

BLUEFIELDS INDIAN AND CARIBBEAN UNIVERSITY
BICU



Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
FACEA

Escuela de Contaduría Pública y Finanzas

Carrera de Contaduría Pública y Finanzas

Monografía

Para optar al título de Licenciatura en Contaduría Pública y Finanzas

Estudio de prefactibilidad para la creación de una firma de contadores en la
ciudad de Bluefields en el primer semestre del 2019

Autores:

Br. Wilmer José Fajardo Martínez

Br. Keyling Jubelky Barrios Vidaurre

Tutor: Msc. Manuel Antonio Zapata Taleno

Bluefields Región Autónoma Costa Caribe Sur, Nicaragua

Agosto, 2019

La educación es la mejor opción para el desarrollo de los pueblos

ÍNDICE

RESUMEN	1
I. INTRODUCCIÓN	5
1.1. ANTECEDENTES	6
1.2. JUSTIFICACIÓN	8
1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	9
II. OBJETIVOS	10
III. MARCO TEÓRICO	11
6.1. Marco Conceptual.....	11
6.2. Marco Referencial.....	13
6.2.1. Firma de contadores públicos.....	13
6.2.2. Servicios prestados por las firmas de contadores	14
6.2.3. Estructura organizativa de la firma de contadores públicos.....	16
6.2.4. Análisis de pre factibilidad.	17
6.2.5. Oferta de servicios	19
6.2.6. Demanda de servicios.	21
6.2.7. Pre factibilidad financiera	22
6.2.8. Análisis de mercado.....	23
IV. PREGUNTAS DIRECTRICES	26
V. DISEÑO METODOLÓGICO	27
5.1. Área de estudio.....	27
5.2. Tipo de estudio	27
5.3. Enfoque de la investigación.....	27
5.4. Población.....	27
5.5. Tamaño de la Muestra.....	27
5.6. Tipo de Muestra y Muestreo	29
5.7. Técnicas e instrumentos de la investigación	29
5.8. Fuentes de información	29
5.9. Variables	29
5.10. Procesamiento de la información.....	29
VI. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	30
6.1. Mercado potencial de los servicios de una firma de contadores.....	30

6.2. Tipos de servicios y rangos de precios	41
6.3. Aceptación de la creación de una firma de contadores	49
VII. CONCLUSIONES	53
VIII. RECOMENDACIONES	54
IX. REFERENCIAS.....	55
X. ANEXOS.....	57
Anexo No. 12.1. Guía de encuesta.....	57
Anexo No.12.2. Tabla Estadística para el nivel de confianza	61
Anexo No.12.3. Tabla de clasificación de la MIPYMES en Nicaragua.....	62

RESUMEN

En la ciudad de Bluefields hay muchas micros pequeñas y medianas empresas, que necesitan servicios relacionados con aspectos contables, administrativos y financieros. La mayoría de estas micros, pequeñas y medianas empresas desconocen la forma como pueden llevar un control de las actividades administrativas, financieras y contables. Los dueños de algunos de estos negocios expresaron que no existe una empresa donde se oferte asesoría administrativa, financiera y contable para las personas que tienen un negocio, para los que desean mejorar su negocio o para los que quieren iniciar uno.

El problema consiste en la falta de una firma de contadores que brinde servicios de asesoría administrativa, financiera, contable y tributaria, así como servicios de elaboración de estados financieros, sistemas contables, presupuestos, registros de ingresos y egresos, administración de cuentas por cobrar y control de inventarios, y saber si ésta es factible.

Entre los principales resultados los encuestados expresaron la importancia de que exista una empresa que brinde servicios administrativos, financieros y contables a las empresas de la ciudad de Bluefields. Los dueños de negocios indicaron que están dispuestos a pagar por los servicios de asesoría que brinde esta firma, para lograr una administración financiera sólida que les permita desarrollar la empresa, ser competitivos e incrementar las utilidades.

Se concluye que existe un mercado potencial de los servicios de una firma de contadores en la ciudad de Bluefields, con una demanda de servicios administrativos, financieros y contables por el 95% de los dueños de micro pequeñas y medianas empresas quienes además comentaron que la creación de este tipo de empresas es muy importante. El 91% de los dueños de empresas encuestados indicaron que contratarían los servicios de asesoría financiera y contable.

El nivel de demanda de los servicios de una firma de contadores es de asesoría en aspectos tributarios, financieros y contables, dónde el 89% de los dueños de empresas están dispuestos a pagar por los servicios que brindará esta organización desde C\$2,000.00 a más de C\$6,001.00 córdobas por asesorías.

Se les recomienda a los profesionales de Contaduría Pública y Finanzas retomar este estudio para gestionar los recursos que les permita crear la firma de contadores para

brindar los servicios administrativos financieros y contables. Hacer conferencias y documentos con información sobre la importancia de realizar la contabilidad y elaborar estados financieros con información real que les permita tomar decisiones para mejorar la rentabilidad y competitividad a los dueños de negocios.

A los dueños de micro pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Bluefields se les recomienda valorar la importancia del uso de los servicios de esta empresa para que obtengan la asesoría necesaria que les permita crecer como empresas y ser competitivos.

ABSTRAC

In the city of Bluefields there are many small and medium-sized micros that need services related to accounting, administrative and financial aspects. Most of these micro, small and medium enterprises are unaware of how they can keep track of administrative, financial and accounting activities. The owners of some of these businesses expressed that there is no company where administrative, financial and accounting advice is offered for people who have a business, for those who want to improve their business or for those who want to start one.

The problem consists in the lack of an accounting firm that provides administrative, financial, accounting and tax advisory services, as well as services for the preparation of financial statements, accounting systems, budgets, income and expenses records, accounts receivable administration and inventory control, and know if this is feasible.

Among the main results, respondents expressed the importance of a company that provides administrative, financial and accounting services to companies in the city of Bluefields. The business owners indicated that they are willing to pay for the advisory services provided by this firm, to achieve a solid financial administration that allows them to develop the company, be competitive and increase profits.

It is concluded that there is a potential market for the services of a firm of accountants in the city of Bluefields, with a demand for administrative, financial and accounting services by 95% of the owners of micro small and medium enterprises who also commented that the creation Accountant signature is very important. 91% of the owners of companies surveyed indicated that they would hire the accounting and financial advisory services from the accounting firm.

The level of demand for the services of an accountant firm is advisory in tax, financial and accounting aspects, where 89% of business owners are willing to pay for the services that the firm of accountants will provide from C \$ 2,000.00 or more of C \$ 6,001.00 córdobas for advice.

Public Accounting and Finance professionals are recommended to resume this study to manage the resources that allow them to create the accounting firm to provide financial and accounting administrative services. Hold conferences and documents with information on the importance of keeping accounting and preparing financial statements

with real information that allows them to make decisions to improve profitability and competitiveness for business owners.

The owners of micro small and medium enterprises in the city of Bluefields are recommended to assess the importance of using the services of the firm of accountants so that they obtain the necessary advice that allows them to grow as companies and be competitive.

I. INTRODUCCIÓN

En este trabajo se realizó un estudio de pre factibilidad de la creación de una firma de contadores en la ciudad de Bluefields en el primer semestre del año 2018, que brinde servicios de asesoría y trabajos de contabilidad, finanzas, auditoria, administrativos y tributarios.

Esta investigación fue descriptiva, con un enfoque mixto, cualitativo y cuantitativo, porque se analizaron variables cualitativas relacionadas con las características de los servicios y con variables cuantitativas como ingresos, costos y precios de los servicios.

Se tomó como población a 253 personas responsables de negocios registrados en la Dirección Tributaria de la Alcaldía Municipal de Bluefields, que forman parte de las micros pequeñas y medianas empresas. La muestra fue de 65 personas responsables de negocios, el muestreo es probabilístico, aleatorio simple y se aplicaron encuestas como instrumentos para recopilar información.

La investigación se realizó para conocer el mercado potencial que tiene la firma de contadores en la ciudad de Bluefields, así como los tipos de servicios que requieren las micros, pequeñas y medianas empresas, relacionados con aspectos administrativos, financieros, contables, tributarios y de auditoria.

Se analizó el nivel de pre factibilidad de esta firma, determinando la cantidad de demanda aproximada de servicios de asesoría y trabajos en calidad de servicios profesionales. Además, se determinó la proyección del crecimiento del negocio y mantenimiento de los servicios por un periodo mayor a un año, así como la inversión requerida para el funcionamiento de la firma.

La información obtenida de este estudio será útil para poder tomar la decisión de gestionar la creación de la firma de contadores, así como para conocer la valoración que le dan los dueños de micros pequeñas y medianas empresas a los servicios administrativos financieros, contables y tributarios para el crecimiento y desarrollo de sus negocios.

1.1. ANTECEDENTES

En la ciudad de Bluefields existen aproximadamente 253 negocios clasificados entre micros, pequeñas y medianas empresas, según la Dirección de Tributación de la Alcaldía Municipal de Bluefields. Estos negocios siguen creciendo a medida que se extiende la zona urbana de la ciudad de Bluefields en el área de la carretera Bluefields Nueva Guinea. (Dirección de Tributación, Alcaldía de Bluefields, 2018).

Según entrevista previa a los dueños de micro pequeñas y medianas empresas indicaron que la mayoría de estos negocios no tienen un lugar donde recurrir para obtener asesoría sobre administración de las operaciones de producción o comerciales de sus negocios, procesos contables, financieros, tributarios mucho menos de control interno y de auditoría.

Se buscó estudios relacionados a este tema a nivel local, regional y nacional tomando como antecedentes el siguiente estudio a nivel local. Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa multiservicios funerarios en la ciudad de Bluefields, en el primer semestre del año 2017, elaborado por Milagros del Socorro Mungrío López y Leticia Yovelsky Bravo Jarquín. El propósito de esta investigación era determinar si era rentable crear un nuevo negocio que ofreciera los servicios funerarios y a los ciudadanos de la Ciudad de Bluefields, Nicaragua.

La investigación fue descriptiva con un enfoque mixto, cualitativo y cuantitativo y de corte transversal. La población fue de 867 familias que tienen una actividad económica activa por lo que se seleccionaron a 80 personas representantes de familias de los diferentes barrios seleccionados, el cual se consideró a 10 personas por barrio que representa el 9.22% de la población.

Entre los principales resultados se obtuvo que la oferta de servicios funerarios que actualmente existen en la ciudad de Bluefields, es poco debido a que solamente existen 4 funerarias que ofertan los mismos servicios de venta de ataúd, alquiler de sillas y accesorios básicos para velación. Estos servicios son considerados por la población como buenos y los costos se consideran aceptables por la mayoría de la población. Sin embargo no existe una oferta de otros servicios fúnebres complementarios como sala de velación, capilla para servicios religiosos, carro fúnebre y elaboración de bóvedas. Se obtuvo que la factibilidad económica de una empresa multiservicios funerarios en la

ciudad de Bluefields es posible debido a que la población está dispuesta a adquirir diferentes tipos de servicios fúnebres.

Se concluye que la demanda existente por la población es de servicios fúnebres complementarios, como sala de velación, capilla para servicios religiosos, carro fúnebre y elaboración de bóvedas. Estos servicios pueden ser ofrecidos por una empresa de multiservicios funerarios y la cantidad de cliente que estarían interesados en adquirir dichos servicios corresponde al 74% de los entrevistados y que además consideran necesario la creación de una nueva funeraria que ofrezca variedades de servicio y cumpla con las exigencias de sus clientes.

La creación de la Empresa de Servicios Múltiples es factible porque el VAN es de C\$1,074,400.00 siendo este positivo, porque indica que es factible realizar la inversión. La TIR es del 27% siendo mayor que la tasa de interés que es del 15% indicando que la rentabilidad es factible y el punto de equilibrio tanto en valores monetarios como porcentual indican que el proyecto genera ingresos superiores al punto de equilibrio y además que el 49.07% de los ingresos son utilidades. La rentabilidad calculada es por un periodo de seis años.

Recomendaron establecer criterios claros y estándares definidos que garanticen la calidad de los servicios funerarios, de manera que el cliente pueda verificar el cumplimiento de los términos según el contrato. Los servicios que oferten deben ser de alta calidad, estableciendo las condiciones de pago de cada servicio o paquete de servicio brindado. Se deben crear políticas de aplicación de la garantía, por cada servicio según el tipo de materiales utilizados y las condiciones del servicio prestado.

El estudio presentado como antecedentes tiene relación con este tema de investigación porque en ambos estudios tratan de identificar la rentabilidad y aceptación de parte de la población de la creación de una empresa que brinda servicios funerarios. Tienen el mismo enfoque, porque son investigaciones mixtas de carácter descriptivas y tienen relación con los alcances que son la identificación de las características de los servicios que deben brindar y los resultados que es determinar la factibilidad y la demanda de estos negocios con características similares.

1.2. JUSTIFICACIÓN

El presente estudio de pre factibilidad de la creación de una firma de contadores en la ciudad de Bluefields, es importante para determinar la oferta actual de servicios contables financieros y tributarios en la ciudad de Bluefields y determinar la demanda que tienen los dueños de micros pequeñas y medianas empresas sobre estos servicios.

Se realizó este estudio para conocer las posibilidades de crear una firma de contadores en la ciudad de Bluefields que cubra las necesidades de servicios de asesoría administrativa, financiera, contable y tributaria, además de realizar trabajos de contabilidad, elaboración y certificación de estados financieros, declaraciones fiscales y auditorias.

Los beneficiarios directos de esta investigación serán los propietarios de las micros, pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Bluefields que se dedican a la producción y venta de bienes y servicios, porque tendrán información administrativa, financiera y contable con un alto nivel de confiabilidad para la toma de decisiones.

Los beneficiarios indirectos serán los terceros, usuarios de la información financiera, administrativa y contable de estos negocios porque tendrán información con el nivel de calidad requerido para realizar diferentes tipos de transacciones con los dueños de las micros, pequeñas y medianas empresas.

También será de utilidad esta información para cualquier persona o grupo de personas que deseen conocer el nivel de pre factibilidad antes de iniciar un negocio porque les servirá de guía para analizar el comportamiento de mercado y financiero de la futura empresa.

Esta investigación fue factible porque se cuenta con los recursos económicos, y conocimientos para desarrollarlo. También porque se tuvo el tiempo y acceso a las fuentes primarias para recopilar la información necesaria, con el fin de poder determinar la pre factibilidad de esta firma de contadores.

