.69	2,829.96	2,995.61	3,167.89
Readición de depreciación		1,852.80	1,852.80	1,852.80	1,852.80	1,852.80
Flujo Efectivo Operativo		4,370.33	4,523.49	4,682.76	4,848.41	5,020.69



Recuperación del capital de trabajo						3,030.37
Valor de salvamento						1,903.00
Flujo neto efectivo	-13,664.37	4,370.33	4,523.49	4,682.76	4,848.41	9,954.06

TASA INTERNA DE RETORNO **0.26** **= 26%**
VALOR ACTUAL NETO (14%) **\$ 4,255.38**
TASA DE INVERSION **0.14**

COMPROBACION TIR	-13,664.37	4,370.33	4,523.49	4,682.76	4,848.41	9,954.06
	-13,664.37		= 28,379.05			

COMPROBACION VAN		4,370.33	4,523.49	4,682.76	4,848.41	9,954.06
	-13,664.37	3,833.62	3,480.67	3,160.73	2,870.65	5,169.83
		= 4,851.14				

INDICE DE RENTABILIDAD IR =	VA ingresos / VA egresos					
	VA ingresos=	4,370.33	4,523.49	4,682.76	4,848.41	9,954.06
	18,515.51	3,833.62	3,480.67	3,160.73	2,870.65	5,169.83
	VA egresos=	13,664.37				
	IR = 18,515.51	/ 13,664.37				
	IR = 1.36					



Flujo optimista CON EL 20% Y UNA TASA DE INFLACION DEL : 4%

Rubros	Años					
	0	1	2	3	4	5
Inversiones fijas						
Equipos	-7,700.00					
Muebles y enseres	-2,570.00					
Intangibles	-135.00					
Capital de Trabajo	-2,119.37					
Gastos preoperativos	-1,140.00					
Ingresos por ventas		34,992.00	36,391.68	37,847.35	39,361.24	40,935.69
Costos variables		12,528.00	13,030.72	13,551.95	14,094.03	14,657.79
Gastos administrativos		15821.94	16,454.82	17,113.01	17,797.53	18,509.83
Gastos de venta		1,728.00	1,797.12	1,869.00	1,943.76	2,021.51
Depreciación Equipo		2,278.50	2,278.50	2,278.50	2,278.50	1,648.50
Depreciación Muebles		231.30	231.30	231.30	231.30	231.30
Amortización Gastos Preoperativos		228.00	228.00	228.00	228.00	228.00
Utilidad Operativa		2,176.26	2,371.22	2,575.59	2,788.12	3,638.76
Reparto de utilidad		326.44	355.68	386.34	418.22	545.81
Utilidad antes de impuestos		1,849.82	2,015.54	2,189.25	2,369.90	3,092.95
impuestos 25%		462.46	503.88	547.31	592.48	773.24
Utilidad neta		1,387.37	1,511.65	1,641.94	1,777.43	2,319.71
Readición de depreciación		1,852.80	1,852.80	1,852.80	1,852.80	1,852.80
Flujo Efectivo Operativo		3,240.17	3,364.45	3,494.74	3,630.23	4,172.51
Recuperación del capital de trabajo						3,030.37
Valor de salvamento						1,903.00
Flujo neto efectivo	-13,664.37	3,240.17	3,364.45	3,494.74	3,630.23	9,105.88



**TASA INTERNA DE
RETORNO
VALOR ACTUAL NETO
(14%)
TASA DE INVERSION**

0.17 = 17%
\$ 880.93
0.14

COMPROBACION TIR	-13,664.37	2,779.98	2,476.64	2,207.18	1,967.12	4,233.45
	-13,664.37	=	13,664.37			

COMPROBACION VAN		3,240.17	3,364.45	3,494.74	3,630.23	9,105.88
	-13,664.37	2,842.25	2,588.84	2,358.85	2,149.39	4,729.31
	=	1,004.26				

INDICE DE RENTABILIDAD IR =						
	VA ingresos / VA egresos					
VA ingresos=		3,240.17	3,364.45	3,494.74	3,630.23	9,105.88
14,668.63		2,842.25	2,588.84	2,358.85	2,149.39	4,729.31
VA egresos=	13,664.37					
IR =	14,668.63	/	13,664.37			
IR =	1.07					



22.-CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

Conclusión:

La tasa interna de retorno de la Empresa de Servicios Contables en condiciones normales es 29% lo cual indica que es una empresa muy promisoría para invertir.

El Valor actual neto sobre la tasa del 14% de costo de oportunidad de otros negocios similares es de \$4867.94 lo que nos indica que es un negocio con moderado.

El índice de rentabilidad es de $1,47 > 1$; lo cual indica de que es una empresa de riesgo moderado y alto rendimiento

Recomendación:

Procurar obtener el mejor precio posible en el mercado para asegurar el nivel de ingresos por ventas.

Es necesario asegurar el incremento de la producción según lo planificado para asegurar el crecimiento de la empresa