1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La ciudad de Bluefields está ubicada en la Región Autónoma de la Costa Caribe Sur de Nicaragua, tiene muchas micros pequeñas y medianas empresas, así como diferentes instituciones que necesitan de diferentes servicios relacionados con aspectos contables, administrativos y financieros, según expresaron en entrevista aplicada los dueños de este negocio, para identificar el problema.

La mayoría de estas micros, pequeñas y medianas empresas desconocen la forma como pueden llevar un control de las actividades administrativas, financiera y contables. Los controles que llevan son para elaborar informes con propósito de pagar impuestos a la Dirección General de Ingresos, pero no tienen información de propósito general que les sirva para tomar decisiones relacionadas con el negocio.

Por lo tanto, el problema consiste en la falta de una firma de contadores que brinde servicios de asesoría administrativa, financiera, contable y tributaria, así como servicios de elaboración de estados financieros, sistemas contables, presupuestos, registros de ingresos y egresos, administración de cuentas por cobrar y control de inventarios, a los dueños de micros pequeñas y medianas empresas. Esta asesoría es importante debido a que los gestores tributarios de la Dirección General de Ingresos no realizan este tipo de asesoría, no prestan servicios de elaboración de estados financieros ni la forma de llevar diversos controles. Solamente les orientan que registros deben llevar como negocios, de allí surge la necesidad de una organización que brinde los servicios antes mencionados.

Esta investigación pretende dar un aporte a la solución del problema planteado por los dueños de negocios haciendo un estudio de pre factibilidad financiera y de mercado para la creación de una firma de contadores que brinde servicios de asesoría administrativa, financiera, contable y tributaria, así como la elaboración de estados financieros, sistemas contables, presupuestos, declaraciones fiscales, auditorías y control de cuentas por cobrar e inventarios a las micros, pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Bluefields.

Por las razones antes descritas se plantea la siguiente pregunta de investigación:

¿Cómo realizar un estudio de pre factibilidad para la creación de una firma de contadores en la ciudad de Bluefields en el primer semestre del año 2019?

II. OBJETIVOS

Objetivo General

Analizar la prefactibilidad de la creación de una firma de contadores en la ciudad de Bluefields en el primer semestre del año 2019.

Objetivos Específicos

1. Identificar el mercado potencial de los servicios de una firma de contadores.
2. Determinar los tipos de servicios y rango de precio que estarían dispuestos a pagar los dueños de las micros, pequeñas y medianas empresas.
3. Valorar la aceptación de la creación de una firma de contadores.

III. MARCO TEÓRICO

6.1. Marco Conceptual

Prefactibilidad.

Estudio de prefactibilidad consiste en una breve investigación sobre el marco de factores que afectan al proyecto, así como de los aspectos financieros y de mercado. Asimismo, se deben investigar las diferentes técnicas de producir el bien o servicio bajo estudio y las posibilidades de adaptarlas a la región. Además, se debe analizar la disponibilidad de los principales insumos que requiere el proyecto y realizar un sondeo de mercado que refleje en forma aproximada las posibilidades del nuevo producto, en lo concerniente a su aceptación por parte de los futuros consumidores o usuarios y su forma de distribución. (Baca Urbina, 2016).

Pre factibilidad Financiera.

Pre factibilidad financiera es una evaluación previa que demuestra si es posible invertir en el negocio, mostrando evidencias de que se ha planeado cuidadosamente, contemplado los problemas que involucra y mantenerlo en funcionamiento. Identifica y mide cuáles son las posibilidades reales que tiene un proyecto de estar a flote y de generar, desde la perspectiva financiera o utilidades. (Baca Urbina, 2016).

Pre factibilidad de mercado

El estudio de pre factibilidad de mercado, básicamente consiste en un análisis en un determinado territorio de diferentes variables tales como nivel de ingresos, género, edad de los clientes, costumbres de consumo, necesidades y preferencias para lograr este fin, se recurre a la elaboración de encuestas, entrevistas, observación de hábitos de consumo, competencia y necesidades. (Gitman, 2016).

Firma de contadores.

Las firmas contables son las responsables de brindar asesoría tributaria, contable y financiera a las personas y a las empresas. En el campo contable, se compite mucho por los clientes. Al igual que cualquier otro negocio, una firma contable debe promocionarse entre sus clientes actuales y potenciales. (Tineo, 2014).

Mercado potencial.

Un mercado potencial es una oportunidad de negocio latente. Se le llama mercado potencial a aquel público que no consume tu producto, pero que tienen o pueden llegar a tener la necesidad de consumirlo. (Rosendo Ríos, 2018).

Mercado potencial de ventas.

Potencial de mercado y de ventas: el potencial de mercado es el volumen de ventas totales que todas las empresas que venden un producto durante determinado periodo, pueden esperar vender en determinado mercado bajo condiciones ideales. (et, al.).

Oferta de servicios.

La oferta de servicios es todo acto o función que una parte puede ofrecer a un mercado o población con calidad y ciertas características siendo es esencialmente intangible y no da como resultado ninguna propiedad. Su producción puede o no vincularse a un producto físico. (Macia, 2018).

Oferta.

Se define como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a diferentes precios y condiciones, también puede ser la cantidad de productos y servicios disponibles para ser consumidos. (Rodríguez Ardura y Ammetller, 2018).

Demanda.

La demanda de mercado se define como la cantidad total de compras de un bien o servicio que pueden ser realizadas por un determinado grupo demográfico, según diversos factores como edad, género, nivel de estudios y preferencias. También incluye el total de ventas realizadas en una zona geográfica concreta. Es una de las formas más importantes utilizadas por las empresas para decidir qué productos vender y cómo hacerlo, influyendo directamente en las estrategias de marketing. (Kotler, Gary, 2018).

6.2. Marco Referencial

6.2.1. Firma de contadores públicos.

Actualmente las firmas están siendo afectadas por la situación política y económica del país, por la globalización, por un proceso de cambio y competitividad; que obliga a elevar sus índices de productividad, lograr mayor eficiencia y brindar un servicio de calidad. (Tineo, 2014).

Los contadores públicos están capacitados para realizar una serie de informes y servicios, pero para su realización deben seguir ciertos lineamientos que están expresados en las Declaraciones sobre normas y procedimientos de auditoría, Declaración de principios de contabilidad, Servicios especiales prestados por contadores públicos independientes y el análisis y certificación de cualquier tipo de estado financiero y registros contables. (et, al.).

Las firmas de contadores públicos son sociedades civiles y mercantiles integradas por profesionales del área contable o jurídica, que se rigen por las disposiciones legales de cada país, la Ley del Ejercicio de la Contaduría y su Reglamento, el Código de Ética Profesional de la Contaduría Pública y por las normas y estipulaciones establecidas en el documento de constitución de las mismas, cuyo propósito es prestar servicios que se encuentren enmarcados dentro del ejercicio de la profesión. (et, al.).

El objetivo fundamental de una firma de contadores públicos es el de prestar un servicio de asesoría constructiva y de protección a la organización que requiera de sus servicios para que, alcance sus metas y objetivos con la mayor eficiencia, economicidad y eficacia, proporcionando en forma oportuna la información, análisis y evaluación, comentarios y recomendaciones pertinentes sobre las operaciones que examina en forma posterior. (Comisión de Apoyo a la Práctica Profesional Independiente, 2015).

Para el cumplimiento del objetivo fundamental de una firma de contadores estos tendrán los deberes que se mencionan a continuación: Practicar auditorías o estudios especiales de auditoría en cualquier unidad administrativa u operativa de la empresa u organización, en el momento que se considere oportuno con base en su plan de auditoría. (et, al.).

Comunicar por escrito los resultados de cada auditoría o estudio especial que se lleva a cabo, por medio de memorando e informes con comentarios, conclusiones o recomendaciones como medio de brindar la asesoría pertinente para mejorar la eficiencia y eficacia en el sistema de control interno y en la gestión financiera administrativa.

Preparar un plan de auditoría que contemple las auditorías o estudios especiales que se llevarán a cabo en un periodo determinado. Evaluar en forma regular el sistema de control interno en relación con los aspectos contables, financieros y administrativos, con el fin de determinar su cumplimiento, suficiencia y validez. Verificar que los bienes patrimoniales se encuentren debidamente controlados y contabilizados. (et, al.).

Cualquier contador público podrá establecer una firma u organización profesional, asociándose con otro u otros contadores públicos, la cual podrá dedicarse al ejercicio de actividades propias de esta profesión, de conformidad con esta ley. La asociación así constituida, deberá contener los nombres de los socios y tendrá carácter civil, pero en todo caso la responsabilidad por sus actuaciones siempre estará a cargo de los asociados, quienes necesariamente deberán estar inscritos en el Colegio Profesional de Contadores Públicos donde esté domiciliada la firma o empresa. (et, al.).

6.2.2. Servicios prestados por las firmas de contadores

El servicio de Contabilidad es considerado uno de los campos de mayor actuación de las pequeñas firmas, ya que existen gran cantidad de empresas de mediana capacidad administrativa, que no tienen suficientes recursos económicos, para mantener en su nómina personal en el área contable, por lo que recurren a las firmas para que se encarguen del aspecto contable del negocio. (Comisión de Apoyo a la Práctica Profesional Independiente, 2015).

El objetivo fundamental del servicio de contabilidad es producir información financiera, que permitan analizar la situación económica y financiera de la entidad, para la toma de decisiones, de acuerdo a la naturaleza y tamaño de la empresa.

Dentro de las actividades más resaltantes de este servicio se encuentran: formular el código de cuentas, procesamiento de la contabilidad mediante los programas de computación, emisión de reportes mensuales computarizados, formulación de los estados financieros y demás información contable, interpretación y análisis de estados

financieros, actualización de los libros legales, servicios especiales de contabilidad (conciliaciones bancarias, depuración y análisis de cuentas, entre otros), asesoría en materia de re expresión de estados financieros por efectos de la inflación certificación de ingresos, elaboración de flujos de cajas proyectados. (et, al.).

Por otra parte, se pueden realizar auditorías distintas a la de estados financieros, las cuales se refieren al cumplimiento de acuerdos, convenios o requisitos reglamentarios relacionados con la información financiera. Dentro de las actividades más resaltantes en el servicio de auditoría externa, se encuentran: revisión de los estados financieros, revisiones especiales, evaluación de cumplimiento de convenios o requisitos reglamentarios, examen del control interno contable y administrativo, planificación y ejecución de tomas físicas de inventarios y/o propiedad, planta y equipo y, cualquier otro servicio, en aras de determinar la razonabilidad de los estados financieros. (et, al.).

Auditoría Interna. Este servicio, nace como una necesidad que tienen las empresas de tener una evaluación independiente de sus actividades por personal de la empresa. Sin embargo, dado los costos que implica para muchas empresas mantener este personal dentro de su organización, se han visto en la necesidad de requerir este servicio a las firmas de contadores públicos. Este servicio se realiza para ayudar a los miembros de una organización en el cumplimiento efectivo de sus responsabilidades, proporcionando: análisis, evaluaciones, asesorías y recomendaciones, que promuevan la eficiencia financiera y operacional de la empresa. Dentro de las actividades más resaltantes se tiene: evaluación del área financiera, del área de costos y del área operativa, auditoria de sistemas de información o gestión de riesgos informáticos. (Tineo, 2014).

Otros servicios que se pueden brindar son servicios de Auditoria Operacional, auditoría fiscal, y la Asesoría Fiscal que tiene como fin brindar a los clientes el aprovechamiento de las bondades tributarias al máximo, sin exponer a las organizaciones a contingencias por el incumplimiento de las obligaciones fiscales.

Dentro de los servicios más resaltantes se encuentran: revisión o preparación de las declaraciones de rentas: impuesto sobre la renta, los Activos Empresariales, Impuestos Municipales, entre otros deberes formales; revisión y control de las retenciones del Impuesto sobre la Renta y preparación de la declaración anual así como la revisión del cumplimiento de las obligaciones de los agentes de retención y contribuyentes al

impuesto del valor agregado (IVA); asistencia en procesos de fiscalización y revisión de la situación fiscal para los años no prescritos; asesoramiento en el cumplimiento de las disposiciones establecidas en las diferentes leyes de orden tributario. (et, al.).

6.2.3. Estructura organizativa de la firma de contadores públicos

El modelo organizativo que prevalece en las firmas de contadores públicos es el funcional donde la estructura organizativa está bajo la administración y dirección de la asamblea de socios. De acuerdo del tamaño y servicios que presta la firma se establecen divisiones o departamentos por área de servicio, los más comunes son: contabilidad, auditoria, tributaria sistema de información y asesoría en general, como toda organización tiene su asesor legal. (Tineo, 2014).

Los socios son responsables de la dirección de las firmas. El socio de la firma deberá reunir ciertas características técnicas y profesionales, de proyección y personales entre otras, para poder ejercer un liderazgo, que le permita proyectar la firma y la profesión que representa. Además el socio por ética deberá tener experiencia profesional, que garantice el cumplimiento de las normas de actuación profesional, ser innovador, constructivo y atento a las necesidades de sus clientes, tener capacidad para tomar decisiones y alternativas de solución y poder de convicción ya que es el representante ante sus clientes. (Comisión de Apoyo a la Práctica Profesional Independiente, 2015).

El gerente es la continuación del servicio de un socio, por lo tanto, un gerente, debe actuar como socio y actuar como tal, debe tener la capacidad de reconocer y llevar acabo aquellos factores que ayuden al desarrollo de la firma. Técnicamente debe ser experto en el área que desarrolla y tener conocimientos sólidos en otras áreas. Dentro de sus actividades principales están la de: preparar y presentar las propuestas de servicios, sugerir planes de trabajo, mantener contacto con los clientes mediante visitas, selección del personal requerido entre otras. (et, al.).

El Supervisor es aquel que propone la planificación de los trabajos asignados y coordina el trabajo de campo con el personal a su cargo, realiza visitas frecuentes a los clientes y mantiene estricto contacto con los mismos, ya que el también interviene en la preparación y participación de las propuestas.

Encargado del trabajo está encargado de la ejecución de los trabajos, siguiendo las indicaciones del supervisor o el gerente, coordina e instruye en el trabajo de campo a los asistentes a su cargo. Realiza esta función simultáneamente en varios clientes, trabaja estrechamente con los representantes del cliente. (et, al.).

Los Asistentes deben tener conocimientos sólidos en el área en que este trabajando, sin olvidar aspectos básicos de otras funciones, ejecutar secciones completas de un trabajo, manejar el presupuesto de la sección que le ha sido asignada, mantener comunicación oportuna con el encargado del trabajo y supervisor, para informar cualquier duda o dificultad presentada en la ejecución del trabajo. (et, al.).

El Personal Administrativo, incluye al personal que realiza trabajos de administración interna mensajería, recepcionistas, secretarias, entre otras. Se puede decir que el mayor porcentaje de personal se encuentra en las categorías de socio, asistentes y personal administrativo; teniendo el mayor promedio de antigüedad de años la categoría de socio y gerente, sobre quienes recae la responsabilidad directa de los servicios que presta la firma.

También, es importante resaltar que todas estas categorías no aplican a todas las firmas, esto depende del tamaño de la misma, a medida que sean más pequeñas, las categorías de más alto nivel van absorbiendo las funciones que deben ejercer las categorías de más bajo nivel, por lo que en muchas firmas el socio cumplirá con las funciones asignadas para cada una de las categorías anteriormente descritas. (et, al.).

6.2.4. Análisis de pre factibilidad.

Los análisis de pre factibilidad miden la capacidad de generación de futuras utilidades por parte de la empresa según las condiciones analizadas. Tienen por objetivo apreciar el resultado neto que se obtendrá a partir de ciertas decisiones y políticas en la administración de los fondos de la empresa. Evalúan los resultados económicos de la actividad empresarial.

Se puede definir la pre factibilidad de una empresa como su capacidad de producir un beneficio en un futuro cercano. La pre factibilidad de una empresa, se puede evaluar comparando el resultado final y el valor de los medios utilizados para llegar al mismo.

En la pre factibilidad como en la factibilidad se pueden distinguir la pre factibilidad financiera y económica, en las cuales dos conceptos serán de vital importancia: la eficiencia y la eficacia. (García Padilla, 2015).

Los indicadores de pre factibilidad expresan el rendimiento de la empresa en relación con sus ventas, activos o capital. Relacionan directamente la capacidad de generar fondos en operaciones de corto plazo y mediano plazo.

La pre factibilidad financiera mide la rentabilidad del capital propio. Interesa generalmente a los accionistas y está determinada después de impuestos. La pre factibilidad financiera varía en función del nivel de endeudamiento de la empresa. Las formas de mejorar esta rentabilidad pueden venir por el aumento de los ingresos de explotación de la empresa o por la modificación de la estructura de su financiamiento y el aumento de la proporción de préstamos de su inversión, aumentar su ratio de deuda. (Gitman, 2016).

Es importante conocer estas cifras puesto que con un buen análisis financiero la empresa podrá entender cuál es su situación financiera, cuáles son sus debilidades y fortalezas y qué evoluciones han tenido las rentabilidades de la empresa a lo largo del tiempo.

Contar con un adecuado análisis de pre factibilidad completo de su futura empresa, permitirá que la toma de decisiones financieras, operacionales, comerciales y estratégicas tengan un menor riesgo de error al momento de invertir. También permite tener una visión y entendimiento más amplio para redirigir los recursos y activos a las zonas o áreas de mayor rentabilidad. Además, se podrá analizar y ver cómo se pueden mejorar las áreas o actividades que no son rentables o las que tienen la rentabilidad más baja al momento de tomar la decisión de invertir en la futura empresa. (García Padilla, 2015).

El retorno sobre la inversión es uno de los ratios de rentabilidad más utilizados y que significa Conocer el retorno sobre la inversión nos sirve para saber cómo se está gestionando la empresa y para conocer la eficiencia de una empresa a la hora de utilizar su activo para generar beneficios. (Gitman, 2016).

Al contrario que el retorno sobre la inversión no se basa únicamente en las inversiones o en los activos, sino en el patrimonio neto. Entendemos como patrimonio neto la

diferencia entre los activos y las deudas. Por lo tanto, la diferencia principal entre ambos ratios de rentabilidad es que el retorno sobre la inversión no tiene en cuenta las deudas de la empresa, mientras que el retorno sobre el patrimonio sí lo hace. (Gitman, 2016).

6.2.5. Oferta de servicios

Las estrategias de marketing son únicas, en alguna forma, porque son específicas para una organización determinada no hay que dejar de reconocer que existen algunas diferencias entre las estrategias aplicadas a los servicios. Algunos aspectos exclusivos de los servicios que orientan la formulación de la estrategia de marketing de servicios son:

- a. La naturaleza predominantemente intangible de un servicio puede dificultar más la selección de ofertas competitivas entre los consumidores.
- b. Cuando el productor del servicio es inseparable del servicio mismo, éste puede localizar el servicio y ofrecer al consumidor una opción más restringida.

El carácter perecedero de los servicios impide el almacenamiento del propio producto y también puede agregar riesgo e incertidumbre al marketing del servicio.

Los elementos básicos que conforman una estrategia de marketing son los relacionados con la segmentación, el posicionamiento y la combinación de marketing, marketing mix o mezcla comercial. (Armstrong y Kotler, 2017).

Las etapas de segmentación y posicionamiento de la estrategia de marketing son básicamente las mismas tanto para los bienes como para los servicios. Donde sí se presentan las diferencias es en los elementos que conforman la mezcla de marketing.

Resulta útil tener presente que, a efectos de segmentar y definir el mercado meta de la empresa de servicios, el mercado está compuesta por tres grandes tipos o grupos de usuarios, cada uno de los cuales puede ser escogido como el mercado al que la empresa podría dirigir privilegiadamente sus esfuerzos, y luego, definir al interior de este grupo, aquellas que satisfacen determinadas características o cargos demográficos, psicográficos, geográficos y/o de beneficio buscado.

Estos tres grupos son: Personas naturales, las personas jurídicas u organizaciones y los hogares. Subsecuentemente puede definir más específicamente qué tipo de hogares,

personas y organizaciones, de manera de conceptualizar más claramente la oferta de servicios a ofrecer para las necesidades del grupo y subgrupo definido. (Armstrong y Kotler, 2017).

Posicionar correctamente un servicio en el mercado consiste en hacerlo más deseable, compatible, aceptable y relevante para el segmento meta, diferenciándolo del ofrecido por la competencia; es decir, ofrecer un servicio que sea efectivamente percibido como único por los clientes.

Un servicio, al estar bien posicionado, hace que el segmento lo identifique perfectamente con una serie de deseos y necesidades en su propia escala de valores, haciendo que el grado de lealtad del mismo sea mayor y más fuerte respecto a los ofrecidos por los competidores.

En el posicionamiento consiste en determinar el lugar en el que actualmente se encuentre el servicio de acuerdo a las preferencias o gustos de los consumidores, en comparación con los servicios de la competencia.

Para realizar este análisis es importante determinar variables relacionadas con el servicio mismo, variables atribuibles a la empresa y, finalmente, variables atribuibles al medio ambiente, ellas reciben el nombre de atributos, debiéndose también determinar aquellos que son relevantes para el segmento meta. Posteriormente se seleccionan los competidores más directos y con esta información como base, se debe efectuar un estudio a la muestra de interés, de manera de obtener una clara visión de cómo es percibido y como está posicionado el servicio en la mente de los clientes y en relación a la competencia. (Matías Batallas, 2018).

El servicio como producto y la comprensión de las dimensiones de las cuales está compuesto es fundamental para el éxito de cualquier organización de marketing de servicios. Como ocurre con los bienes, los clientes exigen beneficios y satisfacciones de los productos de servicios. Los servicios se compran y se usan por los beneficios que ofrecen, por las necesidades que satisfacen y no por sí solos.

El servicio visto como producto requiere tener en cuenta la gama de servicios ofrecidos, la calidad de los mismos y el nivel al que se entrega. También se necesitará prestar atención a aspectos como el empleo de marcas, garantías y servicios post-venta. La combinación de los productos de servicio de esos elementos puede variar

considerablemente de acuerdo al tipo de servicios prestado. (Rodríguez Ardura y Ammetller, 2018).

6.2.6. Demanda de servicios.

Hay una serie de factores determinantes de las cantidades que los consumidores desean adquirir de cada bien por unidad de tiempo, tales como las preferencias, la renta o ingresos en ese período, los precios de los demás bienes y, sobre todo, el precio del propio bien en cuestión. Si consideramos constantes todos los valores salvo el precio del servicio se puede hacer referencia a la tabla de demanda del bien o servicio por un consumidor determinado cuando consideramos la relación que existe entre la cantidad demandada y el precio de ese bien. (De la Torre Collao, 2018).

La demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes, además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido.

En lo relacionado a la capacidad de pago, es decir, que el individuo, empresa u organización tiene los medios necesarios para realizar la adquisición, a un precio dado que es la expresión de valor por lo general en términos monetarios que tienen los bienes y servicios, el sitio o lugar establecido, es el espacio, físico o virtual (como el Internet) en el que los compradores están dispuestos a realizar la adquisición. (et, al.).

Las demandas son deseos de un producto específico, en función de una capacidad de acción determinada. Es decir que los deseos se transforman en demanda cuando existe capacidad adquisitiva, por lo que las empresas deben medir cuantas personas desean sus productos, aunque es más importante que conozcan cuántos pueden adquirirlo potencialmente. (Kotler y Armstrong, 2018).

El Punto de partida para evaluar un proyecto o negocio debe ser la identificación de la demanda y de los posibles beneficios. La comprensión de estos factores es clave porque éstos determinan si la inversión en verdad se justifica ya sea porque las personas quieran comprar el producto en el caso de proyectos destinados a la generación de ingresos, o debido a que la inversión contribuye a mejorar la calidad de vida, en el caso

de proyectos sociales, medioambientales y de apoyo. (Rodríguez Ardura y Ammetller, 2018).

El nivel de la demanda define la magnitud de la inversión y por consiguiente, el volumen de producción y los costos operativos, así como otras características como tecnología, ingredientes, estacionalidad y clientes. El método para estimar la demanda variará según el producto o servicio ofrecido. (Valls Martínez, 2014).

Siempre y cuando las condiciones no varíen ingresos de los consumidores, gustos, precios de los bienes complementarios y sustitutos, distribución del ingreso, tamaño de la población y la cantidad que se demande de un bien en el mercado, varía en razón inversa de sus precios. (Kotler y Armstrong, 2018).

6.2.7. Pre factibilidad financiera

La pre factibilidad financiera mide la rentabilidad potencial de los capitales invertidos y sólo se determina antes de impuestos. La pre factibilidad es lo que nos indica desde el punto de vista económico si es rentable la empresa en el futuro. La pre factibilidad financiera de un negocio varía con el nivel de actividad, una mejor gestión de inventario, reducción de plazos de pago de clientes o un permiso de renovación del capital mejora la rentabilidad. (Echevarría, 2016).

Cuando la rentabilidad económica es más alta que la tasa de interés que cobran los bancos (préstamos), este endeudamiento permite aumentar la rentabilidad financiera. Esto significa que es más ventajoso para la empresa financiar una parte de su inversión con préstamos en lugar de recurrir a las aportaciones de los accionistas (patrimonio). Esto se conoce como apalancamiento de la deuda. (García Padilla, 2015).

La pre factibilidad debe mostrar que el negocio es factible económicamente, lo que significa que la inversión que se está realizando es justificada por la ganancia que se generará. Para ello es necesario trabajar con un esquema que contemple los costos y las ventas. (Baca Urbina, 2016).

Debe presentarse la estructura de los costos contemplando costos fijos y variables. En este punto el precio del producto o servicio es fundamental, ya que determina el volumen de ventas, por lo que debe explicarse brevemente cómo se ha definido éste.

Debe mostrarse también estimaciones de ventas (unidades y en dinero) para un periodo de al menos 1 año, justificando cómo se han calculado. (Valls Martínez, 2014).

Los estudios de pre factibilidad financiera incluyen análisis de costos y beneficios asociados con cada alternativa de productos o servicios. Con análisis de costos/beneficio, todos los costos y beneficios de adquirir y operar cada sistema alternativo se identifican y se hace una comparación de ellos. (Pacheco Coello, 2016).

Es necesario comparar los costos esperados de cada alternativa con los beneficios esperados para asegurarse que los beneficios excedan a los costos. Después la proporción costo/beneficio de cada alternativa se compara con las proporcionan costo/beneficio de las otras alternativas para identificar la alternativa que sea más atractiva en su aspecto económico. Una tercera comparación, por lo general implícita, se relaciona con las formas en que la organización podría gastar su dinero de modo que no fuera en un proyecto de sistemas, para la inversión privada en especial. (Pacheco Coello, 2016).

6.2.8. Análisis de mercado

Es fundamental analizar las tendencias del sector donde se desenvuelve la empresa, porque permite reflejar el comportamiento del mercado y evaluar las principales variables generales, que pueden incidir en forma negativa o positiva, esto permite visualizar lo atractivo o no de un sector, las fuentes más comunes de información sobre el particular, están en los periódicos especializados, Cámaras de Comercio e Industria, Oficinas Gubernamentales, Bancos, Universidades, Consultores especializados, Internet, programas de radio y TV, etc. Los aspectos más importantes a tener en cuenta cuando se analiza un sector, entre otros son:

- a. Tendencia de la industria.
- b. Tendencia de la moda.
- c. Información sobre la competencia que actúa en el sector.
- d. Información sobre los clientes de la industria.
- e. Análisis del ciclo de vida del sector.
- f. Cambios en las preferencias del consumidor.

- g. Información sobre los productos y servicios que se comercializan.
- h. Análisis y evaluación de nuevos productos o servicios.
- i. Tendencias de consumo (productos ligth, ecología, medio ambiente).
- j. Análisis sobre la fijación de precios.
- k. Pautas de publicidad y promoción de los productos o servicios.
- l. Visualizar segmentos de mercado disponibles. (Kotler y Armstrong, 2018).

La identificación de las necesidades del cliente, así como sus preferencias, le permitirá adaptar las estrategias y tácticas que detallará en su plan de marketing. Esto le ayudará a:

- a. Atraer a más clientes
- b. Establecer el mejor precio para sus productos
- c. Crear el mensaje de marketing adecuado
- d. Aumentar la cantidad que satisface la demanda de sus clientes
- e. Elevar la frecuencia de visitas de sus clientes
- f. Aumentar sus ventas
- g. Disminuir costos
- h. Afinar su enfoque del servicio al cliente. (Armstrong y Kotler, Philip, 2017).

La cuestión fundamental para hacer posible un negocio son los consumidores, muchos empresarios insisten en que la experiencia puede ser aplicable a cualquier situación y no se dan cuenta que su empresa no está sufriendo una recesión pasajera sino que puede estar quedando fuera del mercado, nos guste o no el mercado está experimentando modificaciones dramáticas. (Rosendo Ríos, 2018).

Entender e interpretar correctamente los deseos de los consumidores implica investigar lo que piensan de nuestros productos y de los competidores, escuchar sugerencias para que mejoremos, estudiar las actitudes que tienen hacia nuestra comunicación de marketing, lo que sienten sobre sus roles en la familia, cuáles son sus sueños y fantasías respecto de sí mismos, de sus familias y de la sociedad. (Matías Batallas, 2018).

El éxito de una empresa depende fundamentalmente de la demanda de sus clientes, ellos son los protagonistas principales y el factor más importante que interviene en el juego de los negocios, si la empresa no satisface las necesidades y deseos de sus clientes

tendrá una existencia muy corta, todos los esfuerzos deben estar orientados hacia el cliente, porque él, es el verdadero impulsor de todas las actividades de la empresa, de nada sirve que el producto o el servicio sea de buena calidad, a precio competitivo o esté bien presentado, si no existen compradores. (Artal Castells, 2017).

IV. PREGUNTAS DIRECTRICES

- 7.1. ¿Cuál es el mercado potencial de los servicios de una firma de contadores?
- 7.2. ¿Cuáles son los tipos de servicios y rango de precio que estarían dispuestos a pagar los dueños de las micros, pequeñas y medianas empresas?
- 7.3. ¿Cuál es la aceptación de la creación de una firma de contadores?

V. DISEÑO METODOLÓGICO

5.1. Área de estudio

El estudio de pre factibilidad para la creación de una firma de contadores, se realizó en la ciudad de Bluefields, Región Autónoma de la Costa Caribe Sur, Republica de Nicaragua.

5.2. Tipo de estudio

El estudio fue descriptivo porque se presentaron las características del mercado potencial para la creación de una firma de contadores y la demanda de estos servicios que tienen las micros, pequeñas y medianas empresas ubicadas en la ciudad de Bluefields.

5.3. Enfoque de la investigación

El enfoque fue mixto (cualitativo y cuantitativo), cualitativo porque se presentaron las cualidades del mercado potencial que tienen una firma de contadores en esta ciudad y las características de la demanda, así como el grado de aceptación por parte de las empresa de los servicios que brinda una firma de contadores. Es cuantitativo porque se presentaron los resultados de variables numéricas como ingresos, precios, costos, aspectos financieros enfocados a determinar el grado de pre factibilidad de este negocio. Este trabajo fue de corte transversal porque el instrumento de investigación se aplicó una sola vez.

5.4. Población

Para el presente estudio la población fueron las micros pequeñas y medianas empresas que están ubicadas en los diferentes barrios de la ciudad de Bluefields, que suman un total de 253 negocios registrados según el área de tributación de la Alcaldía de Bluefields.

5.5. Tamaño de la Muestra

Para calcular el tamaño de la muestra, se usó la fórmula para el cálculo de la muestra para la población finita. (De la Torre Dueñas y Accostupa Quispe, 2013).

El margen de error muestral esperado es del 9% lo que corresponde al error muestral de 0.09 y el nivel de confianza del 91%. Para definir estos cálculos se utilizó la tabla estadística para cálculo del error muestral y confianza. (Ver Anexo No.2).

Fórmula para poblaciones finitas

$$n = \frac{Z^2 * p * q *}{N e^2 + Z^2 * p * q}$$

Dónde:

n = Número de elementos de la muestra.

N = Número de elementos de la población (253).

- Z = 1.69 (para el nivel de confianza del 91%)
- e = 0.09 (para un error muestral del 9%)
- p = probabilidad a favor (0.50)
- q = probabilidad en contra (0.50)

$$n = \frac{(1.69)^2 (0.50) (0.50) (253)}{(253) (0.09)^2 + (1.69)^2 (0.50) (0.50)}$$

$$n = \frac{(2.86) (0.50) (0.50) (253)}{(253) (0.0081) + (2.86) (0.50) (0.50)}$$

$$n = \frac{180.895}{(2.0493) + (0.715)}$$

$$n = \frac{180.895}{2.7643}$$

$$n = 65.43$$

Redondeando

$$n = 65$$

La muestra fue de 65 personas, en calidad de responsables o dueños de micro pequeñas y medianas empresas.

5.6. Tipo de Muestra y Muestreo

El tipo de muestra que se utilizó fue probabilístico aleatorio simple debido a que se seleccionó al azar a los 65 representantes o dueños de micro pequeñas y medianas empresas.

5.7. Técnicas e instrumentos de la investigación

La técnica de investigación fue el contacto directo con las personas mediante visita a cada una de las micros, pequeñas y medianas empresas. El instrumento que se aplicó para la recopilación de la información fue la encuesta semi estructurada con preguntas abiertas y cerradas.

5.8. Fuentes de información

Las fuentes de información que se usaron en este trabajo investigativo fueron fuentes primarias que corresponden a los representantes de micros, pequeñas y medianas empresa y las fuentes de información secundaria fueron libros acerca de firmas de contadores, marketing, planes estratégicos y análisis de pre factibilidad de proyectos.

5.9. Variables

1. Oferta de servicios de firma de contadores
2. Demanda de servicios de firma de contadores
3. Aceptación de la creación de firma de contadores

5.10. Procesamiento de la información

Para procesar los datos obtenidos mediante las encuestas, se tabularon los datos en una hoja de Microsoft Excel 2016 para poder obtener las gráficas y los porcentajes de los resultados obtenidos por medio de cada una de las respuestas obtenidas.

También se utilizó Microsoft Word, 2016 para procesar todos los datos obtenidos de la presente investigación y de esta forma poder presentarlos. Para la presentación de los datos se usó el programa Microsoft Power Point 2016.

VI. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

6.1. Mercado potencial de los servicios de una firma de contadores

Tabla No. 1.

Tipo de servicios que brinda el negocio.

No.	Descripción	Cantidad
1	Ferretería	6
2	Panadería	5
3	Miscelánea	5
4	Farmacia	3
5	Venta de ropa	3
6	Veterinaria	3
7	Repuestos y lubricantes	3
8	Distribuidora de gas	3
9	Venta de abarrotes	3
10	Maderera	2
11	Librería	2
12	Restaurante	2
13	Hotel y Restaurante	2
14	Taller de soldadura	2
15	Vidriería	2
16	Muebles de madera	2
17	Bloquera y arenera	2
18	Bar y Restaurante	2
19	Joyería	1
29	Hotel	1
21	Heladería	1
22	Gimnasio	1
13	Floristería	1
24	Artículos de fiestas y cumpleaños	1
25	Combustibles y lubricantes	1
26	Celulares y accesorios	1
27	Centro recreativo	1

No.	Descripción	Cantidad
28	Carnicería	1
29	Materiales de construcción	1
30	Taller de pinturas	1
	TOTAL	65

Fuente: Encuestas aplicadas por K. Barrios y W. Fajardo en mayo de 2019

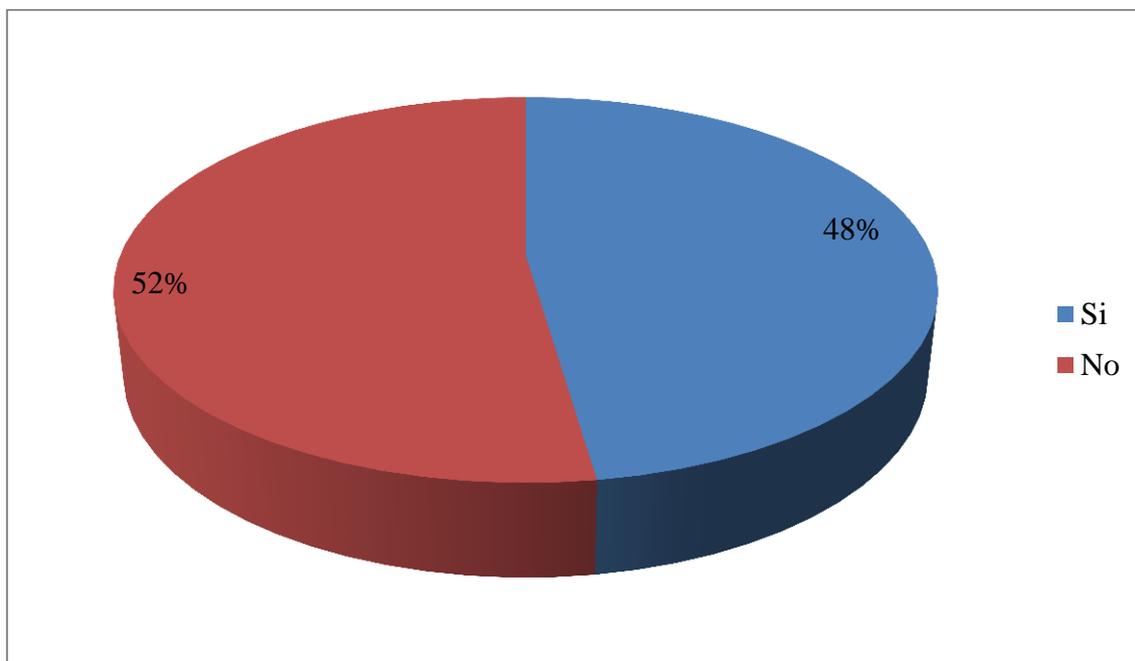
Los resultados de este estudio responden a 65 personas dueños de micro pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Bluefields. Entre las empresas que se les aplicaron encuestas a sus responsables son: ferreterías, panaderías, misceláneas, farmacias, tiendas de ropa, veterinaria, ventas de repuestos y lubricantes, distribuidoras de gas, ventas de abarrotos, venta de madera, librerías, hoteles, restaurantes, bar y restaurante, talleres de soldadura, talleres de ebanistería, talleres de pintura, joyería, heladería, gimnasio, floristerías, tienda de artículos de fiesta y cumpleaños, carnicería, venta de celulares y accesorios, centro recreativos y venta de materiales de construcción.

La mayoría de estos negocios son micro y pequeñas empresas que no llevan ningún sistema de información contable y financiera que les permita registrar datos e identificar costos, gastos, ganancias y pérdidas en el negocio.

Los negocios que tienen registros contables son con el propósito de responder a las declaraciones y pagos de impuestos a la Dirección General de Ingresos, el resto como están bajo el régimen de cuota fija llevan solo un registro de ingresos y egresos que les permite conocer el saldo final de caja al final del día o al final del periodo.

Gráfica No. 1.

Negocios que cuentan contador o administrador



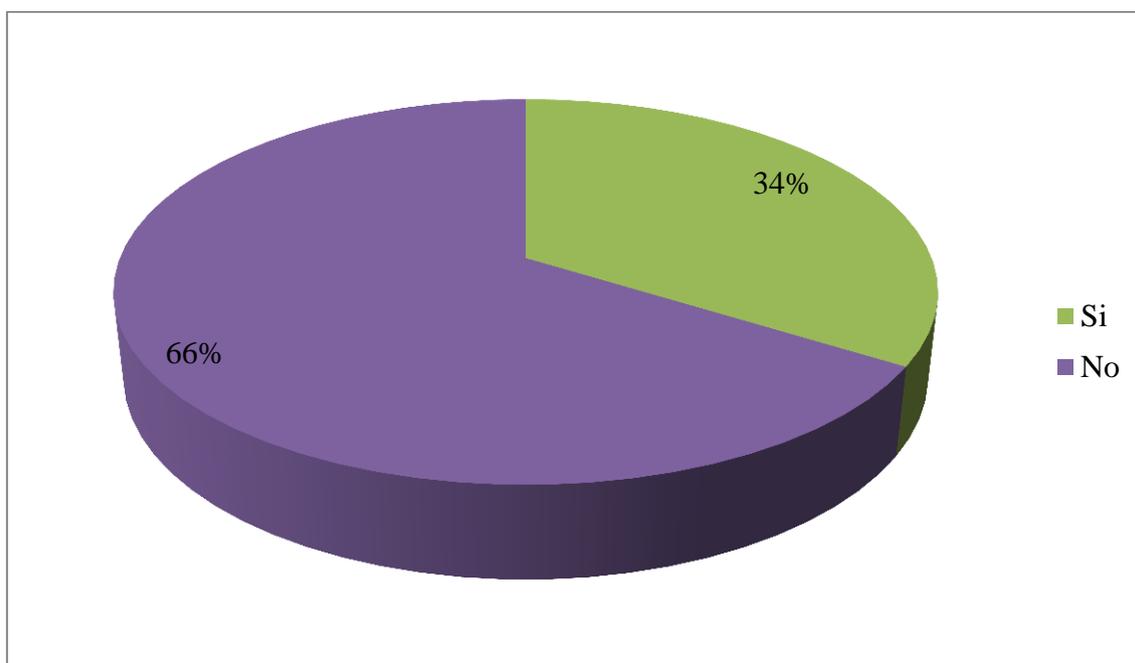
Fuente: Encuestas aplicadas por K. Barrios y W. Fajardo en mayo de 2019

El 52% de los encuestados equivalentes a 34 personas indicaron que no tienen un contador o administrador en su empresa o negocio. Mientras que el 48% de los encuestados equivalentes a 31 persona indicaron que tienen una persona que es contador o administrador en su negocio.

Más del 50% de los negocios no tienen un contador o administrador en su empresa. Para algunos dueños de negocios consideran que no es necesario contratar a una persona de forma permanente para que desempeñe estas funciones debido a que su negocio es pequeño. Además, consideran que no es importante tener un contador o administrador debido a que su negocio solamente paga una cuota fija como impuestos.

Gráfica No. 2.

Personal capacitado para actividades administrativas, financieras y contables



Fuente: Encuestas aplicadas por K. Barrios y W. Fajardo en mayo de 2019

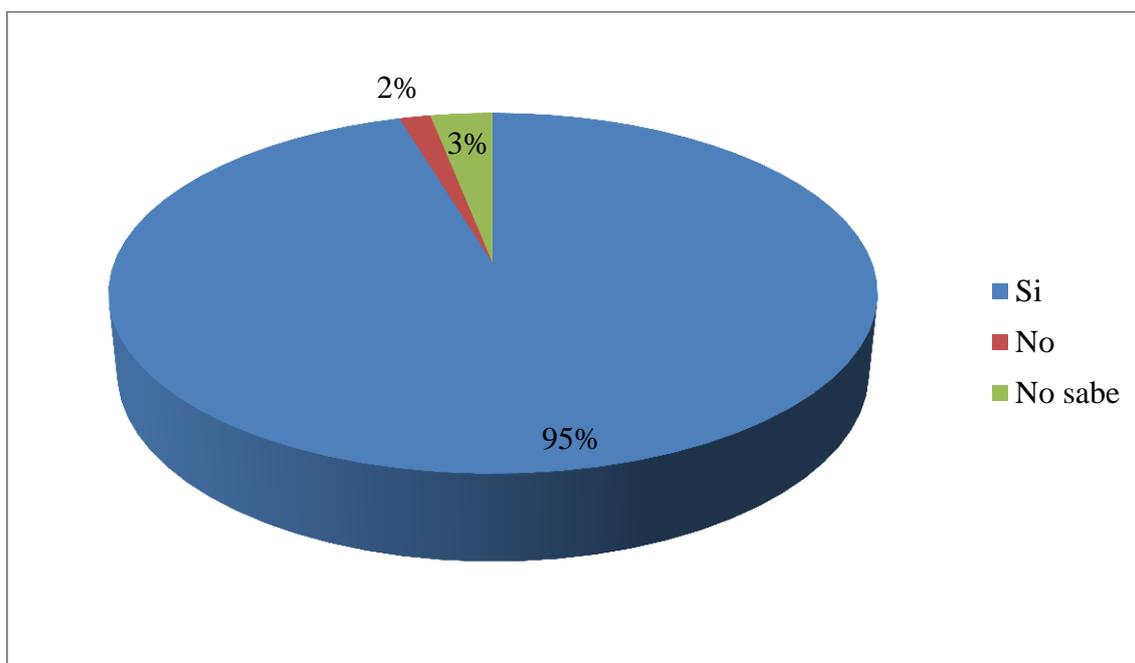
El 66% de los encuestados correspondiente a 43 personas indicaron que no tienen personal capacitado para la ejecución de actividades administrativas, financieras y contables, mientras que el 34% equivalente a 22 personas indicaron que tienen personal capacitado para la ejecución de las actividades en mención.

Las personas que indicaron que no tienen personal capacitado para las actividades administrativas, financieras y contables, en su mayoría son los dueños de micros y pequeñas empresas. No llevan muchos registros contables, solo llevan un registro de los ingresos que registran en un cuaderno y un control de los egresos.

El propósito de estos controles es para realizar las declaraciones de impuestos a la Dirección General de Ingresos. Y en el caso de los que tienen cuota fija llevan este registro porque es un requisito que deben cumplir relacionado con el pago de impuestos, de lo contrario ni ese tipo de registro se realizaría en las empresas.

Gráfica No. 3.

Existencia de una empresa de asesoría en administración, contabilidad y finanzas



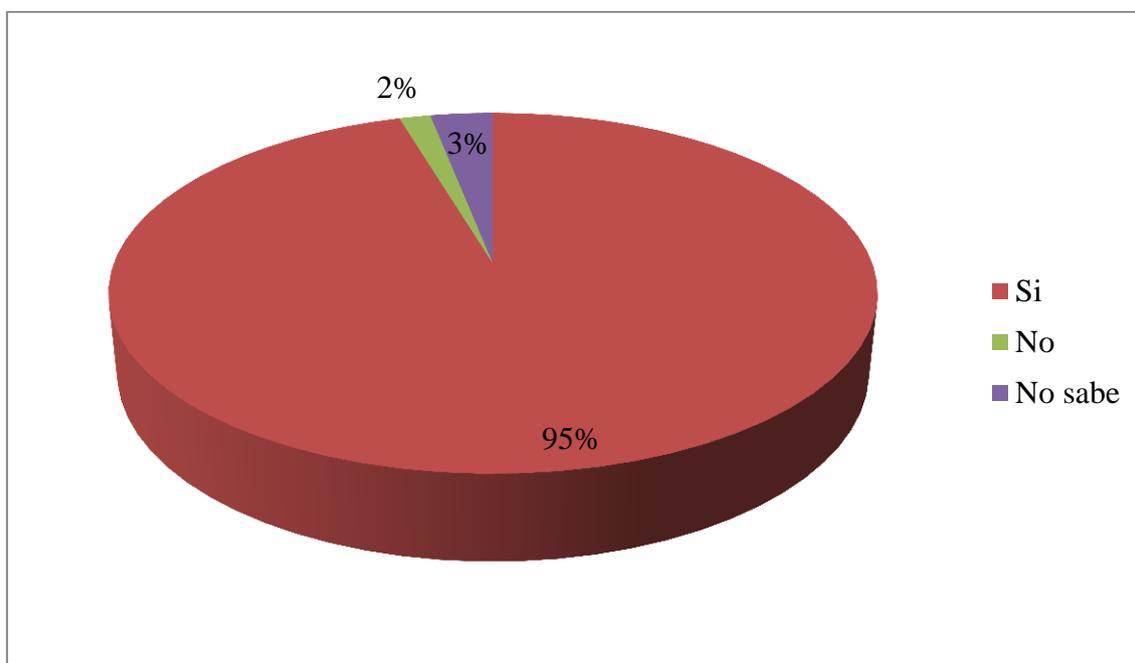
Fuente: Encuestas aplicadas por K. Barrios y W. Fajardo en mayo de 2019

El 95% de los encuestados equivalentes a 62 personas indicaron que consideran importante la existencia de una empresa de asesoría en administración, contabilidad y finanzas. El 3% equivalente a 2 personas indicaron que no saben si es importante la existencia de este tipo de empresas y el 2% equivalente a 1 persona indicó que no es importante la existencia de este tipo de empresas en la ciudad de Bluefields.

Los encuestados consideran muy importante la existencia de una empresa de asesoría en administración, contabilidad y finanzas en la ciudad de Bluefields, porque en muchas ocasiones tienen dudas o consultas que no saben a dónde recurrir. Incluso los dueños de negocios que tienen personal capacitado en estas áreas consideran que es necesario este tipo de empresas porque el personal que ellos tienen como no están en constante actualización en algunos temas ni ejercen la profesión que estudiaron tienen algunas dudas sobre aspectos específicos relacionados con los negocios.

Gráfica No. 4.

Importancia de la existencia de una firma de contadores



Fuente: Encuestas aplicadas por K. Barrios y W. Fajardo en mayo de 2019

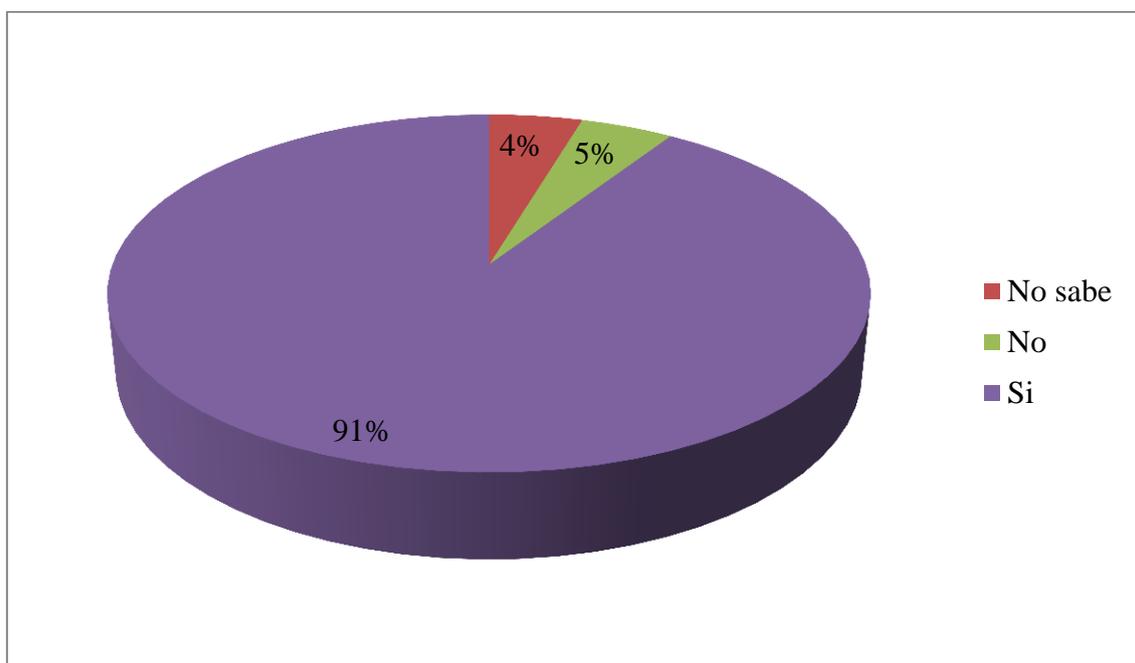
El 95% de los encuestados equivalentes a 62 personas indicaron que para ellos es importante la existencia de una firma de contadores en la ciudad de Bluefields. El 3% equivalente a 2 personas indicaron que no saben si es importante la existencia de una firma de contador y el 2% equivalente a 1 persona indicó que no es importante la existencia de una firma de contadores.

Los encuestados consideran importante una firma de contadores, porque va a beneficiar a los dueños de empresas de esta ciudad. Uno de los beneficios que comentaron los encuestados es que podrán aprender a elaborar y valorar los registros de datos contables que les servirán para tomar decisiones que les ayuden a incrementar las ventas.

Los empresarios que no llevan ningún tipo de control consideran que no es importante llevar estos controles, pero también expresaron que, con una buena orientación de personal especialista en aspectos financieros, administrativos y contables, sobre los beneficios de llevar controles contables e informes financieros y como podrán mejorar sus ventas, ellos podrán hacer uso de estos servicios, porque les interesa crecer como empresa.

Gráfica No. 5.

Contratación de servicios de asesoría financiera y contable a la firma de contadores



Fuente: Encuestas aplicadas por K. Barrios y W. Fajardo en mayo de 2019

El 91% de los encuestados equivalentes a 59 personas indicaron que contratarían los servicios de asesoría financiera y contable a la firma de contadores. El 5% equivalente a 3 personas indicaron que no contratarían estos servicios y el 4% equivalente a 2 personas indicaron que no saben si contratarían los servicios de la firma de contadores.

Las personas que expresaron que contratarían los servicios de asesoría financiera y contable a la firma de contadores, consideran importante estos servicios porque son de mucha ayuda al momento de solicitar crédito con las empresas comerciales o al establecer al acuerdo comercial con otras empresas.

También los dueños de pequeños negocios que no tienen muchas ideas sobre los servicios que brinda una firma de contadores y como el llevar registros contables y financieros les puede ayudar a crecer sus negocios, expresaron que contratarían estos servicios, si las personas de la firma de contadores les muestran como incrementar sus ventas y como hacer crecer sus negocios auxiliándose de los registros contables y financieros para tomar decisiones acertadas.

Tabla No. 2.

Tipos de servicios que contrataría

No.	Descripción de servicios	Cantidad	Porcentaje
1	Asesoría Contable	24	36%
2	Asesoría Financiera	20	30%
3	Asesoría Fiscal	10	15%
4	Actualización de Sistemas Contables	6	9%
5	Revisión de Estados Financieros	5	7%
6	Ejecución de Auditorias	4	6%
7	Certificación de Estados Financieros	3	4%
8	Elaboración de Estados Financieros	2	3%
9	Ninguno de los servicios mencionados	2	3%
10	Asesoría en Administración	1	1.5%
11	Levantamiento de inventarios	1	1.5%
12	Todos los servicios mencionados	1	1.5%

Fuente: Encuestas aplicadas por K. Barrios y W. Fajardo en mayo de 2019

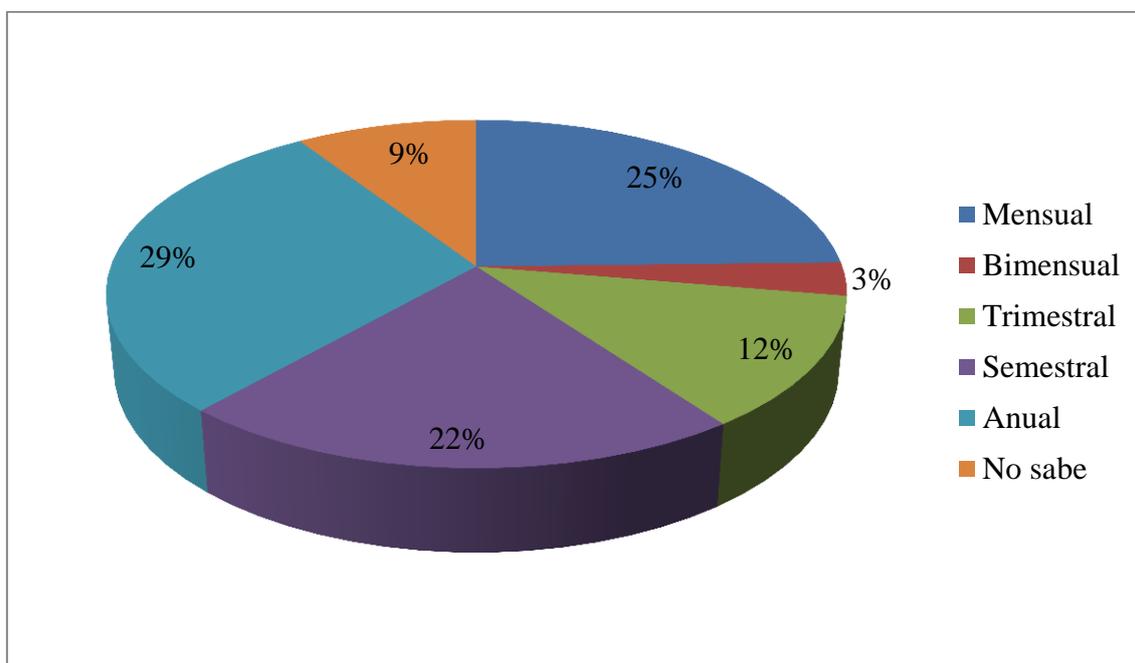
Entre los tipos de servicios que contratarían los dueños de negocios de la ciudad de Bluefields, sobresalen en orden de importancia la asesoría contable, asesoría financiera, asesoría fiscal, la actualización de sistemas contables, revisión de estados financieros, la ejecución de auditorías, la certificación y elaboración de estados financieros.

Los encuestados valoran como uno de los servicios que contrataría los servicios contables. Muchos de estos negocios no llevan contabilidad y por esta razón les gustaría contratar servicios de asesoría sobre contabilidad, incluso los que llevan contabilidad desconocen si los registros contables son útiles para propósitos generales o solo para el pago de impuestos a la Dirección General de Ingresos.

Otros de los servicios que contratarían son los servicios financieros, porque no tienen estados financieros que les sean útiles para realizar gestiones de créditos u otro tipo de transacción comercial con empresas o distribuidora. A esto se le suma que desconocen la cantidad de utilidad que genera el negocio y que actividades económicas son más rentable para el negocio.

Gráfica No. 6.

Frecuencia de contratación de los servicios



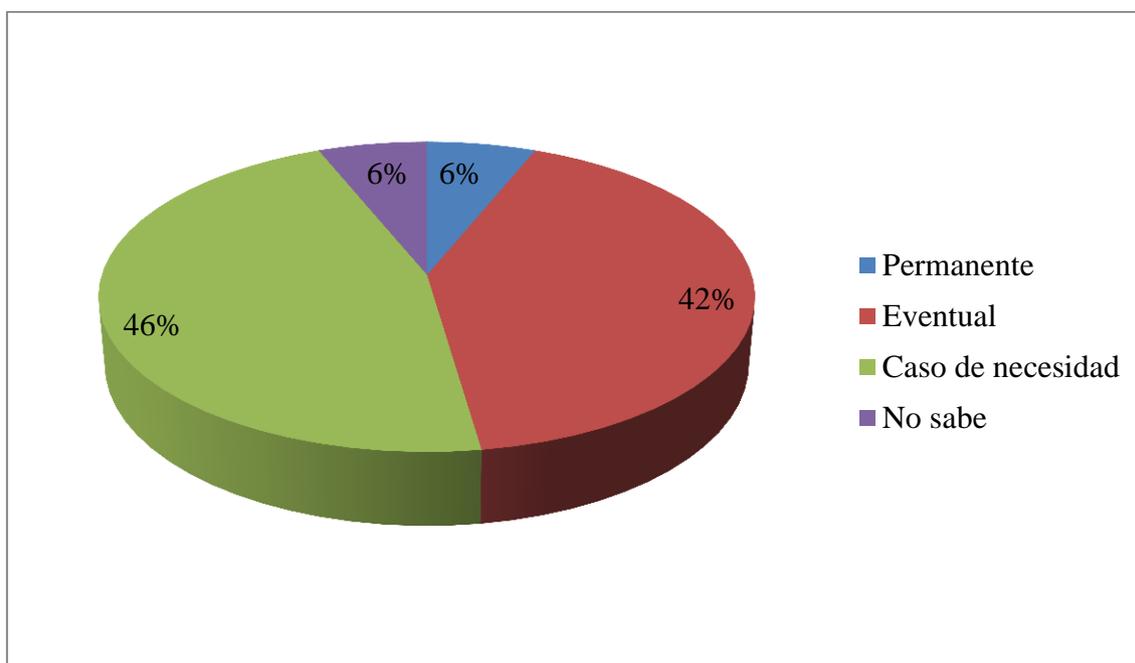
Fuente: Encuestas aplicadas por K. Barrios y W. Fajardo en mayo de 2019

El 29% de los encuestados correspondientes a 19 personas indicaron que la frecuencia de contratación de los servicios a la firma de contadores será de forma anual. El 25% de los encuestados equivalentes a 16 personas consideran que la frecuencia de contratación de los servicios será de forma mensual. El 22% de los encuestados equivalentes a 14 personas indicaron que la frecuencia de contratación de los servicios será de forma semestral. El 12% de los encuestados equivalentes a 8 personas consideran que la frecuencia de contrataciones será de forma trimestral. El 9% equivalente a 6 personas indicaron que no saben cuál puede ser la frecuencia de contratación de los servicios que ofrecerá la firma de contadores.

Es importante resaltar que el 25% de los encuestados indican que contratarán los servicios de la firma de contadores de forma mensual. Si el total de negocios registrados corresponden a 253, entonces el 25% corresponden a 63 negocios que de forma mensual le estarán pagando a la firma de contadores por los servicios brindados. La frecuencia de contratación según los encuestados podría incrementar en dependencia del crecimiento de los negocios.

Gráfica No. 7.

Forma de contratación de los servicios de la firma de contadores



Fuente: Encuestas aplicadas por K. Barrios y W. Fajardo en mayo de 2019

El 46% de los encuestados correspondiente a 30 personas indicaron que forma de contratación de los servicios de la firma de contadores la harán solamente en casos de necesidad. El 42% de los encuestados correspondiente a 27 personas indicaron que la contratación de los servicios será de forma eventual. El 6% de los encuestados equivalentes a 4 personas indicaron que la contratación de los servicios será de forma permanente y el restante 6% correspondiente a 4 personas no sabe cuál será la forma de contratación de los servicios que brindará la firma de contadores.

Los encuestados indicaron que contratan los servicios de la firma de contadores de forma eventual y en caso de necesidad, pero expresaron que la necesidad puede ser casi permanente sobre todo en los primeros años o meses cuando se inicie a implementar la contabilidad y la elaboración de estados financieros, así como también el sistema contable en cada empresa.

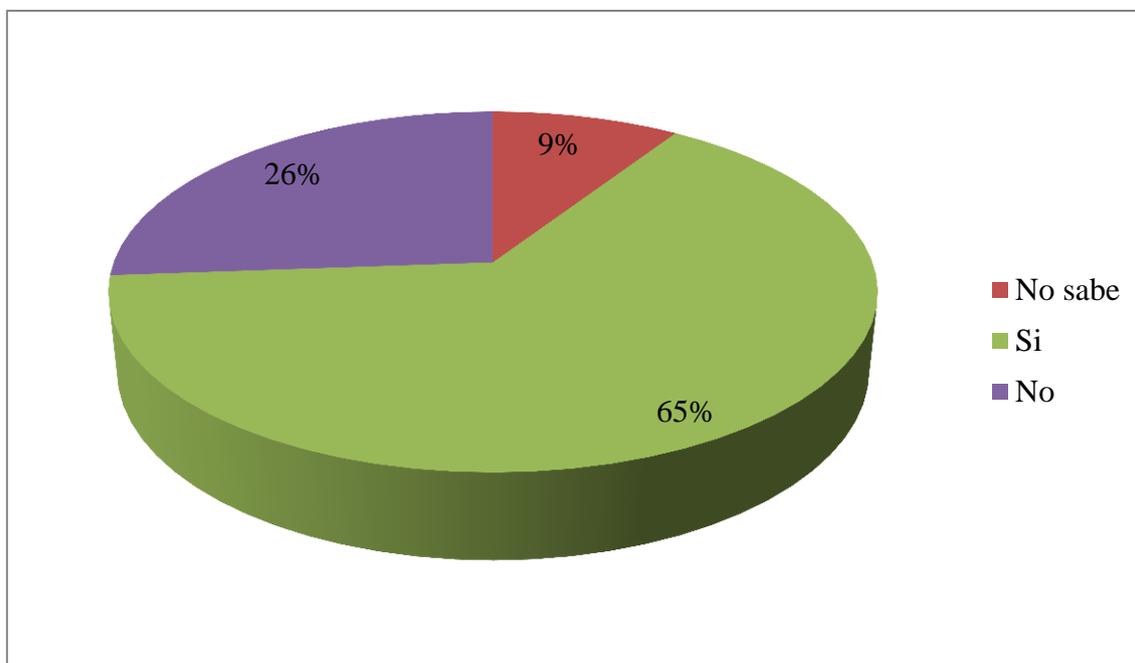
Los que indicaron que contrataran los servicios de forma eventual, consideran que la forma eventual consiste solamente cuando necesiten hacer uso de los servicios de la firma por alguna situación especial. Pero por el incremento de la competencia comercial

debido al acceso al resto de Nicaragua por la carretera, esta parte eventual se podrá volver constante porque será necesario recurrir a las consultas, asesorías y servicios que ofrece esta firma para ser competitivos y lograr un nivel de rentabilidad aceptable.

6.2. Tipos de servicios y rangos de precios

Gráfica No. 8.

Necesidad de asesoría en contabilidad, aspectos tributarios y financieros



Fuente: Encuestas aplicadas por K. Barrios y W. Fajardo en mayo de 2019

El 65% de los encuestados equivalentes a 42 personas indicaron que tienen necesidad de asesoría en contabilidad, aspectos tributarios y financieros. El 26% de los encuestados equivalentes a 17 personas expresaron que no necesitan asesoría en contabilidad, aspectos tributarios y financieros y el 9% de los encuestados equivalentes a 6 personas indicaron que no saben si tienen necesidad de asesoría en contabilidad, aspectos tributarios y financieros.

El 26% de los encuestados que consideran que no necesitan asesoría en contabilidad, aspectos tributarios y financieros, expresaron que por ahora no sienten que necesitan este tipo de asesoría. Por lo general estos corresponden a los dueños de micro empresas, pero también explicaban en sus respuestas que probablemente más adelante tendrán esta necesidad a medida que vaya creciendo el negocio o según las exigencias que se vayan presentando por la competencia de los demás negocios o empresas.

Tabla No. 3.

Servicios que considera más urgentes

No.	Descripción de los servicios	Cantidad	Porcentaje
1	Contables	23	35%
2	Financieros	16	25%
3	No sabe	11	17%
4	Fiscales	10	15%
5	Administrativos	9	14%
6	Auditoria	4	6%
7	Inventarios	1	1.5%
8	Actualización de sistemas contables	1	1.5%

Fuente: Encuestas aplicadas por K. Barrios y W. Fajardo en mayo de 2019

Para los dueños de negocios encuestados los servicios más urgentes para el 35% son los contables, para el 25% son los financieros, el 17% no sabe cuál de los servicios con más urgentes para su empresa, el 15% considera que los servicios más urgentes son los fiscales, para el 14% son los servicios administrativos y el 6% considera que son los servicios de auditoría los más urgentes.

Las empresas más grandes tienen la necesidad urgente de auditorías, mientras que las más pequeñas y medianas tienen necesidad urgente de servicios contables, financieros, fiscales y de servicios administrativos. La mayoría de las empresas requieren servicios contables, financieros y fiscales, esto se debe a que estos negocios no tienen un sistema contable, ni un sistema administrativo.

La necesidad de asesorías en aspectos financieros, contables, tributarios y administrativos, así como la elaboración de sistemas contables, llevar la contabilidad y la elaboración de estados financieros son servicios urgentes para las micros, pequeñas y medianas empresas. Aun cuando muchas de ellas afirman que no necesitan llevar contabilidad como es el caso de algunos talleres de elaboración de muebles, ventanas y vidriería y las panaderías, estas desconocen el margen de ganancia que tienen y los costos incurridos en la producción de sus bienes.

Tabla No. 4.

Servicios que solicitaría primero para fortalecer tu empresa

No.	Descripción de los servicios	Cantidad	Porcentaje
1	Contable	27	41%
2	Financiera	18	28%
3	Administrativa	9	14%
4	Ninguno	7	11%
5	Auditoria	5	8%
6	Revisión de estados financieros	2	3%
7	Actualización de sistemas contables	1	1.5%
8	Fiscales	1	1.5%
9	Certificación de estados financieros	1	1.5%
10	Inventarios	1	1.5%
	TOTAL	72	

Fuente: Encuestas aplicadas por K. Barrios y W. Fajardo en mayo de 2019

Los encuestados consideran que los servicios que solicitaría para fortalecer su empresa con los siguientes; el 41% solicitaría primero los servicios contables, el 28% solicitaría primero los servicios contables, el 14% solicitaría los servicios administrativos, un 11% indica que no solicitaría ninguno. El 8% solicitaría primero los servicios de auditoría y el 3% solicitaría los servicios de revisión de estados financieros.

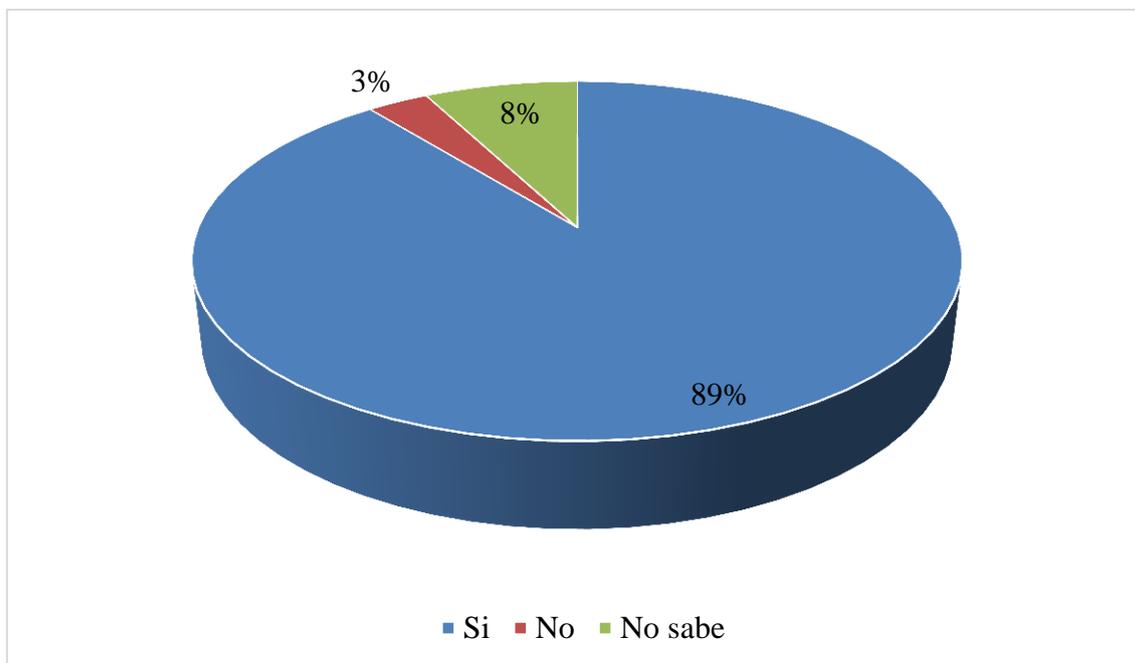
Los dueños de negocios encuestados en muchos de los casos saben que tipos de servicios podrían contratar para fortalecer su empresa, pero sobre todos los dueños de las micro y pequeñas empresas no tienen ideas por donde iniciar a fortalecer sus empresas. Por esa razón algunos consideran que por ahora no necesitan ningún tipo de servicios para fortalecer su empresa.

La mayoría de los comerciantes encuestados se enfocan en que necesitan incrementar las ventas, tener más clientes, pero no saben cómo hacer para lograr más clientes y tener más ventas. Desconocen si están ganando o perdiendo en las operaciones de sus negocios, saben que las ventas han bajado, pero no saben exactamente en qué porcentaje y tampoco tienen datos que les indique donde están incurriendo en más gastos y cuáles

son los productos que les generan más utilidades. También desconoce cómo usar los datos de los registros contables y financieros para mejorar su negocio.

Gráfica No. 9.

Disponibilidad para pagar por los servicios de la firma de contadores



Fuente: Encuestas aplicadas por K. Barrios y W. Fajardo en mayo de 2019

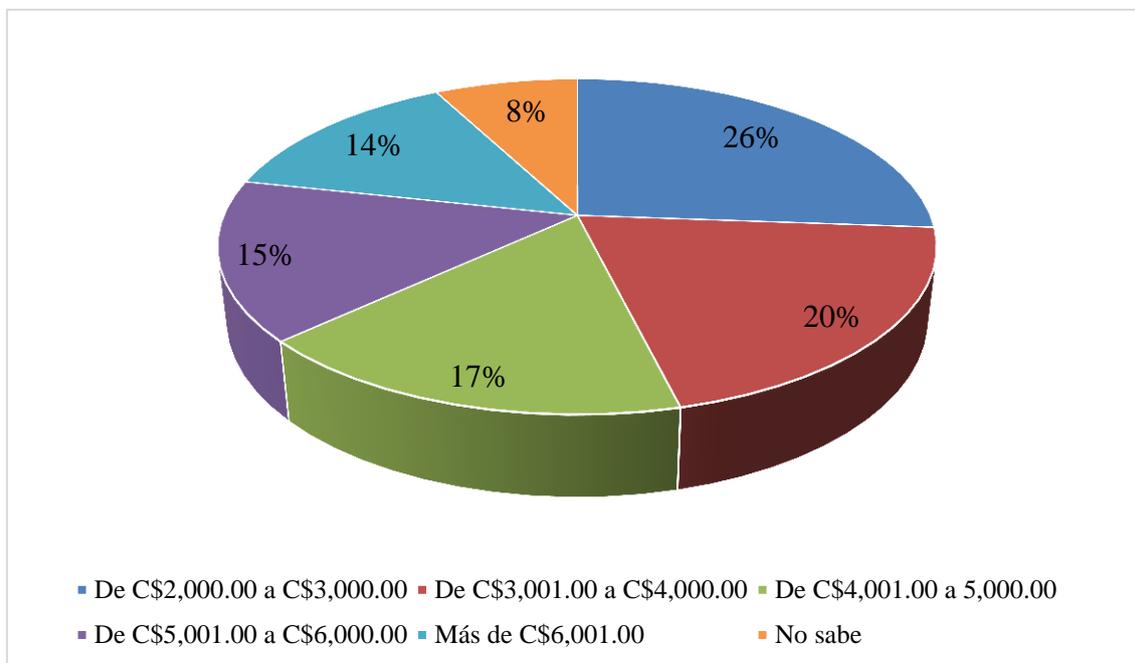
El 89% de los encuestados equivalentes a 58 personas consideran que tienen la disponibilidad de pagar por los servicios que brinda la firma de contadores, el 3% de los encuestados equivalentes a 3 personas indicaron que no tienen disponibilidad de pagar por los servicios de la firma de contadores y el 8% de los encuestados equivalentes a 5 personas indicaron que no saben si tienen la disponibilidad para pagar los servicios de la firma de contadores.

A pesar de que muchos de los encuestados consideran que actualmente no necesitan de los servicios de la firma de contadores, están dispuestos a pagar por estos servicios. De lo que están seguros es que la competencia de negocios y empresas va a seguir creciendo en la ciudad de Bluefields, porque a través de la carretera están llegando empresas que están ofertando los mismos bienes y servicios a la población y están haciendo más fuerte la competencia. Para poder hacerle frente a la competencia estos negocios de Bluefields tendrán que adecuarse a los cambios y crear estructuras

administrativas, financieras y contables sólidas y es en estos casos donde se va a requerir los servicios de la firma de contadores.

Gráfica No. 10.

Cantidad a pagar por los servicios que brinde la firma de contadores



Fuente: Encuestas aplicadas por K. Barrios y W. Fajardo en mayo de 2019

El 26% de los encuestados equivalentes a 17 personas indicaron que están dispuestos a pagar por los servicios que brinde la firma de contadores la cantidad entre C\$2,000.00 a C\$3,000.00 córdobas por servicios de consultoría. El 20% de los encuestados equivalentes a 13 personas indicaron que están dispuestos a pagar la cantidad entre C\$3,001.00 a C\$4,000.00 córdobas por servicios de consultoría.

El 17% de los encuestados equivalentes a 11 personas indicaron que están dispuestos a pagar por los servicios que brinde la firma de contadores la cantidad entre C\$4,001.00 a C\$5,000.00 córdobas por servicios de consultoría. El 15% de los encuestados equivalentes a 10 personas indicaron que están dispuestos a pagar la cantidad entre C\$5,001.00 a C\$6,000.00 córdobas por servicios de consultoría.

El 14% de los encuestados equivalentes a 9 personas indicaron que están dispuestos a pagar por los servicios que brinde la firma de contadores más de C\$6,000.00 córdobas por servicios de consultoría y un 8% de los encuestados equivalentes a 5 personas

indicaron que no saben cuánto podrán pagar a la firma de contadores por los servicios que brindan.

El 26% de los encuestados están dispuestos a pagar de C\$2,000.00 a C\$3,000.00 córdobas, el 20% están dispuestos a pagar la cantidad entre C\$3,001.00 a C\$4,000.00 y el 17% están dispuestos a pagar de C\$4,001.00 a C\$5,000.00 córdobas. Esto indica que los dueños de negocios están dispuestos a pagar por los servicios de la firma de contadores cantidad es que van desde C\$2,000.00 córdobas hasta más de C\$6,000.00 córdobas por servicios de asesoría según la complejidad de estas asesorías.

Además, los encuestados comentaron que en el caso de otros servicios como auditoría, elaboración de estados financieros, elaboración de sistemas contables, elaboración de estados financieros y elaboración de registros contables estos tienen costos mayores que los pueden realizar mediante pagos mensuales u otra forma convenida con la administración de la firma de contadores.

Importancia de la creación de la firma de contadores en la ciudad de Bluefields.

Al preguntarles a los encuestados porque consideran importante la creación de una firma de contadores en la ciudad de Bluefields, expresaron que en esta ciudad no se cuenta con una firma de contadores que pueda ayudar a los negocios y brindar servicios de manera profesional y con la seguridad que cumplen con la calidad requerida. En muchos casos los dueños de negocios de esta ciudad han tenido que pagar a firmas de contadores del Pacífico para que realicen trabajos relacionados a auditorías y certificación de estados financieros. Contratar a estas firmas del Pacífico les genera mayores costos.

Con una firma de contadores en la ciudad de Bluefields, los costos de los servicios que brinden serán menores, y además se les brinda la oportunidad a los jóvenes profesionales de la región para que pongan en práctica su profesión y sus conocimientos. De esa forma también apoyan a las micro pequeñas y medianas empresas a mejorar la calidad de los servicios, el registro de datos contables, la elaboración de estados financieros y el uso de la información financiera y contable para la toma de decisiones que contribuyan a mejorar la competitividad y la rentabilidad de estos negocios.

Para los negocios que no cuentan con personal capacitado en administración, contabilidad y finanzas es una buena opción la existencia de una firma de contadores porque se tendrá un lugar donde recurrir para asesorar o contratar un servicio ya sea administrativo, financiero o contable. Por ser una empresa de la ciudad se tienen más confianza en cuanto a la calidad del trabajo, la solicitud de cambios o explicaciones adicionales y la accesibilidad de los precios.

Los negocios pequeños no le damos mucha importancia a los registros contables ni a los estados financieros porque se considera que no son importantes. Es suficiente con pagar los impuestos municipales y a la Dirección General de Ingresos, pero la razón de esta creencia es porque nadie les ha explicado cómo usar los estados financieros y los datos contables para tomar decisiones que les permitan invertir en el negocio, ser más competitivo, hacer que sea más rentable y que logre incrementar clientes.

Para los dueños de micro, pequeñas y medianas empresas las asesorías son importantes porque como dueños de negocios ellos se concentran en la gestión de ventas y mercadería y los especialistas en finanzas se encargan de organizar la información y elaborar estados financieros que les servirán para asesorar a los dueños de negocios en las tomas de decisiones.

También es importante que exista la firma de contadores, porque, aunque algunos negocios tienen personal capacitado en administración, contabilidad y finanzas, es necesario actualizarse y que se tenga la opinión de persona que no está permanente en la empresa, con una nueva visión y nuevas ideas que contribuyen a mejorar la calidad de los servicios que brindan los negocios de esta ciudad.

Con la presencia de una firma de contadores, se estaría creando una nueva cultura empresarial, relacionada con los aspectos financieros, contables y administrativos, porque muchos de los dueños de micros, pequeñas y medianas empresas no tienen como cultura empresarial la elaboración de estados financieros y el uso de estos estados financieros para tomar decisiones importantes relacionadas con el crecimiento de la empresa y la competitividad de la misma.

En el mundo de los negocios siempre hay cosas nuevas o algo que es necesario implementar y que como dueño de negocio se desconoce, por eso es importante contar con una firma de contadores donde se pueda recurrir a realizar consulta o a buscar

asesoría. Además, al existir una firma de contadores en la ciudad de Bluefields, que conoce la cultura de los costeños y la cultura empresarial que existe en la ciudad podrán brindar mejores recomendaciones acordes a la realidad.

Otro aspecto importante es la confianza que se genera entre la persona que solicita la asesoría y la persona que brinda la asesoría. Es necesaria una firma de contadores, porque asesoría legal en Bluefields existe, pero asesoría administrativa financiera y contable no existe y es necesaria. Por esa razón los empresarios están dispuestos a pagar por este tipo de asesoría, porque les permitirá mejorar sus negocios.

6.3. Aceptación de la creación de una firma de contadores

Se aplicaron encuestas a 65 personas dueños de negocios. Entre las empresas que se les aplicaron encuestas sus dueños están: ferreterías, panaderías, misceláneas, farmacias, tiendas de ropa, veterinaria, ventas de repuestos y lubricantes, distribuidoras de gas, ventas de abarrotos, venta de madera, librerías, hoteles, restaurantes, bar y restaurante, talleres de soldadura, talleres de ebanistería, talleres de pintura, joyería, heladería, gimnasio, floristerías, tienda de artículos de fiesta y cumpleaños, carnicería, venta de celulares y accesorios, centro recreativos y venta de materiales de construcción.

De todos estos negocios, solo el 48% cuenta con personas que son contador o administrador. Esto no significa que lo tengan realizando estas funciones, estas personas desempeñan diferentes funciones, y entre ellas las de administrar o llevar algún tipo de registro contable en la empresa donde desempeña sus labores. El 66% de las empresas consideran que tienen personal capacitado que pueden desempeñar las funciones administrativas, financieras y contables de la empresa.

El 95% de los dueños de empresas encuestadas consideran que debe de existir una empresa de asesoría en administración, contabilidad y finanzas y además indicaron que es de mucha importancia de la existencia de una firma de contadores en la ciudad de Bluefields.

El 91% de los encuestados expresaron que contrataría los servicios de asesoría financiera y contable a la firma de contadores. Entre los tipos de servicios que contratarían están los servicios de asesoría contable, financiera, fiscal, actualización de sistemas contables, revisión de estados financieros y ejecución de auditorías.

El 25% de los encuestados contratarían estos servicios de forma mensual, 22% de los encuestados contrataran los servicios de forma semestral, el 29% contrataran los servicios de forma anual y el resto lo harán de forma bimensual y trimestral. Esto indica que la firma de contadores tendrá una demanda de servicios de forma permanente. El 42% de los encuestados harán esa contratación de forma eventual, mientras que el 46% lo harán en casos de necesidad. Pero los eventos y los casos de necesidad donde necesitarán asesorías y servicios profesionales por la firma de parte de los dueños de negocios son casi constante o permanente indicaron los encuestados, debido a que las

exigencias competitivas cada día con mayores y obligan al empresario a buscar asesoría y servicios profesionales como los de la firma de contadores.

El 65% de los encuestados saben que necesitan en su empresa de asesoría en contabilidad, aspectos tributarios y financieros, mientras que el resto desconoce si necesitan de ese tipo de asesoría. Los servicios más urgentes para estas empresas son servicios contables, financieros, fiscales, administrativos y auditoría. Para fortalecer la empresa los servicios antes mencionados serían los mismo que contratarían los empresarios.

El 89% de los encuestados están dispuestos a pagar por los servicios de que brinde la firma de contadores. Las cantidades para pagar por consultoría van desde C\$2,000.00 a más de C\$6,001.00 córdobas, según la cantidad y grado de dificultad de la asesoría. Mientras que, por servicios profesionales como elaboración de estados financieros, actualización de la contabilidad de la empresa, auditoría, certificación de estados financieros y elaboración de estados financieros estos tienen otro precio y también están dispuestos a pagarlos según las necesidades de la empresa.

Con todos los datos antes mencionados se puede afirmar que la aceptación de la creación de una firma de contadores en la ciudad de Bluefields es factible porque existen un mercado potencial que no ha sido cubierto y que aun cuando hay empresarios que consideran que no necesitan de la asesoría que brinda la firma de contadores, es por el desconocimiento que tienen sobre la importancia de realizar proceso administrativos financieros y contables, pero que a medida que se van dando cuenta de esa necesidad y de la importancia de usar los datos financieros y contables para tomar decisiones acertadas para mejorar la competitividad y rentabilidad de su empresa van a ir contratando estos servicios.

Además, no existe competencia en este tipo de empresa de servicios, en la ciudad de Bluefields. Esto es un elemento importante, porque los mismos encuestados han hecho énfasis en la necesidad, en la importancia y en el uso que les darían a los servicios de esta firma de contadores. Por lo tanto, no existe competencia, existe una alta demanda y hay disponibilidad de pagar por los servicios de asesoría y de servicios profesionales de que brinde esta firma y sobre todo existe un mercado potencial de los comerciantes que harán uso en un futuro de estos servicios.

Proyección de ingresos por ventas de servicios

La población son 253 dueños de negocios y como el 65% de los encuestados expresaron que son lo que a lo inmediato consideran que requieren servicios de asesoría, se obtienen que el 65% de 253 es la cantidad de 164 negocios que requieren los servicios de la firma.

El precio a pagar es de C\$2,000.00 a C\$6,000.00 córdobas. Al buscar un precio promedio se obtiene que este debería ser C\$3,000.00 córdobas. Estos servicios se contratarán de forma mensual, semestral y anual.

A las personas de la firma que brinde los servicios de asesoría se les pagará la cantidad de correspondiente al 33% del costo del servicio de asesoría. En este caso como se está poniendo como precio promedio la cantidad de C\$3,000.00 el pago por servicios profesional será de C\$1,000.00 córdobas.

En este caso solamente se están tomando como ingresos por servicios de asesoría un precio promedio de C\$3,000.00 córdobas, para proyectar un ingreso prudencial, aun cuando se sabe que se van a vender otros servicios que tendrán precios similares o mayores, pero esos no se incluyen, porque se quiere medir la rentabilidad con la venta de servicios limitados.

Lo gastos que se incluyen son los gastos básicos que se incurre en una oficina pequeña que tiene un costo de alquiler de \$100.00 (Cien dólares) y los gastos que se puede incurrir en mantenimiento de una oficina de servicios. Considerando los ingresos y los gastos, se observa que se puede tener una ganancia mensual aproximadamente de C\$60,000.00 córdobas. Sin embargo, lo que se presenta es la idea inicial de la operación de la firma durante el primer año, indicando que es rentable invertir en este tipo de servicios.

El resto de los egresos se han tomado de los precios reales que tienen los servicios básicos para una oficina pequeña. En la oficina permanecerá una persona que será la encargada de recibir las solicitudes de asesoría o diferentes tipos de servicios que soliciten los empresarios. Los servicios de asesoría se realizarán en la empresa de la persona que solicite el servicio.

FIRMA DE CONTADORES DE BLUEFIELDS

Estado de Ingresos y egresos

INGRESOS	Cantidad Anual	Precio promedio	Ingresos Anuales
Servicios de Asesoría	164	C\$3,000.00	C\$492,000.00
Total de ingresos			C\$492,000.00
EGRESOS			
Honorarios (Servicios Profesionales)	164	C\$1,000.00	C\$164,000.00
Salario	12	C\$8,000.00	C\$ 96,000.00
Vacaciones y Aguinaldo	1	C\$16,000.00	C\$ 16,000.00
Energía	12	C\$ 1,200.00	C\$ 14,400.00
Internet	12	C\$ 1,500.00	C\$ 18,000.00
Agua	12	C\$ 200.00	C\$ 2,400.00
Alquiler	12	C\$ 3,500.00	C\$ 42,000.00
Papelería y útiles de oficina	12	C\$1,000.00	C\$ 12,000.00
Otros gastos	12	C\$1,500.00	C\$ 18,000.00
Impuestos	1	C\$49,200.00	C\$ 49,200.00
Total de Egresos			C\$ 432,000.00
Saldo Anual			C\$ 60,000.00

Fuente: Elaborado por K. Barrios y W. Fajardo en mayo de 2019

VII. CONCLUSIONES

1. El mercado potencial de los servicios de una firma de contadores en la ciudad de Bluefields, consiste en una demanda de servicios administrativos, financieros y contables por el 95% de los dueños de micro pequeñas y medianas empresas quienes además indican que la creación de la firma de contadores es muy importante. El 91% de los dueños de empresas encuestados indicaron que contratarían los servicios de asesoría financiera y contable a la firma de contadores. Los servicios que más demandaría los encuestados son Asesoría contable, financiera, fiscal, actualización de sistemas contables, revisión de estados financieros, ejecución de auditorías, certificación de estados financieros, asesoría en administración y levantamiento de inventarios.
2. El nivel de demanda de los servicios de una firma de contadores en la ciudad de Bluefields es de asesoría en aspecto tributarios, financieros y contables, dónde un 65% de los encuestados consideran que necesitan asesorías en estas áreas, demandando con urgencia servicios contables, financieros, fiscales, administrativos y de auditoria para fortalecer sus empresas. El 89% de los dueños de empresas están dispuestos a pagar por los servicios que brindará la firma de contadores desde C\$2,000.00 a más de C\$6,001.00 córdobas por asesorías y otras cantidades por servicios profesionales como elaboración de estados financieros, sistemas contables, actualización de la contabilidad, certificación de estados financieros y auditorias.
3. La aceptación de la creación de una firma de contadores en la ciudad de Bluefields, es factible desde el punto de vistas mercado considerando que existe una buena demanda de los servicios que ofrecerá la firma de contadores, porque más del 80% de los encuestados consideran necesaria la creación de la firma, para usar los servicios que les ayuden a mejorar su competitividad y rentabilidad desde el registro y uso de datos financieros y contables para la toma de decisiones acertadas. El otro punto importante es que la competencia en este tipo de servicios contables es nula en esta ciudad.

VIII. RECOMENDACIONES

Se les recomienda a los profesionales de Contaduría Pública y Finanzas:

1. Retomar este estudio para gestionar recursos que les permita crear la firma de contadores para brindar los servicios administrativos financieros y contables a las empresas que lo requieran.
2. Organizar conferencias y documentos dirigidos a los dueños de las micros, pequeñas y medianas empresas, con información sobre la importancia de llevar contabilidad y elaborar estados financieros con información real que les permita tomar decisiones para mejorar la rentabilidad y competitividad a los dueños de negocios.
3. Definir paquetes de servicios de asesoría y servicios profesionales enfocados en las áreas de administración, finanzas y contabilidad dirigida a las micro, pequeñas y mediana empresas, para que puedan optar por los servicios que más necesitan en su negocio.

A los dueños de micro pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Bluefields

4. Valorar la importancia del uso de los servicios de la firma de contadores para que obtengan a asesoría necesaria que les permita crecer como empresas y ser competitivos, mejorar los controles y tomar decisiones adecuadas según la realidad del negocio.
5. Hacer uso de los servicios de asesoría de la firma de contadores para identificar las debilidades de su empresa y definir las prioridades a implementar en las áreas administrativas, financieras o contables, para fortalecer la confiabilidad en la información que usan para la toma de decisiones.

IX. REFERENCIAS

1. Armstrong, Gary y Kotler, Philip. (2017). Fundamentos de Marketing, Décimo Tercera Edición. Editorial Pearson Educación. Madrid, España.
2. Artal Castells, Manuel. (2017). Dirección de ventas. Organización del departamento de ventas y gestión de vendedores. Décimo quinta edición. Editorial ESIC. Madrid, España.
3. Baca Urbina Gabriel. (2016). Evaluación de proyectos. Octava Edición. Editorial Mc. Graw Hill. México.
4. Comisión de Apoyo a la Práctica Profesional Independiente. (2015). Manual para Estructurar Pequeñas Firmas de Contadores Públicos Certificados. Instituto Mexicano de contadores públicos. México.
5. De la Torre Collao, Luis (2018). Investigación de Mercados. Marketing 4.0. Editorial Macro.
6. De la Torre Dueñas, Cleto y Accostupa Quispe, Yeni. (2013). Estadística inferencial para las investigación en ciencias de la salud. Primera Edición. Perú.
7. Echevarría, Antonio. (2016). Estudio de factibilidad en el sistema de dirección por proyectos de inversión. Universidad Tecnológica de la Habana. Cuba.
8. García Padilla, Victor Manuel. (2015). Análisis financiero, un enfoque integral. Editorial. Grupo Editorial Patria. México.
9. Gitman, Lawrence. (2016). Principios administración financiera. Décimo cuarta Edición. Editorial Pearson Educación. México.
10. Kotler, Philip y Armstrong, Gary (2018). Principios de Marketing. Décimo Séptima Edición. Editorial Pearson Educación. Madrid, España.
11. Macia, Fernando. (2018). Estrategias de marketing digital. Editorial Anaya Multimedia. México.
12. Matías Batallas, David. (2018). Marketing para las organizaciones del S.XXI. Editorial Formación Alcalá. España.
13. Mungrío López Milagros del Socorro y Bravo Jarquin, Leticia Yovelsky. (2017). Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de multi servicios funerarios en la ciudad de Bluefields. Monografía. Bluefields Indian and Caribbean University, Nicaragua.

14. Pacheco Coello, Carlos Enrique. (2016). La información Financiera y administrativa, enlace estratégico para la toma de decisiones. Instituto Mexicano de Contadores Público. México.
15. Rodríguez Ardura, Inma y Ammetller, Gisela. (2018) Principios y estrategias de marketing (vol. 1). Editorial UOC. Cataluña España.
16. Rosendo Ríos, Verónica. (2018). Investigación de mercados. Aplicación al marketing estratégico empresarial. Editorial ESIC. Madrid, España.
17. Tineo, Karina (2014). Firma de contadores públicos. Universidad de Oriente. Barcelona, España.
18. Valls Martínez María del Carmen. (2014). Introducción a las finanzas. Editorial Pirámide. Madrid, España.

X. ANEXOS

Anexo No. 12.1. Guía de encuesta



BLUEFIELDS INDIAN & CARIBBEAN UNIVERSITY

BICU

Encuesta

El objetivo de la presente es la recopilación de información para elaborar un estudio de pre factibilidad para la creación de una firma de contadores en la ciudad de Bluefields. Los datos tienen serán publicados de forma anónima en el informe final de la monografía.

Tipo de negocio: _____ **Fecha:** __/__/__

I. Identificar el mercado potencial de los servicios de una firma de contadores en la ciudad de Bluefields.

1. ¿Qué tipo de servicio brinda su empresa o negocio?

2. ¿Cuénta con contador o administrador?

1. Si ___ No___ No sabe / No responde _____ ¿Por qué?

3. ¿Cuénta con personal capacitado para realizar las actividades administrativas, financieras y contables?

2. Si ___ No___ No sabe / No responde _____ ¿Por qué?

3. Considera que debe existir una empresa que brinde asesoría en administración, contabilidad y finanzas?

Si ___ No___ No sabe / No responde _____ ¿Por qué?

4. Considera importante la existencia de una firma de contadores en la ciudad de Bluefields.

Si ___ No___ No sabe / No responde _____ ¿Por qué?

5. Contrataría los servicios de asesoría, financiera y contable de esta firma de contadores?

Si ____ No ____ No sabe / No responde _____ ¿Por qué?

6. Que tipos de servicios contrataría?

- a. Asesoría Financiera
- b. Asesoría Contable
- c. Asesoría fiscal.
- d. Revisión de estados financieros.
- e. Certificación de estados financieros.
- f. Actualización de sistemas contables.
- g. Elaboración de estados financieros.
- h. Ejecución de auditorías.
- i. Otros: _____

7. Por cuánto tiempo contrataría los servicios de Asesoría?

- a. Mensual _____
- b. Bimensual _____
- c. Trimestral _____
- d. Cuatrimestral _____
- e. Semestral _____
- f. Anual _____

8. Los Servicios de la firma de contadores los contrataría?

- a. De forma permanente _____
- b. De forma eventual _____

c. Solo en caso de necesidad _____

II. Determinar el nivel de demanda de los servicios de una firma de contadores en la ciudad de Bluefields.

9. ¿Considera que su empresa necesita de asesoría en, contabilidad, aspectos tributarios y finanzas?

Si ____ No____ No sabe / No responde _____ ¿Por qué?

10. ¿Qué tipo de necesidades posee su empresa o negocio?

a. Administrativa _____

b. Contable _____

c. Financiera _____

d. Fiscal _____

e. Auditoria _____

f. Otra, especifique: _____

11. ¿Cuál de los siguientes servicios considera más urgentes?

a. Financieros _____

b. Administrativos _____

c. Contables _____

d. Fiscales _____

e. Auditoria _____

f. Otra especifique: _____

12. ¿Cuál de los siguientes servicios, solicitaría primero para fortalecer su empresa?

a. Financiera _____

b. Administrativa _____

- c. Contable _____
- d. Auditoria _____
- e. Otra, especifique: _____

13. ¿Estaría dispuesto a pagar por los servicios que brinde esta firma de contadores?

Si ____ No ____ No sabe / No responde ____ ¿Por qué?

14. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios que brinde esta firma de contadores?

- j. C\$2,000.00 a C\$3,000.00 _____
- k. C\$3,001.00 a C\$ 4,000.00 _____
- l. C\$4,001.00 a C\$ 5,000.00 _____
- m. C\$5,001.00 a C\$ 6,000.00 _____
- n. C\$6,001.00 a más _____

15. ¿Por qué considera importante la creación de una firma de contadores en la ciudad de Bluefields? Explique:

Anexo No.12.2. Tabla Estadística para el nivel de confianza

Tabla de apoyo para el nivel de confianza

Determinar el nivel de confianza con que se desea trabajar. (Z), donde $z = 1.96$ para un 95% de confianza o $z = 1.65$ para el 90% de confianza

TABLA DE APOYO AL CALCULO DEL TAMAÑO DE UNA MUESTRA POR NIVELES DE CONFIANZA									
Certeza	95%	94%	93%	92%	91%	90%	80%	62.27%	50%
Z	1.96	1.88	1.81	1.75	1.69	1.65	1.28	1	0.6745
Z ²	3.84	3.53	3.28	3.06	2.86	2.72	1.64	1.00	0.45
e	0.05	0.06	0.07	0.08	0.09	0.10	0.20	0.37	0.50
e ²	0.0025	0.0036	0.0049	0.0064	0.0081	0.01	0.04	0.1369	0.25

Determinar el grado de error máximo aceptable en los resultados de la investigación. Éste puede ser hasta del 10%; ya que variaciones superiores al 10% reducen la validez de la información.

Se aplica la fórmula del tamaño de la muestra de acuerdo con el tipo de población.

Población infinita	Población Finita
$n = \frac{p \cdot q}{e^2}$	$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{Ne^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$
Cuando no se sabe el número exacto de unidades del que está compuesta la población.	Cuando se conoce cuántos elementos tiene la población
En donde: Z = nivel de confianza. p = Probabilidad a favor. q = Probabilidad en contra.	N = Universo e = error de estimación. n = tamaño de la muestra

Anexo No.12.3. Tabla de clasificación de la MIPYMES en Nicaragua

Variables	Parámetros		
	Micro Empresa	Pequeña Empresa	Mediana Empresa
Número total de trabajadores.	De 1 a 5	De 6 a 30	De 31 a 100
Activos totales en córdobas	Hasta 200 miles	Hasta 1.5 millones	Hasta 6 millones
Ventas totales anuales	Hasta 1 millón	Hasta 9 millones	40 millones

Fuente: Decreto No. 17-2008, de la República de Nicaragua. Reglamento de Ley Promoción y Fomento de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa.