



UNIVERSIDAD CATOLICA DE HONDURAS
“NUESTRA SEÑORA REINA DE LAPAZ”
Dirección de Postgrado e Investigación

**“ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORÍA Y
CONSULTORÍA FISCAL EN LA CIUDAD DE SANTA ROSA DE COPÁN”**

POR:

Lucy Yaniviz Lilibeth Alvarado Morales

Director Técnico
MAE. Julio Cesar Orellana

Asesor Metodológico
Dr. Jaime Gustavo Nuñez Cruz

TESIS PRESENTADA PARA OBTENER EL TITULO DE:
MÁSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Abril de 2021
Santa Rosa de Copán, Honduras

DEDICATORIA

A mi hermosa y amada hija Yaniviz Sofía

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por darme la oportunidad de culminar esta meta, a mi hija Yaniviz Sofía que ha sido el motor que me impulsa a ser cada día mejor persona y por ende mejor madre, a mi novio Kelvin Noé Martínez por estar siempre ahí apoyándome y animándome a seguir adelante, a mis padres que con su esfuerzo y dedicación me han ayudado a llegar donde estoy ahora. También quiero agradecer a cada catedrático que a lo largo de este postgrado compartió conmigo sus conocimientos y experiencias. Al Dr. Jaime Gustavo Nuñez Cruz y al MAE. Julio Cesar Orellana por brindarme sus conocimientos y acompañarme en este proceso de elaboración de tesis.

CONTENIDO

Dedicatoria	I
Agradecimientos.....	II
Índice de tabla	VII
Índice de gráfico.....	VIII
Índice de ilustraciones.....	IX
Siglas y abreviaturas.....	X
Resumen	XI
Abstract	XII
1. Planteamiento del Problema.....	2
1.1 Situación problemática.....	2
1.2 Preguntas de investigación	3
1.3. Objetivos de la investigación	4
1.3.1. <i>Objetivo general</i>	4
1.3.2. <i>Objetivos específicos</i>	4
1.4. Justificación del estudio	5
2. Marco Contextual.....	8
2.1. Información de Santa Rosa de Copán	8
2.1.1. <i>Entorno Socioeconómico</i>	8
2.1.2. <i>Aspectos demográficos</i>	9
2.1.3. <i>Aspectos económicos</i>	10
3. Marco de información	12
3.1. Historia de los impuestos	12
3.2. Impuestos en la edad media	14
3.3. Situación tributaria en América Latina	15
3.4. Situación tributaria en Centroamérica.....	17
3.5. Administración tributaria en Honduras	19
3.6. MIPYME en Honduras.....	20
3.6.1. <i>Criterios de clasificación para las MIPYMES</i>	22

3.7.	Principios constitucionales del derecho tributario	22
3.7.1.	<i>Principio de legalidad</i>	23
3.7.2.	<i>Principio de proporcionalidad</i>	24
3.7.3.	<i>Principio de igualdad</i>	25
3.7.4.	<i>Principio de generalidad</i>	25
3.7.5.	<i>Principio de no confiscatoriedad</i>	25
3.8.	Obligaciones tributarias	26
3.9.	Periodo impositivo y devengo	27
3.10.	Concepto y clasificación de los tributos	28
3.11.	Beneficios fiscales	29
3.12.	Verificación y fiscalización	30
3.13.	Obligados tributarios	32
3.14.	Contribuyentes	33
3.15.	Deberes y obligaciones en general	33
4.	Método	37
4.1.	Propuesta metodológica	37
4.1.1.	<i>Enfoque del estudio</i>	37
4.1.2.	<i>Tipo y alcance del estudio</i>	37
4.1.3.	<i>Diseño del estudio</i>	37
4.2.	Definición de las variables	38
4.3.	Participantes	40
4.3.1.	<i>Población</i>	40
4.3.2.	<i>Procedimiento de muestreo</i>	40
4.3.3.	<i>Muestra</i>	41
4.4.	Instrumentos	41
4.4.1.	<i>Procedimiento de validez y confiabilidad</i>	42
4.5.	Procedimiento de recolección de datos	44
5.	Estudio de Mercado	46
5.1.	Objetivos del estudio de mercado	46
5.1.1.	<i>Objetivo general</i>	46
5.1.2.	<i>Objetivos específicos</i>	46
5.2.	Definición del mercado meta	47
5.2.1.	<i>Perfil del cliente</i>	47
5.3.	Segmentación de mercado	47

5.4.	Definición del servicio	48
5.4.1.	<i>Características del servicio</i>	50
5.5.	Análisis de la demanda.....	51
5.5.1.	<i>Interpretación de los datos obtenidos</i>	51
5.5.2.	<i>Cuantificación de la demanda (proyecciones optimistas y pesimistas de la demanda)</i> 60	
5.6.	Análisis de la oferta.....	61
5.6.1.	<i>Análisis de la competencia</i>	62
5.7.	Análisis de precios	62
5.7.1.	<i>Factores para determinar el precio</i>	62
5.7.2.	<i>Estrategia de fijación de precios</i>	64
5.7.3.	<i>Estrategia de introducción y comercialización del producto</i>	65
5.8.	Conclusiones del Estudio de Mercado	66
6.	Estudio Técnico.....	69
6.1.	Determinación de la ubicación de la empresa.....	70
6.1.1.	<i>Macro localización</i>	70
6.1.2.	<i>Micro localización</i>	70
6.1.3.	<i>Matriz de calificación de factores</i>	71
6.1.4.	<i>Determinar la infraestructura y tamaño óptimo de la empresa</i>	72
6.1.5.	<i>Distribución de la planta</i>	73
6.1.6.	<i>Análisis de mano de obra requerida</i>	74
6.1.7.	<i>Adquisición de mobiliario y equipo</i>	75
6.1.8.	<i>Análisis materiales e insumos necesarios</i>	77
6.1.9.	<i>Definir la ingeniería del proyecto</i>	78
6.2.	Estudio Organizacional	82
6.2.1.	<i>Identidad empresarial</i>	82
6.2.2.	<i>Estructura Organizacional</i>	82
6.2.3.	<i>Descripción y análisis de puestos: Gerente General</i>	83
6.2.4.	<i>Descripción y análisis de puestos: Asistente fiscal</i>	84
6.3.	Estudio Legal.....	85
6.3.1.	<i>Tipo de empresa y forma de constitución</i>	85
6.3.2.	<i>Proceso general de constitución de una empresa en Honduras</i>	85
6.3.3.	<i>Escritura pública (declaración de comerciante individual).</i>	86
6.3.4.	<i>Inscripción en la Cámara de Comercio</i>	87
6.3.5.	<i>Inscripción en el Registro Mercantil</i>	88
6.3.6.	<i>Registro tributario nacional (RTN)</i>	88
6.3.7.	<i>Permiso de operación</i>	90
6.3.8.	<i>Licencia sanitaria</i>	91

6.3.9.	<i>Obligaciones Fiscales y Laborales</i>	92
6.3.10.	<i>Afiliación al Instituto Hondureño de Seguridad Social</i>	93
6.3.11.	<i>Régimen de aportaciones privadas – fondo social para la vivienda</i>	94
7.	Estudio Económico	97
7.1.	Determinación de los costos.....	97
7.1.1.	<i>Costos de operación variables</i>	97
7.1.2.	<i>Costos de administración</i>	98
7.1.3.	<i>Costos de operación fijos</i>	98
7.1.4.	<i>Costos de venta</i>	99
7.1.5.	<i>Costos financieros</i>	99
7.2.	Plan de inversión	100
7.3.	Cronograma de inversión	100
7.4.	Depreciaciones y amortizaciones	101
7.5.	Capital de trabajo	102
7.6.	Determinación de punto de equilibrio	102
7.7.	Estado de resultados proforma	103
7.8.	Costo de capital	105
7.9.	Financiamiento	105
7.10.	Balance general	106
8.	Estudio Financiero.....	109
8.1.	Supuestos financieros	109
8.2.	Valor presente neto (VAN)	111
8.3.	Tasa interna de retorno (TIR) y TIR modificada	112
8.4.	Período de recuperación de la inversión	113
8.5.	Valor económico agregado.....	114
8.6.	Razones financieras	116
8.7.	Análisis de sensibilidad	117
8.7.1.	<i>Escenario optimista 60% de la capacidad instalada</i>	117
8.7.2.	<i>Escenario pesimista 40% de la capacidad instalada</i>	120
8.7.3.	<i>Resumen de análisis financieros de los tres escenarios</i>	122
9.	Estudio Estratégico.....	124
9.1.	Etapa de información	125

9.2. Filosofía empresarial.....	125
9.2.1. Misión.....	125
9.2.2. Visión.....	125
9.2.3. Política de calidad	125
9.2.4. Valores	125
9.3. Auditoría externa.....	126
9.4. Auditoria Interna	128
9.5. Etapa de ajuste.....	129
9.6. Análisis FODA	130
9.7. Matriz PEEA	131
9.8. Etapa de decisión.....	133
9.9. Matriz MPEC	133
9.10. Propuesta.....	135
9.11. Evaluación y control de la estrategia.....	136
Conclusiones generales del proyecto	141
Glosario	144
Referencias	147
Anexos.....	151

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1 Total, de población al 2018 según rangos de edad quinquenales, por sexo, y área urbana y rural	9
Tabla 2 Cuadro comparativo de definiciones de MIPYMES con respecto a Honduras	22
Tabla 3 Operacionalización de las variables	38
Tabla 4 Análisis de la demanda.....	60
Tabla 5 Proyecciones optimistas, más probable y pesimistas de la demanda.....	60
Tabla 6 Definición de precios según el servicio	64
Tabla 7 Matriz de calificación de factores	71
Tabla 8 Resumen de las áreas de la empresa	73
Tabla 9 Capacidad instalada.....	74
Tabla 10 Necesidades de personal	75
Tabla 11 Equipo de Cómputo.....	75
Tabla 12 Mobiliario de oficina.....	76
Tabla 13 Materiales, suministros e insumos requeridos	77
Tabla 14 Perfil de puesto para gerente y analista fiscal	83

Tabla 15 Perfil de puesto para analista fiscal	84
Tabla 17 Gastos por suministros	98
Tabla 18 Gastos administración variables Alvarado Consultora	98
Tabla 19 Costos de operación fijos Alvarado Consultora.....	99
Tabla 20 Plan de inversión Alvarado Consultora.....	100
Tabla 22 Gastos de depreciación anual Alvarado Consultora.....	101
Tabla 23 Capital de trabajo Alvarado Consultora.....	102
Tabla 24 Punto de equilibrio escenario más probable Alvarado Consultora	103
Tabla 25 Estado de resultado escenario más probable Alvarado Consultora	104
Tabla 26 Amortizaciones de préstamo	106
Tabla 27 Balance general escenario más probable Alvarado Consultora	107
Tabla 28 Sueldos y Salarios	110
Tabla 29 VAN del proyecto escenario más probable Alvarado Consultora	112
Tabla 30 TIR. Y TIRM del proyecto escenario más probable Alvarado Consultora.....	112
Tabla 31 Cálculo del periodo de recuperación de la inversión escenario más probable.....	113
Tabla 32 Cálculo del EVA escenario más probable Alvarado Consultora	115
Tabla 33 Razones Financieras escenario más probable	116
Tabla 34 Estado de resultados proforma escenario optimista Alvarado Consultora.....	118
Tabla 35 Balance General escenario optimista Alvarado Consultora.....	119
Tabla 36 Tabla 37 Estado de resultados proforma escenario optimista Alvarado Consultora	120
Tabla 38 Balance General escenario optimista Alvarado Consultora.....	121
Tabla 39 Análisis Financiero por escenario Alvarado Consultora.....	122
Tabla 40 Matriz EFE.....	127
Tabla 42 Matriz de Evaluación de Factores Internos	128
Tabla 43 Matriz FODA	130
Tabla 44 Matriz PEEA Alvarado Consultora.....	132
Tabla 45 Matriz MCPE Alvarado Consultora.....	134
Tabla 46 Muestra de un modelo para medir el desempeño organizacional	138
Tabla 47 Ejemplo de Balance Scorecard.....	139

ÍNDICE DE GRÁFICO

Gráfico 1 Presión tributaria de los países centroamericanos.....	18
Gráfico 2 Rango de edad.....	51
Gráfico 3 Cargo desempeñado	52
Gráfico 4 Conocimiento del servicio	52
Gráfico 5 Categoría de empresa	53
Gráfico 6 Actividad económica.....	53
Gráfico 7 Servicios claves para el desarrollo de la empresa	54
Gráfico 8 Disponibilidad para adquirir el servicio.....	55

Gráfico 9 Frecuencia para adquirir el servicio	55
Gráfico 10 Criterios al momento de contratar los servicios	56
Gráfico 11 Disponibilidad de pago por el servicio	57
Gráfico 12 Método de pago por el servicio	57
Gráfico 13 Servicio futuros de interés para el cliente	58
Gráfico 14 Medios de publicidad	59
Gráfico 15 Género	59
Gráfico 16 Matriz PEEA Alvarado Consultora.....	133

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Mapa de Honduras, departamento de Copán	70
Ilustración 2 Dirección de la oficina Alvarado Consultora.....	72
Ilustración 3 Distribución de la planta	74
Ilustración 4 Esquema de proceso de la empresa	79
Ilustración 5 Diagrama del servicio	80
Ilustración 6 Diagrama de flujo proceso de asesoría.....	81
Ilustración 7 Diseño del isologo de Alvarado Consultora "Capacitación y Consultoría Fiscal" ...	82
Ilustración 8 Organigrama de Alvarado Consultora "Capacitación y Consultoría Fiscal.....	82
Ilustración 9 Pasos para la creación de una empresa en Honduras	85
Ilustración 10 Cronograma de inversión Alvarado Consultora.....	101
Ilustración 11 Matriz PEEA	132
Ilustración 12 Validación de experto	155
Ilustración 13 Validación de experto	156
Ilustración 14 Validación de experto	157
Ilustración 15 Cotización Equipo de oficina	158
Ilustración 16 Cotización insumos de papelería.....	159
Ilustración 17 Cotización insumos de cafetería.....	160
Ilustración 18 Cotización mobiliario	161
Ilustración 19 Formulario SAR 410	162
Ilustración 20 Declaración jurada permiso de operación	163

SIGLAS Y ABREVIATURAS

MIPYMES: Micro, pequeñas y medianas empresas

SAR: Servicio de Administración de Rentas

RTN: Registro Tributario Nacional

BCH: Banco Central de Honduras

TMAR: Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento

TIR: Tasa Interna de Retorno

TIRM: Tasa Interna de Retorno Modificada

VAN: Valor Actual Neto

EVA: Valor Económico Agregado

CPPC: Costo Promedio Ponderado de Capital

IHSS: Instituto Hondureño de Seguridad Social

RAP: Régimen de aportaciones Privadas

FODA: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas

PEEA: Matriz de Posición Estratégica y Evaluación de la Acción

MPEC: Matriz de Planificación Estratégica Cuantitativa

RESUMEN

Este trabajo consiste en evaluar la factibilidad para la creación de una empresa de asesoría y consultoría fiscal orientada a brindar sus servicios a micro, pequeña y mediana empresa (MIPYMES) en la ciudad de Santa Rosa de Copán.

Para determinar la factibilidad de este proyecto se diseñó una investigación no experimental de tipo transversal, ya que no se realizarán manipulaciones de las variables a estudiar y se hará una recolección de datos por medio de una encuesta que nos ayudará a conocer el comportamiento, gustos y preferencias de los clientes potenciales y de esta manera asegurar que los servicios a prestar cumplan con los requerimientos del cliente.

Teniendo así un alcance descriptivo, ya que se busca especificar los perfiles de nuestros clientes potenciales y en base en esto crear servicios con precios accesibles que sean atractivos y le permitan a la empresa ingresar al mercado y crecer económicamente.

La investigación tiene un enfoque cuantitativo analizando y recogiendo información cuantitativa de cada una de las variables estudiadas, siguiendo la estrategia de marketing mix, siendo estas, producto, plaza, publicidad y precio.

Al final de la investigación, se determinó la factibilidad del proyecto según el análisis de sensibilidad en el que se evaluaron tres escenarios, en donde, el escenario más probable tiene una Van de L 2,229,814.58, TIR de 330.92% mayor a la TMAR y esperando un retorno de la inversión en 11 meses y 12 días.

ABSTRACT

This work consists of evaluating the feasibility for the creation of a tax advisory and consulting company aimed at providing its services to micro, small and medium enterprises (MIPYMES) in the city of Santa Rosa de Copán.

To determine the feasibility of this project, a non-experimental cross-sectional investigation was designed since manipulations of the variables to be studied will not be carried out and data will be collected through a survey that will help us to know the behavior, tastes and preferences potential clients and in this way ensure that the services to be provided meet the client's requirements.

Thus having a descriptive scope, since it seeks to specify the profiles of our potential clients and based on this create services with accessible prices that are attractive and allow the company to enter the market and grow economically.

The research has a quantitative approach by analyzing and collecting quantitative information on each of the variables studied, following the marketing mix strategy, these being product, place, advertising and price.

At the end of the investigation, the feasibility of the project was determined according to the sensitivity analysis in which three scenarios were evaluated, where the most probable scenario has a Van of L 2,229,814.58, an IRR of 330.92% higher than the TMAR and expecting a return on investment in 11 months and 12 days.

Capítulo 1

Planteamiento del problema

1. Planteamiento del Problema

1.1 Situación problemática

En la actualidad en la ciudad de Santa Rosa de Copán no hay una empresa que se dedique exclusivamente a prestar servicios de asesoría en materia fiscal, solo se cuenta con despachos contables que no cuentan con información actualizada o no tienen experiencia en el tema tributario del país, lo que trae como consecuencia para las MIPYMES incumplimientos fiscales como multas, sanciones y bloqueos en su RTN para poder solicitar facturación, afectando directamente su economía, ya que estas sanciones no se eliminan fácilmente en el Servicio de Administración de Retas.

Las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) son claves para el desarrollo económico de Honduras, ya que generan el 70 por ciento de los empleos del país, es decir que este sector es la columna vertebral que sostiene la economía nacional (MIPYME, 2018). El gobierno ha aprobado leyes para el apoyo de este sector que generan grandes oportunidades para su crecimiento, desafortunadamente en su mayoría no se da cuenta de estos beneficios o se les hace difícil realizar los trámites para poder gozarlos, por lo que prefieren no obtenerlos, generando retraso en su desarrollo y por ende retraso en la economía del país.

Es por esta razón la importancia de poder contar con una empresa que se dedique apoyar a este sector, que cuente con el conocimiento, experiencia y aplicación de las leyes tributarias del país, que apoye en la gestión y tramitación de exoneraciones fiscales e impuestos municipales que el gobierno ha aprobado, como también pueda realizar todos los trámites correspondientes con el Servicio de Administración de Rentas facilitando el desarrollo y éxito de estas empresas.

Como producto del anterior análisis y considerando el servicio de asesoría y consultoría fiscal como un elemento esencial para el desarrollo de las MIPYMES es que se ha decidido plantear

como objetivo de estudio la creación de una empresa consultora fiscal en la ciudad de Santa Rosa de Copán, por lo tanto, existe la necesidad de la elaboración de un estudio de factibilidad para dar respuesta a la siguiente interrogante:

¿Es factible la creación de una empresa asesora y consultora fiscal en la ciudad de Santa Rosa de Copán?

1.2 Preguntas de investigación

1. ¿Es factible desde la perspectiva de mercado la creación de una empresa asesora y consultora fiscal en la ciudad de Santa Rosa de Copán?
2. ¿Es factible técnicamente la creación de una empresa asesora y consultora fiscal en la ciudad de Santa Rosa de Copán?
3. ¿Es factible Organizacionalmente la creación de una empresa asesora y consultora fiscal en la ciudad de Santa Rosa de Copán?
4. ¿Es factible legalmente la creación de una empresa asesora y consultora fiscal en la ciudad de Santa Rosa de Copán?
5. ¿Es factible desde el punto de vista económico la creación de una empresa asesora y consultora fiscal en la ciudad de Santa Rosa de Copán?
6. ¿Es factible financieramente la creación de una empresa asesora y consultora fiscal en la ciudad de Santa Rosa de Copán?
7. ¿Es factible estratégicamente la creación de una empresa asesora y consultora fiscal en la ciudad de Santa Rosa de Copán?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Determinar la factibilidad para crear una empresa asesora y consultora fiscal orientada a prestar sus servicios a la micro, pequeñas y medianas empresas en la ciudad de Santa Rosa de Copán.

1.3.2. Objetivos específicos

- 1) Determinar si la creación de una empresa asesora y consultora fiscal orientada a prestar sus servicios a las MIPYMES en Santa Rosa de Copán es factible desde el punto de vista de mercado.
- 2) Determinar si la creación de una empresa asesora y consultora fiscal orientada a prestar sus servicios a las MIPYMES en Santa Rosa de Copán es factible desde el punto de vista técnico.
- 3) Determinar si la creación de una empresa asesora y consultora fiscal orientada a prestar sus servicios a las MIPYMES en Santa Rosa de Copán es factible desde el punto de vista organizacional.
- 4) Determinar si la creación de una empresa asesora y consultora a fiscal orientada a prestar sus servicios a las MIPYMES en Santa Rosa de Copán es factible desde el punto de vista legal.
- 5) Determinar si la creación de una empresa asesora y consultora fiscal orientada a prestar sus servicios a las MIPYMES en Santa Rosa de Copán es factible desde el punto de vista económico.

- 6) Determinar si la creación de una empresa asesora y consultora fiscal orientada a prestar sus servicios a las MIPYMES en Santa Rosa de Copán es factible desde el punto de vista financiero.
- 7) Determinar si la creación de una empresa asesora y consultora fiscal orientada a prestar sus servicios a las MIPYMES en Santa Rosa de Copán es factible desde el punto de vista estratégico.

1.4. Justificación del estudio

Conveniencia

La realización de este estudio de factibilidad es conveniente para el inversionista, porque le permite tener una visión más amplia de la situación actual en el mercado, se le muestran escenarios de riesgos, entre otros factores que pueden implicar realización del proyecto, constituyendo un punto de partida clave para la toma de decisiones.

Relevancia social

Si el resultado del estudio es factible, la creación de la empresa asesora y consultora fiscal contribuirá con las MIPYMES de la ciudad de Santa Rosa de Copán que tienen un enorme potencial de crecimiento, pero demandan ayuda para desarrollarlo, es aquí donde el trabajo de nuestra empresa entra con fuerza a apoyar procesos administrativos y legales de gran importancia para este sector, por otro lado este proyecto permitirá la generación de nuevas fuentes de empleo y ayudar de esa manera a la mejora de vida de las familias beneficiadas.

Implicaciones prácticas

En la ciudad de Santa Rosa de Copán, no existe una empresa que se dedique exclusivamente a prestar servicios de asesoría y consultoría fiscal por esta razón, este proyecto es necesario y

completamente justificable tiene potencial de ser ejecutado y ser llevado a la práctica para solventar las necesidades y oportunidades de este sector de la economía.

Valor teórico

La investigación realizada servirá para examinar algunas prácticas de las MIPYMES en procesos tributarios, económicos y administrativos; por lo que esta investigación contribuirá a ampliar los conocimientos sobre dichos temas.

Utilidad metodológica

El análisis de datos recolectados permitirá el uso de una metodología innovadora para futuras investigaciones relacionadas con el servicio de asesoría y consultoría fiscal que es primordial para el crecimiento económico de las MIPYMES en la ciudad.

Capítulo 2

Marco Contextual

2. Marco Contextual

2.1. Información de Santa Rosa de Copán

Santa Rosa de Copán es la ciudad más grande e importante del occidente de Honduras, con una extensión territorial de 293.10 kilómetros cuadrados y una población aproximada de 52,000 habitantes; tiene conexión con importantes ciudades como San Pedro Sula y Nueva Ocotepeque, así como con las fronteras de El Salvador (El Poy) y Guatemala (Agua Caliente).

Al Norte, limita con los municipios de Dulce Nombre de Copán, San José y Veracruz en el departamento de Copán; al Sur, con el municipio de Talgua, en el departamento de Lempira y los municipios de La Unión y Cucuyagua del departamento de Copán; al Este, con el municipio de San Juan de Opoa del departamento de Copán y Las Flores y Lepaera, en el departamento de Lempira; al Oeste, con los municipios de Concepción y San Agustín, del departamento de Copán.

Las principales actividades económicas en el municipio están constituidas por los rubros de agricultura y ganadería, empleado, oficio albañil, panadero, barbero, carpintero, pintor, comercio, política, militar, taxista, bombero. En el área socioeconómica, la población que trabajan o tienen una actividad productiva es de 56,1% los hogares viven con un ingreso mensual de 1000 lempiras o menos (ADELSAR, 2014).

2.2.1. Entorno Socioeconómico

Según el Índice de Desarrollo Humano 2008/2009 Santa Rosa de Copán tiene un Ingreso per Cápita de US\$ 4.259, un IDH de 0,727, una Tasa de Analfabetismo en personas mayores de 15 años de un 16,7 y un Índice de Pobreza Humana del 13,2.

De acuerdo con datos del Informe Municipal sobre el Estado de los Objetivos y Metas del Milenio de Santa Rosa de Copán 2010, en el municipio de Santa Rosa la tasa de pobreza es del 70,2% y de pobreza extrema del 43,7%, con una tasa de desempleo del 10,1%, que en mujeres es del 19,1%. El 53,6% de la población cuenta con servicio de saneamiento y el 93,4% con acceso a fuentes de agua segura (Agencia Española de Cooperación Internacional, 2013).

2.1.2. Aspectos demográficos

La población es de 68,016 personas la cual está compuesta por 31,518 hombres y 36,498 mujeres. Con una población en el área urbana de 55,158 personas y en el área rural de 12,867 personas.

Tabla 1 Total, de población al 2018 según rangos de edad quinquenales, por sexo, y área urbana y rural

Edad	Total	Hombre	Mujer	Urbano	Rural
	68,016	31,518	36,498	55,158	12,857
0-4	6,636	3,442	3,194	5,279	1,357
5-9	6,888	3,495	3,393	5,439	1,448
10-14	6,958	3,389	3,569	5,623	1,335
15-19	7,471	3,488	3,983	6,180	1,291
20-24	6,993	3,194	3,799	5,705	1,287
25-29	6,254	2,849	3,405	5,093	1,161
30-34	5,529	2,506	3,023	4,467	1,062
35-39	4,439	2,015	2,424	3,646	793
40-44	3,728	1,643	2,085	3,056	672
45-49	3,076	1,351	1,725	2,562	514
50-54	2,533	1,096	1,437	2,096	437
55-59	2,036	852	1,184	1,630	406
60-64	1,626	688	930	1,317	309
65-69	1,298	534	764	1,020	278
70+	2,551	974	1,576	2,044	506

Fuente: Proyección de población 2018, INE Instituto Nacional de Estadística, Santa Rosa de Copán

2.1.3. Aspectos económicos

El occidente de Honduras se caracteriza, desde el punto de vista económico, por ser una región con potencialidad en el sector agrícola, ganadero, comercio y servicios, con un enorme crecimiento, principalmente en la última década, en la producción de café, rubro que representa mucha relevancia e importancia para el país, por la cantidad y calidad del mismo (Fundación ETEA, 2012).

Capítulo 3

Marco de Información

3. Marco de Información

3.1. Historia de los impuestos

La historia de los impuestos es casi tan antigua como la historia del hombre pensante. Desde las primeras sociedades humanas, los impuestos eran aplicados por los soberanos o jefes en forma de tributos, muchos de los cuales eran destinados para asuntos ceremoniales y para las clases dominantes. La defraudación de impuestos teniendo el carácter y destino que se les daba eran poco comunes, debido al control directo que de la recaudación hacían sacerdotes y soberanos.

Las primeras leyes tributarias aparecen en Egipto, China y Mesopotamia. Textos muy antiguos en escritura cuneiforme de hace aproximadamente cinco mil años, señalaban que “se puede amar a un príncipe, se puede amar a un rey, pero ante un recaudador de impuestos, hay que temblar”. En el nuevo testamento, aparece la figura de recaudador de impuestos en la persona de Mateo, siendo este puesto algo detestable y poco santo como lo manifestaban los primeros discípulos de Jesús cuando iba a comer en casa de este.

En Egipto, una forma común de tributar era por medio del trabajo físico (prestación personal), para lo cual tenemos como ejemplo la construcción de la pirámide del rey Keops en el año 2,500 A. C. misma que duro veinte años, participando aproximadamente 100,000 personas que acarreaban materiales desde Etiopia. También se encuentra en una inscripción de una tumba de Sakkara con una antigüedad de aproximadamente 2,300 años A. C. la que trata de una declaración de impuestos sobre animales, frutos del campo y semejantes.

Respecto a impuestos internacionales, los pueblos antiguos en sus relaciones con otras naciones tomaron a los impuestos como una forma de sujeción y dominio sobre los pueblos vencidos. Como ejemplo tenemos al Imperio Romano, el cual cobraba fuertes tributos a sus colonias, situación que permitió que por mucho tiempo los ciudadanos romanos no pagaran impuestos. Los babilonios y asirios después de victoriosas campañas militares levantaban monumentos indicando a los vencidos sus obligaciones económicas contraídas.

Augusto en Roma, decretó un impuesto del uno por ciento sobre los negocios globales llamado Centésima.

En China, Confucio fue inspector de hacienda del príncipe Dschau en el estado de Lu en el año 532 A. C. Lao Tse decía que al pueblo no se le podía dirigir bien por las excesivas cargas de impuestos.

En el México precolombino, se acostumbraba a entregar a las aztecas bolas de caucho, águilas, serpientes y anualmente mancebos a los que se les arrancaba el corazón como parte de sus ceremonias religiosas.

El cobro de tributos para los incas en Perú consistía en que el pueblo ofrecía lo que producía con sus propias manos al dios rey, mismo que a cambio les daba lo necesario para su subsistencia, apoyado claro por un ejército de funcionarios.

Como se puede observar, en la antigüedad, la forma de pagar y cobrar tributos no era del todo equitativa y más bien obedecía a situaciones de capricho, mandato divino o sojuzgamiento de un pueblo por otro. También podemos ver que los mismos seres humanos eran parte de los tributos y eran destinados a sacrificios ceremoniales u obligados a realizar trabajos físicos.

Algunas declaraciones de impuestos eran humillantes, ya que al presentarlas, la contribuyente tenía que arrodillarse y pedir gracia (Velázquez, 2010).

3.2. Impuestos en la edad media

En la edad media los vasallos y siervos tenían que cumplir con dos tipos de contribuciones: las primeras eran prestaciones de servicios personales y otras de tipo económico, liquidables en dinero o en especie. Los impuestos en especie consistían en la participación de los productos de la tierra como gallinas, cera. También se recibían derechos en metálico o en granos por cada cabeza de ganado, buey, carnero, puerco o cabra. Otro derecho en especie consistía en que los labriegos estaban obligados a cocer pan en el horno del señor, a moler su trigo en el molino señorial, y a pisar las uvas en su lagar, lo que generaba ganancias al patrón en derechos por el uso de sus instalaciones. A estas contribuciones se le denominó Banalidades, porque se instituyeron por medio de Bando, Pregón o Edicto. El clero recibía un impuesto en especie en forma de vino.

En la Edad Media las contribuciones que se cobraban llegaron a ser humillantes, indignos e intolerables, por ser impuestas obligatoria y arbitrariamente. Un ejemplo lo constituye derecho de toma, que consistía en que el señor feudal podía obtener todo lo necesario de sus siervos para condicionar su castillo pagando por ello el precio que el mismo fijara. Tenemos también el Derecho de Pernada, que consistía en el derecho que tenía el señor feudal sobre la virginidad de la mujer antes de contraer matrimonio.

Otros ejemplos que sucedieron alrededor del año 1500 en Europa consistían en presentar sus impuestos en efectivo a los Kammerer (tesoreros). Actualmente en Alemania, los encargados de la administración financiera municipal llevan el título citado en aquella época.

Los castigos que se infringían en la edad media por la omisión del pago de los impuestos consistían en encarcelar a los infractores en la torre del castillo, en algo parecido a un calabozo húmedo, oscuro, sucio, con animales e insectos; también utilizaban cámaras de tormento.

Otro castigo para quien no pagara impuestos lo constituía el tener que pasarse el resto de sus días como galeote, es decir, forzado a trabajar en las galeras. Las personas que no podían o se negaban a pagar el diezmo también eran recluidas en la torre (Velázquez, 2010).

3.3. Situación tributaria en América Latina

El papel desempeñado por la política tributaria en América Latina durante las últimas décadas ha sido un tema tratado permanentemente, si bien no siempre se profundizó en grado suficiente el conocimiento de sus efectos económicos. Su interacción con las políticas macroeconómicas, sus implicaciones en materia de ahorro e inversión y sus repercusiones en la distribución de los ingresos son temas respecto de los cuales aún existe un amplio margen de incertidumbre, si bien pueden identificarse estudios específicos para determinados países.

Las cambiantes circunstancias económicas y sociales que enfrentó la región como resultado de los procesos de apertura comercial y financiera a nivel internacional, el abandono del papel empresarial del Estado, el aumento de la informalidad de los mercados laborales y la creciente concentración de las rentas registrada en la generalidad de los países han dejado su impronta en la cuestión tributaria, si bien en muchos casos aún se mantienen algunas características previas a esos acontecimientos.

En estas dos últimas décadas, América Latina ha experimentado profundos cambios estructurales en cuanto a su situación tributaria. Estos cambios no han sido armónicos y

permanentes, sino que, por el contrario, han mostrado ser desequilibrados y continuos, porque en todos estos años no se ha logrado un adecuado balance de la distribución de la carga tributaria entre los distintos estratos socioeconómicos que permitiera alcanzar un cierto grado de consenso social al respecto, así como tampoco ha sido posible establecer patrones definitivos en cuanto a la participación de los diferentes niveles de gobierno en la configuración de la presión tributaria en aquellos países en los que existen potestades tributarias concurrentes. A su vez, los cambios han sido continuos porque los procesos de reforma tanto de la estructura tributaria como de su administración se han vuelto reiterados al no poderse obtener la recaudación suficiente como para satisfacer las demandas del gasto público y lograr sostenibilidad y solvencia en el tiempo.

La evolución de la carga tributaria (incluida la seguridad social) entre 1980 y el 2004 muestra un crecimiento dispar de la presión tributaria en los distintos grupos de países, con un incremento más marcado en aquellos que inicialmente ya tenían una carga tributaria más elevada, lo que significa que su tendencia se profundizó.

En este sentido, resultan claros el caso de Brasil, la evolución reciente en Argentina y el sostenido crecimiento de la carga tributaria en Uruguay y Costa Rica, mientras que, por otra parte, se observan niveles más estables en Chile y México, si bien en este último con una carga tributaria baja. Como resultado, la presión promedio para la región subió de un 14% en los años ochenta a casi un 17% en el 2004. Al ponderar estos resultados por el PIB de los países se puede tener una idea del promedio para la región, que ha oscilado entre un 20% y un 21% en los últimos 15 años.

Estos valores representan prácticamente cinco puntos porcentuales por encima del promedio simple, lo que se explica por el mayor peso relativo de Brasil, Argentina, Chile y

Colombia, países que elevan el nivel promedio de la carga tributaria regional, en tanto que los bajos niveles impositivos de México y República Bolivariana de Venezuela producen un efecto contrario.

Por otra parte, se distingue un grupo de países con menor carga tributaria integrado conjuntamente por aquellos que cuentan con ingresos por concepto de recursos naturales, entre los que figuran México, República Bolivariana de Venezuela, Ecuador (petróleo) y Panamá (tarifas por uso del Canal), y por otros países que tradicionalmente y por problemas recurrentes han tenido dificultades para aumentar su carga tributaria, tales como Haití, Guatemala y Paraguay. No puede dejar de señalarse la importancia que registran las donaciones externas en varios países de la región, aunque no resulta claro si el efecto de estas no ha demorado los esfuerzos nacionales por captar recursos genuinos.

En síntesis, el panorama anterior muestra una situación dispar, ya que, si bien son países pertenecientes a la misma región, acusan casi las mismas disimilitudes que existen entre los países desarrollados y en desarrollo en cuanto a sus niveles de carga tributaria. Se observa así que el promedio de la carga tributaria de Brasil en los últimos 10 años ha sido de un 32% del PIB, en tanto que otros, como Guatemala o Haití, se han mantenido sistemáticamente por debajo del 10% (CEPAL, 2006).

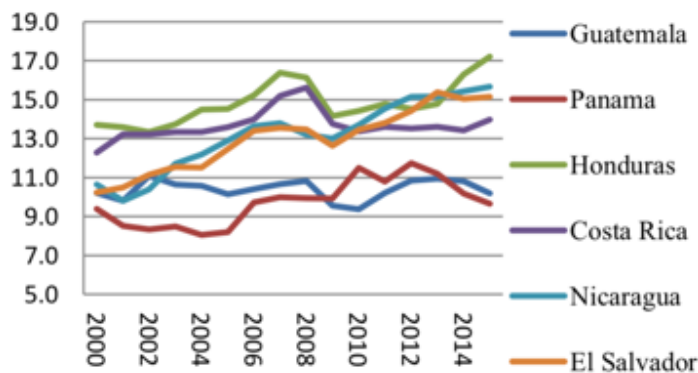
3.4. Situación tributaria en Centroamérica

En los últimos años las presiones tributarias de los países de la región Centroamericana han presentado un crecimiento progresivo, a excepción del año 2009 producto de los efectos de la crisis financiera global, la cual impactó negativamente el comercio, generando una disminución en los ingresos provenientes de dicha actividad. Se tradujo en una reducción en la presión tributaria principalmente en Honduras (1.9%), Costa Rica (1.8%), Guatemala (1.2%), y El Salvador (0.9%).

Por otra parte, Nicaragua presentó una contracción en su presión tributaria de 0.2% y Panamá mantuvo un nivel de recaudación constante. Luego del año 2009 el promedio de la presión tributaria de la región presentó un ritmo creciente, siendo el determinante principal las diversas reformas y leyes establecidas durante los últimos años.

En el gráfico No. 1 se observa la presión tributaria de los países centroamericanos, siendo Honduras el que ha presentado la mayor recaudación tributaria a través de los años, alcanzando niveles de 16.4%. Caso contrario es el de Panamá y Guatemala, los cuales muestran los niveles más bajos de toda la región de 8.2% y 9.4%, respectivamente.

Gráfico 1 Presión tributaria de los países centroamericanos



Fuente: Revista Economía y Administración, Vol. 9, No. 1, 2018 con datos de CEPAL, SEFIN, BCH, BCR, Ministerio de Economía y Finanzas, Ministerio de Hacienda El Salvador, Banco mundial, Ministerio de Hacienda Costa Rica y Banco Central de Guatemala.

Honduras tuvo un alza, debido a la aprobación de la ley de ordenamiento de las finanzas públicas y el cobro del impuesto sobre venta el cual pasó del 12% a 15%, generando un aumento de la recaudación tributaria, pasando de 14.8% en el 2013 a un 16.3% y 17.2% en los años del 2014 y 2015, respectivamente, posicionando a Honduras como el país con la mayor recaudación tributaria de la región centroamericana.

Estructura de los ingresos tributarios, durante la última década la estructura de los ingresos tributarios de Honduras está compuesta principalmente por impuestos directos e indirectos, los cuales han mostrado variaciones en los niveles de recaudación tributaria del país. Los impuestos con mayor recaudación son los impuestos a la renta, producción, consumo y ventas, siendo estos tres últimos partes de los impuestos indirectos. Es importante mencionar que los impuestos a la producción y ventas son los que representan la mayor recaudación de ingresos en el sistema tributario, con un promedio de 44% en los impuestos sobre la producción y un 27% en el impuesto sobre la renta (Rosales Rivera et al., 2018).

3.5. Administración tributaria en Honduras

Honduras se encuentra en un proceso de transición en su normativa y estructura de administración de tributos. A partir del primero de enero del 2017, entro en vigencia el nuevo Código Tributario, Decreto 170-2016, que derogó la normativa tributaria anterior, el Decreto 22-97. Esto dio nacimiento a una Administración Tributaria dependiente directamente de la Presidencia de la República, la que por medio del Acuerdo Ejecutivo 01-2017 decide denominarla Servicio de Administración de Rentas o sus siglas: SAR.

La Administración anterior estaba estructuralmente supeditada a la Secretaría de Finanzas, para luego pasar a ser una entidad con independencia funcional y administrativa (Estado de Honduras, 2016).

Este proceso se inició con la liquidación de la Dirección Ejecutiva de Ingresos el 16 de marzo del 2016, institución que dejó una imagen de incompetencia, falta de profesionalismo y de transparencia. El Decreto PCM-83-2015, publicado en La Gaceta en fecha 10 de febrero del 2016, ordenó su cierre definitivo para que tomara el relevo una nueva entidad con un esquema, atribuciones y jerarquía distintas.

Durante el proceso de renovación, la entidad encargada de llenar ese vacío se denominó Comisionada Presidencial de la Administración Tributaria (CPAT), la cual cesó sus funciones el 31 de diciembre del 2016.

3.6. MIPYME en Honduras

En Honduras la micro, pequeña y mediana empresa juega un papel muy importante en la cohesión social, ya que contribuye significativamente a la generación de empleo, de ingresos y erradicación de la pobreza. Históricamente ha enfrentado una serie de dificultades para su desarrollo y crecimiento, algunas inherentes a sus propias características y otras particularmente relacionadas con la situación económica, social y educativa del país. La competencia internacional de un mundo globalizado también ha sido un obstáculo para estas empresas.

El sector público y privado ha realizado esfuerzos para promover el desarrollo del sector, todavía no han logrado el objetivo deseado, sin embargo, ha ido acumulando experiencia, conocimiento e interés para el fortalecimiento de la MIPYME (CEPAL, 2003).

Según estudios y estadísticas proporcionadas en la página de MIPYMES Honduras existen alrededor de 500,000 empresas en el país que generan el 70% de los empleos, el 2% de estas se encuentra ubicado en el departamento de Copán, más del 95% tienen hasta 5 empleados, clasificándose como microempresas (MIPYME, 2018).

Este sector es el que más empleos genera en nuestro país convirtiéndose en un pilar fundamental para el desarrollo económico de Honduras.

Las estadísticas del Centro de Desarrollo Empresarial para las MIPYMES (CDE-MIPYME) nos muestran que el 24% de las MIPYMES se dedican al rubro del comercio, el 19% servicios, 18% agroindustria, 13% alimentos, 9% manufactura, 6% turismo, 5% industria y el 4% artesanías.

De acuerdo con la Asociación Nacional de Medianos y Pequeños Industriales (AMPI, 2018) en Honduras la micro, pequeña y mediana empresa aportan el 50% del producto interno bruto (PIB)

La Constitución de la República en el artículo 337, establece que la industria y el comercio en pequeña escala constituyen un patrimonio de los hondureños y que su protección será objeto de una ley, es acá donde nace la ley para el fomento y desarrollo de la competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa, ya que estudios realizados han determinado su rápido crecimiento y su contribución al desempleo en el país y han demostrado la capacidad de emprendimiento y creatividad del hondureño (Congreso Nacional de Honduras, 2009).

El Gobierno de Honduras ha creado una ley que tiene por objeto el impulso a la micro y pequeña empresa, por medio de incentivos que promuevan el crecimiento económico, a través de la generación de nuevas oportunidades de empleo, el bienestar, desarrollo y realización de la persona humana; así como una oportunidad para ratificar la capacidad de emprendimiento y determinación de los hondureños.

Las empresas que se acojan a este régimen podrán gozar de muchos beneficios fiscales y municipales entre ellos la exoneración del pago de impuesto sobre la renta en los primeros 5 años de operación, esta ley entro en vigencia el 28 de noviembre de 2018 (Estado de Honduras, 2018).

El objetivo de una empresa consultora y asesoría fiscal para el sector MIPYME es evitar situaciones que pongan en riesgo la viabilidad de un proyecto, como se mencionó anteriormente uno de los campos más delicados cuando se pone en marcha un negocio, es tema de pago de impuesto y la comunicación con el Servicio de Administración de Rentas.

Un requisito legal es que todas las gestiones deben hacerse en tiempo y forma adecuada y sobre todo teniendo en cuenta que las sanciones por no actuar de manera correcta pueden ser muy elevadas. Un asesor fiscal cuenta con el conocimiento y la experiencia necesaria para realizar de

forma correcta todas las gestiones en la administración tributaria, resolver dudas y dar orientación al momento de poner en marcha una idea de negocio.

3.6.1. Criterios de clasificación para las MIPYMES

Tabla 2 Cuadro comparativo de definiciones de MIPYMES con respecto a Honduras

País	Criterio de Clasificación	Microempresa	Pequeña empresa	Mediana empresa
Honduras Decreto 135-2008	Empleados	De 1 a 10	De 11 a 50	De 51 a 150
	Activos	----	----	----
	Ventas Brutas	----	----	----
Estados Unidos Small Business Administration	Empleados	----	Hasta 500	----
	Activos	----	----	----
	Ventas Brutas	----	Hasta 7,000	----
Unión Europea Comisión Europea (2005)	Empleados	De 1 a 10	De 11 a 50	De 51 a 250
	Activos	Hasta 2,803.10	> 2,803.1 < 14,015.40	> 14,015.40 < 60,266
	Ventas Brutas	Hasta 2,803.10	> 2,803.1 < 14,015.40	> 14,015.40 < 70,076.80

Fuente: Adaptado de (Álvarez M. y Durán Lima J., 2009, p. 29)

Como se puede apreciar en la Tabla 2, en Honduras no ha existido una definición unificada y objetiva de las MIPYMES, sino que más bien se ha venido usando conceptos de acuerdo con los objetivos y naturaleza de las instituciones, proyectos o programas que de una u otra manera brinda apoyo a este sector (CEPAL, 2009).

3.7. Principios constitucionales del derecho tributario

Para comprender mejor este tema necesitamos comprender conceptos básicos del Derecho Tributario que den contexto al presente estudio, el objetivo es definir principios Constitucionales, los cuales constituyen el adhesivo que da coherencia a toda normativa fiscal y deben orientar la gestión de tributos, y que es vital importancia conocer a fondo para poder brindar un mejor servicio en el tema fiscal.

Como lo establece el Artículo 26 del Código Tributario, esta rama es de orden público y está sujeto a los Principios Generales aplicables comunes a toda materia, si bien existen principios

específicos que se relacionan directamente con la actividad fiscal del Estado. El marco normativo y administrativo en el que esta se desarrolla es lo que denominamos sistema tributario, definido por José Manuel Tránchez Martín (2013)¹, como un “conjunto de instituciones, principios y relaciones de interdependencia de carácter jurídico y económico, que caracterizan con cierta permanencia la organización y el funcionamiento de la actividad financiera del Sector Público de un país o conjunto de países, y están orientadas a la consecución de determinados fine u objetivos”.

Los principios constitucionales son el fundamento de la estructura financiera y sobre ellos se apoya nuestro sistema tributario. Son vinculantes para los poderes públicos y deben inspirar todo acto normativo que verse sobre materia tributaria, siendo un pilar esencial del Estado de Derecho. La Carta Magna establece en su Artículo 351 que “el sistema tributario se regirá por los principios de legalidad, proporcionalidad, generalidad y equidad, de acuerdo con la capacidad económica del contribuyente,” a los que se puede añadir el de no confiscatoriedad del Artículo 109. En su conjunto, constituyen la base jurídica en la que el legislador debe fundamentar su comportamiento.

3.7.1. Principio de legalidad

Este principio está directamente relacionado con la Potestad Tributaria: la facultad del órgano legislativo para crear leyes que regulen la relación jurídico-tributaria entre el Estado y los sujetos obligados.

En el caso de Honduras, solo el Congreso Nacional tiene la atribución de crear, modificar o suprimir tributos, sin perjuicio de la atribución del Ejecutivo para emitir los reglamentos que estime necesarios para la aplicación de estas leyes tributarias especiales.

¹ TRB Diplomado en tributación, curso 2 sistema tributario por Nyrka Yangali.

Este principio se encuentra contenido en el Artículo 205.35 de la Constitución y el Artículo 11 del Código Tributario, que definen de forma clara las atribuciones exclusivas del Congreso Nacional en materia tributaria:

- 1) Crear impuestos, contribuciones y cualquier carga pública, también conocido con el aforismo *nullum tributum sine lege* (no hay tributo si no está en la ley).
- 2) Otorgar exenciones, exoneraciones o cualquier tipo de beneficio tributario y aduanero.
- 3) Establecer y modificar multas y la obligación al pago de intereses.
- 4) Establecer obligación de presentar declaraciones y autoliquidaciones sobre la obligación tributaria o aduanera principal y a efectuar pagos a cuenta o anticipados.

Imponer obligaciones accesorias

- 1) Tipificar delitos y faltas y sus penas.
- 2) Otorgar privilegios o preferencias tributarias o aduaneras.
- 3) Regular el pago, compensación, confusión, condonación, prescripción y extinción de las obligaciones tributarias.
- 4) Establecer y modificar los plazos de la prescripción.

3.7.2. Principio de proporcionalidad

Es el que busca asegurar la distribución justa de las cargas impositivas con base en lo que cada segmento poblacional puede contribuir siguiendo criterios cuantitativos (como el nivel de ingreso) para determinar la sujeción del obligado a un tributo.

El ejemplo más común es la fijación anual de la base exenta y la escala progresiva del Impuesto Sobre la Renta para las personas naturales, que establece el nivel de ingresos a partir de la cual se está obligado a pagar y las tasas proporcionales para el cálculo del débito fiscal.

3.7.3. Principio de igualdad

Es la adaptación de la obligación tributaria a la situación específica que vive cada obligado, teniendo así igual consideración. Establece que el legislador debe ejercer su Potestad Tributaria considerando la situación familiar y personal del obligado para determinar su sujeción a cualquier carga fiscal, pues, se deben incluir criterios cuantitativos y subjetivos, ya que de no ser así el Estado estaría gravando a la población sobre la base de una realidad económica ficticia y consecuentemente inaplicable.

3.7.4. Principio de generalidad

La Constitución de la República expresa que los extranjeros están sujetos a las mismas cargas impositivas que los nacionales. Los tributos son de aplicación general, pero no significa que todos estemos sujetos a una obligación ni que el Estado no pueda otorgar beneficios fiscales en aplicación de las atribuciones constitucionales otorgadas a cada Poder.

Este principio prescribe que son sujetos gravados aquellos que se encuentren contemplados en el hecho generador; la situación real o supuesta contemplada en la ley y que da nacimiento a una obligación tributaria (ejemplo: en el Impuesto Sobre Ventas el hecho generador es adquirir bienes o servicios).

3.7.5. Principio de no confiscatoriedad

El artículo 109 de la Constitución de la República taxativamente dispone que los impuestos no podrán ser confiscatorios, sin dar definición de lo que entiende por confiscación. Guerrero la define como la apropiación estatal de los bienes de una persona sin mediar compensación. Esta confiscación puede ser total o parcial y puede estudiarse como pena pecuaria en materia penal pero también como el traslado de estos bienes al poder del Fisco (Govea & Guerrero, 2002).

La tributación no puede llegar al punto de ser lesiva para el bienestar material del sujeto obligado, por lo que este principio actúa como defensa de la propiedad privada que reconoce la Constitución y es un pilar fundamental del Estado de Derecho.

3.8. Obligaciones tributarias

El Código Tributario en su Artículo 26, siguiendo el modelo del Centro Interamericano de Administraciones Tributarias (CIAT) (Centro Interamericano de Administraciones Tributarias (CIAT), 2015) las define como aquellas que se derivan de la relación jurídico-tributaria (la sujeción legal a los tributos), tanto para el Estado como para el obligado. Estas se pueden clasificar en dos tipos:

- 1) Materiales: Son las que implican un pago, a título propio o a cuenta de un tercero, o prestación económica.
- 2) Formales: El resto de las obligaciones que impongan las leyes tributarias. Estas las encontramos descritas en el Artículo 63 de la referida norma e incluyen: llevar registros contables según la normativa contable vigente, expedir documentos fiscales, presentar las declaraciones y notificaciones correspondientes, etc.

Esto se puede ejemplificar fácilmente con los comerciantes, pues al ejercer su actividad mercantil generan Impuesto Sobre Ventas, el cual debe ser pagado mediante un formulario de Declaración Jurada (Estado de Honduras, 2017). La presentación del formulario correspondiente constituye la obligación formal y pagar el impuesto causado es la obligación material. Las infracciones al cumplimiento de estas obligaciones las conceptualiza y clasifica el Artículo 149 en dos tipos: las faltas y los delitos tributarios. Los derechos y obligaciones contenidos en las leyes

tributarias generales y especiales, así como la facultad del Fisco para exigir su efectivo cumplimiento, prescriben según lo dispuesto en el Artículo 144 del Código Tributario:

- 1) Cuatro años para las obligaciones aduaneras.
- 2) Cinco años para los obligados inscritos al Registro Tributario Nacional.
- 3) Siete años en todos los demás casos.

3.9. Periodo impositivo y devengo

De la lectura del Artículo 26 del Código se puede concluir que la norma actual reconoce que la exigibilidad de las obligaciones tributarias se determina por periodos fiscales que pueden ser mensuales, anuales y atípicos, pero existen obligaciones de periodicidad quincenal que establecen las leyes especiales, como la Contribución Especial por Transacciones Financieras pro-Seguridad Poblacional (Estado de Honduras, 2011) o trimestral, como los informes trimestrales de los Prestamistas No Bancarios que establece el Decreto Ley No. 14 de fecha 18 de enero de 1973 emitido por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SEFIN, n.d.). En este espacio de tiempo es donde se entiende efectivamente producido el hecho generador de la obligación o *devengo*. Cada tipo de periodo sigue las reglas siguientes:

Anual: Cuando el Estado establece cargas impositivas anuales, se entiende que el periodo abarca el año natural civil, que corre del primero de enero al treinta y uno de diciembre. Sin embargo, en atención a causas debidamente justificadas, el obligado puede solicitar a la Administración la autorización para operar bajo un periodo fiscal especial; en el caso del sector cafetalero, por ejemplo, se suele trabajar en un año calendario que inicia el 01 de octubre de un año determinado y finaliza el 30 de septiembre del año siguiente (Consejo Nacional del Café, 2016).

- 1) Mensual: El periodo se calcula desde del primer al último día del mes civil o natural.

- 2) **Atípica:** En esta periodicidad se incluyen los casos previstos en los numerales sexto y séptimo del referido artículo como el cese de actividades, fallecimiento u otra causa de extinción de la obligación tributaria y la fusión o absorción de sociedades mercantiles.

3.10. Concepto y clasificación de los tributos

Tributos son las prestaciones pecuniarias que el Estado exige en ejercicio de su potestad tributaria y como consecuencia de la realización del hecho imponible previsto en la Ley, al que está vincula el deber de contribuir, con el objeto de satisfacer necesidades públicas.

Los Tributos se clasifican en:

- 1) **Impuestos:** es el tributo cuya obligación tiene como hecho generador y como fundamento jurídico una situación relativa al contribuyente tomando en consideración la capacidad contributiva del mismo, sin estar el Estado obligado a una contraprestación equivalente.
- 2) **Tasas:** Tasa es la suma de dinero que el Estado o alguno de sus organismos descentralizados, percibe por la prestación efectiva de un servicio público a una persona determinada, natural o jurídica, cuyo monto debe corresponder al costo o mantenimiento del servicio; y, para la aprobación de una Tasa, se requiere un estudio técnico-económico y de impacto social que sustente su precio o monto.
- 3) **Contribuciones:** es el tributo cuya obligación tiene como hecho generador beneficios especiales o un aumento de valor de los bienes del obligado tributario, derivados de la realización o ampliación de obras o servicios públicos. El producto del pago de la contribución no debe financiar la totalidad de la realización o ampliación de la obra o de los servicios públicos, sino la parte de la obra o servicios atribuible a los beneficios especiales y no debe tener un destino ajeno a la financiación de las obras o las actividades

que constituyen el presupuesto de la obligación; y, para la aprobación de una contribución, se requiere un estudio técnico-económico y de impacto social que sustente su precio o monto.

- 4) **Monotributo o Tributo Único:** se crea basado en los principios constitucionales de legalidad, proporcionalidad, generalidad y equidad, atendiendo a la capacidad económica del obligado tributario, al que están sujetos las organizaciones del Sector Social de la Economía, otros sectores económicos y profesionales que determine la Ley y los que desarrollen actividades económicas y civiles no lucrativas. Se excluye de la obligación del Monotributo o Tributo Único a las Organizaciones No Gubernamentales de Desarrollo (ONGD) sin fines de lucro sujetos a una Ley Especial de Fomento para las Organizaciones No Gubernamentales de Desarrollo e Iglesias; y, este régimen especial se basa en alícuotas escalonadas, según los parámetros que fije la Ley que lo regule.

El Monotributo o Tributo Único debe sustituir la obligación de pago de cualquier tributo a los ingresos directos o conexos en el régimen tributario nacional.

3.11. Beneficios fiscales

Es difícil intentar conceptualizar los beneficios fiscales en Honduras ante la variedad de términos que se emplean en la legislación tributaria que los otorgan. Sin embargo, pueden definirse como las disposiciones especiales que establecen exclusiones, créditos, tasas preferentes o aplazamiento de obligaciones tributarias (Naciones Unidas, 2018).

En la práctica actual, se suele denominar beneficios únicamente a los regímenes especiales que se crean como parte de la política económica del Estado (Zonas Libres o Zonas Francas y Regímenes de Importación). La Ley de Responsabilidad Fiscal (Decreto 25-2016) y la Ley de Eficiencia en los Ingresos y Gasto Público (Decreto 113-2011) siguen esta línea doctrinaria a la

hora de establecer que ninguna persona puede gozar de beneficios amparados en dos regímenes distintos de forma simultánea. Sin embargo, el legislador denomina la Regularización Tributaria como un beneficio en el Código Tributario y por tanto en el presente trabajo lo identificaremos como tal.

Para facilitar su estudio, se clasifican según la forma de acceder a los mismos: automáticos o discrecionales. Los primeros requieren cumplir algunos requisitos, que una vez cubiertos surten efecto sin más trámite; los segundos requieren la emisión de un acto administrativo. El Código Tributario vigente hace eco de esta clasificación cuando diferencia entre la exención y la exoneración. La primera la otorga la ley directamente por mandamiento del legislador, basado en la equidad tributaria y la segunda es personalísima y requiere de un procedimiento administrativo autorizante. Lo mismo se da en los beneficios fiscales que competen a esta investigación; la Amnistía (a partir del Decreto 32-2017), es automática, mientras que la Regularización Tributaria es discrecional porque requiere la presentación de una solicitud y su resolución.

3.12. Verificación y fiscalización

En todo aparato gubernamental existe como parte de su estructura un órgano que cumple la función de vigilancia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias y que se conoce como Administración Tributaria, la que, por medio de sus dependencias operativas de Auditoría o Fiscalización, aplican las estrategias y mecanismos para la verificación, buscando incrementar la recaudación y generar percepción de riesgo en los sujetos pasivos que incumplan. Esta atribución está contenida en el Artículo 198.2 del Código Tributario, cuya única limitante, excepto por el caso excepcional de la Regularización, es la prescripción que regula el Artículo 143 del precitado cuerpo legal y los derechos constitucionales del fiscalizado. La figura y su procedimiento se abordan en el Capítulo III del Título IV del mismo.

Nuestra normativa interna identifica dos facultades distintas y las denomina **verificación y fiscalización**. La primera es la que se limita a realizar actuaciones de comprobación abreviada, las que define como aquellas que se efectúan con la información proporcionada por el propio obligado tributario o que ya obren en los registros de la Administración Tributaria.

Estas facultades se pueden extender a la verificación en campo, que le permite al Fisco realizar actuaciones presenciales en los establecimientos abiertos al público, almacenes, bodegas y análogos (Estado de Honduras, 2016).

La fiscalización tributaria debe entenderse como una atribución originaria que forma parte de la esfera de atribuciones de cada entidad administradora a partir de su creación (entre otras, como la de recaudación y sanción). Se ejercita mediante un procedimiento administrativo coordinado que aplica técnicas de investigación contables que le permitan determinar si el obligado ha cumplido de forma correcta y oportuna. Esta facultad genérica se traduce en conductas y actuaciones específicas que la Administración Tributaria está autorizada a realizar, especialmente las relacionadas a inspección, investigación y control de cumplimiento de obligaciones tributarias (Zegarra, 2016), que están contenidas en el Artículo 124 del Código Tributario. Con el ejercicio de estas atribuciones, el Estado busca generar percepción de riesgo: el cumplimiento motivado por la sanción en caso de ser descubierto y no por el deseo de contribuir.

No se debe confundir esta figura con la de *Auditoría Tributaria*, pues si bien aplican la misma metodología, la fiscalización solo puede ser ejecutada por funcionarios públicos. La finalidad del procedimiento de fiscalización es tener certeza sobre la realización de un hecho generador y sobre los distintos elementos que integran una relación jurídico-tributaria.

En el precitado cuerpo legal también encontramos las Determinaciones de Oficio, las cuales define como “el acto resolutorio mediante el cual verifica la existencia de un hecho generador, realiza las operaciones de cuantificación y determina el importe de la deuda tributaria o aduanera,

comprobando o corrigiendo, si así procediera, la autoliquidación hecha por el obligado tributario y, determinando en este caso una suma a ingresar, una suma a devolver, una compensación, o un sello definitivo, de acuerdo con la normativa tributaria o aduanera.”

Estas Determinaciones de Oficio pueden ser integrales o parciales, siendo las primeras las que denomina “*fiscalización*” (Estado de Honduras, 2016).

3.13. Obligados tributarios

Son obligados tributarios de acuerdo con el Código Tributario de Honduras (2016) los siguientes:

- 1) Los contribuyentes
- 2) Los obligados a realizar pagos a cuenta o anticipados
- 3) Los agentes de retención
- 4) Los obligados a practicar pagos en especie
- 5) Los agentes de percepción
- 6) Los sucesores
- 7) Los terceros responsables
- 8) Los fideicomisos y demás patrimonios autónomos
- 9) Las asociaciones o sociedades de hecho que carecen de personalidad jurídica;
- 10) Los sujetos a los que les resulten de aplicación exenciones, exoneraciones u otros beneficios tributarios.
- 11) Los que deban cumplir con obligaciones formales, incluyendo los obligados conforme a las regulaciones sobre asistencia administrativa mutua en materia tributaria.

3.14. Contribuyentes

- 1) Son contribuyentes las personas naturales o jurídicas directamente sujetas al cumplimiento de la obligación tributaria por encontrarse, respecto al hecho generador, en la situación prevista por la Ley.
- 2) Por consiguiente, tienen tal carácter Las personas naturales
- 3) Las personas jurídicas, incluyendo las sociedades civiles y mercantiles, las cooperativas y empresas asociativas y, en general, las asociaciones o entidades que de acuerdo con el o la percepción de este, en caso de que lo pague el responsable, el agente de retención o de percepción, o, en general, que un tercero deba satisfacerlo por imposición de la Ley.
- 4) Los contribuyentes que participen en la realización de un mismo hecho generador se consideran solidariamente obligados.
- 5) Las entidades centralizadas y descentralizadas del Estado, así como las empresas públicas y de capital mixto, están obligadas al pago de los tributos, salvo que las leyes especiales dispongan lo contrario.

3.15. Deberes y obligaciones en general

Constituyen deberes y obligaciones de los obligados tributarios, sean sujetos de imposición o no, entre otros, los siguientes:

- 1) Inscribirse en los registros de la Administración Tributaria Y Administración Aduanera, a los que deben aportar los datos necesarios y notificar sus modificaciones dentro de los plazos legalmente establecidos.
- 2) Inscribirse en los registros de la secretaría de Estado en el Despacho de Finanzas (SEFIN) de conformidad a lo que establezca la Ley, a los que deben aportar los datos necesarios y

notificar sus modificaciones conforme a lo establecido en el presente Código. En caso de incumplimiento de esta disposición, la secretaría de Estado en el Despacho de Finanzas (SEFIN) debe imponer las sanciones directamente o, a su discreción, debe comunicar dicho incumplimiento a la administración Tributaria o a la Administración Aduanera para que proceda a imponer las sanciones correspondientes.

- 3) Presentar declaraciones, notificaciones, autoliquidaciones y otros documentos que requiera la Administración Tributaria y la Administración Aduanera para el cumplimiento de sus funciones.
- 4) Llevar en su domicilio tributario, los libros de contabilidad y registros tributarios que las normas correspondientes establezcan, debiendo conservarlos por un período de cinco (5) años para los obligados tributarios inscritos en el Registro Tributario Nacional y por un período de siete (7) años para los demás casos.
- 5) Atender las comunicaciones y notificaciones por vía electrónico o cualquier otro medio válido, conforme a derecho, realizadas por la Secretaría de Estado en el Despacho de Finanzas (SEFIN), la Superintendencia Tributaria Aduanera, la Administración Tributaria y la Administración Aduanera, según corresponda.
- 6) Respalda las operaciones de enajenación o transferencia de bienes y de prestación de servicios mediante comprobantes extendidos en forma legal.
- 7) Suministrar a la Secretaría de Estado en el Despacho de Finanzas (SEFIN), Superintendencia Tributaria Aduanera, la Administración Tributaria y la Administración Aduanera, según corresponda, en la forma y plazos contenidos en Ley, la información que requieran para el cumplimiento de sus funciones.

8) Atender a la Secretaría de Estado en el Despacho de Finanzas (SEFIN), Superintendencia Tributaria Aduanera, la Administración Tributaria y la Administración Aduanera, según corresponda y prestarles la debida colaboración en el desarrollo de sus funciones.

Capítulo 4

Método

4. Método

4.1. Propuesta metodológica

4.1.1. *Enfoque del estudio*

El tipo de enfoque a utilizar será cuantitativo, ya que es secuencial y probatorio que utiliza la recolección de datos que son necesarios medir las diferentes dimensiones de las variables bajo estudio² (Hernández Sampieri, 2014).

4.1.2. *Tipo y alcance del estudio*

El estudio será de tipo descriptivo busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan estas³ (Hernández Sampieri, 2014).

4.1.3. *Diseño del estudio*

El diseño a utilizar será no experimental, en vista de que no será necesario manipular deliberadamente las variables, simplemente la investigación deberá medir el comportamiento de las mismas sin intervenir en su contexto.⁴ El diseño no experimental del estudio es de tipo transversal, porque se realizará la recolección de datos en un momento, en un tiempo único⁵ (Hernández Sampieri, 2014).

² Según categorización de Roberto Hernández Sampieri en su libro de Metodología de la Investigación 6ta edición Cap. 1.

³ Cap. 5 p. 92

⁴ Cap. 7 p. 152.

⁵ Cap. 7 p. 154.

4.2. Definición de las variables

Tabla 3 Operacionalización de las variables

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Preguntas
Demanda	Son deseos de un producto específico respaldados por la capacidad de pago. ⁶	Conjunto de necesidades y exigencias de las MIPYMES de S.R.C. para la adopción del servicio de asesoría fiscal	Servicio	Tipos de servicio fiscales que demanda el mercado MIPYME de S.R.C.	<p>7. ¿Cuáles de los siguientes servicios considera usted claves para el desarrollo de su empresa?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asesoría Fiscal • Preparación y presentación de declaraciones de ISV e ISR • Altas y bajas de obligaciones fiscales • Preparación, revisión y tramitación de escritos y consultas dirigidas al SAR • Inscripciones y actualizaciones de datos de Registro Tributario Nacional (RTN) • Tramitación de exoneraciones de impuestos sobre ventas, renta, activo total neto y aportaciones solidaria emitidas por la Secretaría de Finanzas (SEFIN). • Liquidación de impuestos municipales • Todos
			Frecuencia	Cantidad de visitas o compras a realizar	<p>9. ¿Con qué frecuencia estaría dispuesto usted adquirir este servicio?</p> <p>A. Mensual B. Bimensual C. Trimestral D. Cada seis meses E. Una vez al año</p>
			Aceptación	Categoría de aceptación del servicio	<p>8. Si existiera una empresa consultora fiscal en Santa Rosa de Copán, ¿Estaría usted dispuesto a contratar los servicios descritos en la pregunta anterior?</p> <p>A. Si B. No</p>

⁶ Según definición de Gregory Mankiw, autor de libro “Principios de Economía” sexta edición

Precio	Es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. ⁷	Cantidad en lempiras a cobrar por el servicio de asesoría o consultoría fiscal.	Servicio	Precio que el cliente estaría dispuesto a pagar por un servicio de asesoría o consultoría fiscal.	11. Seleccione el rango que usted estaría dispuesto pagar mensualmente por el servicio de consultoría fiscal. Lps. 500 – 1,000 Lps. 1,000 – 3,000 Lps. 3,000 – 6,000 Lps. 6,000 – 9,000 Lps. 9,000 – 12,000 Mayor a 12,000
			Forma de pago	Preferencia de cliente al momento de realizar el pago del servicio consultoría fiscal	12. ¿Cómo le gustaría pagar un servicio de consultoría? • Al inicio del servicio • Al finalizar el servicio • Diferido en cuotas
Promoción	Es el medio por el cual una empresa intenta informar, directa o indirectamente, sus productos y marcas al gran público. ⁸	Medios de publicidad más adecuados para la promoción del servicio de asesoría y consultoría fiscal en S.R.C.	Publicidad	Tipo de medio de comunicación más utilizado por el mercado meta	1. ¿Por qué medio le gustaría obtener información de nuestros servicios? • Redes Sociales (Facebook, Instagram) • Página web • Correo electrónico • WhatsApp empresarial • Periódico • Afiche publicitario

Fuente: Elaboración Propia

⁷ Según definición de Philip Kotler y Gary Armstrong, autores del libro "Fundamentos de Marketing", sexta edición

⁸ Según definición de Philip Kotler y Kevin Lane Keller, autores del libro "Dirección de Marketing", catorceava edición

4.3. Participantes

4.3.1. Población

Para el estudio se tomará únicamente a las empresas y profesionales independientes en la ciudad de Santa Rosa de Copán que entren dentro de la categoría de micro, pequeña y mediana empresa.

El sector de comercio y servicios, representan una actividad económica importante para el municipio, debido a que existe una proliferación del comercio: Aproximadamente el 20% de la población económicamente activa se dedica o se ubica bajo este sector (Consultores Financieros Internacionales S.A, 2005).

Según información brindada por la oficina departamental de Copán del Servicio de Administración de Rentas se encuentran registradas alrededor de 3,515 empresas, las cuales tomaremos en cuenta para desarrollo de este proyecto.

4.3.2. Procedimiento de muestreo

El tipo de muestreo utilizado para seleccionar los elementos de la población objetivo a encuestar será del muestreo no probabilístico, ya que se seleccionó solo a las micro, pequeñas y medianas empresas. Dentro de este muestreo se utilizó la técnica de muestreo por conveniencia donde el investigador selecciona a las personas que formaran parte de la muestra a criterio personal.

Para ello, se realizó un atapa de reconocimiento de los posibles lugares en los cuales se puede ubicar a los clientes objetivos, por lo que se levantaron las encuestas a empresas y profesionales independientes donde se presumen cuenten con los atributos deseados para ser objetos de estudio.

Se tomó este tipo de muestreo porque el muestreo probabilístico, debe de contar con la población enumerada para seleccionar la muestra por lo cual se carece de este orden sistemático.⁹

4.3.3. Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizará la siguiente fórmula, partiendo de que ese tiene el conocimiento de la población.¹⁰

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

Dónde:

n = Muestras a observar

N = Población (3,515)

Z = Nivel De Confianza (1.96)

P = Probabilidad de que ocurra (0.50)

Q = Probabilidad de que no ocurra (0.50)

E = Error tolerable (0.05)

$$n = \frac{(3,515) (1.96)^2 (0.50) (0.50)}{(3,515-1) (0.05)^2 + (0.50) (0.50) (1.96)^2}$$

n = 346

4.4. Instrumentos

El instrumento de medición más adecuado para llevar a cabo el presente proyecto de investigación es la encuesta, la cual consta de 14 preguntas, por medio de esta se obtendrán los datos de la mejor fuente que son los clientes potenciales. La encuesta se utiliza para la recolección

⁹ Según Roberto Hernández Sampieri en su libro de Metodología de la Investigación 6ta edición Cap. 8, p. 175.

¹⁰ Según Roberto Hernández Sampieri en su libro de Metodología de la Investigación 6ta edición Cap. 8, p. 178, aditamento electrónico. STATS

de datos aplicada a una fecha determinada, a la cual será destinada aquellas personas con la preferencia de compra y contratación de servicios de asesoría y consultoría fiscal.

En la elaboración del instrumento de recolección de datos, se utilizan preguntas que están acorde a los objetivos y variables específicos del estudio, para cumplir y satisfacer las necesidades de información de la manera más clara y ordenada posible.

Los tipos de preguntas que se utilizan son:

- Preguntas cerradas:

En estas solo presentaran dos alternativas de respuestas a los encuestados como por ejemplo conteste si o no.

- Preguntas de selección múltiple:

Se presentan una serie de posibles respuestas a la pregunta planeada y que ellos seleccionaran la alternativa más adecuada.

4.4.1. Procedimiento de validez y confiabilidad

4.4.1.1. Validez total del instrumento (validez de contenido, criterio, constructo)

El procedimiento de validez del instrumento se realizó con el apoyo de expertos en el área de mercadotecnia e investigación, verificando la validez del contenido, los criterios aplicados en sus análisis y el constructo utilizado en la elaboración de las preguntas formuladas, evidenciándolo por medio del razonamiento y formulación de la pregunta que responden a los criterios propuestos y el diseño de la pregunta. Los aspectos para evaluar fueron los siguientes:

- Criterios de calificación
- Coherencia interna
- Inducción a la respuesta
- Lenguaje adecuado con el nivel del informante

- Mide lo que pretende

4.4.1.2.Prueba piloto

Se realizó una prueba piloto mediante la aplicación del instrumento inicial a una muestra de 50 MIPYMES y profesionales independientes de la ciudad de Santa Rosa de Copán. Su aplicación fue exitosa y no fue necesario refinar o ajustar el instrumento de medición, por lo que se considera viable pasar a la realización de la encuesta de campo sin cambios en el diseño de investigación ya definido.

4.4.1.3.Confiabilidad del instrumento

La confiabilidad del instrumento es el grado en que este produce resultados consistentes y coherentes (Hernández Sampieri, 2014).

En cuanto a la confiabilidad se aplicó la medida de Estabilidad (Confiabilidad por Test Retest)¹¹, procedimiento que consiste en la aplicación de un mismo instrumento de medición dos o más veces a un mismo grupo de personas, después de cierto periodo (Hernández Sampieri, 2014).

El instrumento se aplicó a una muestra de 5 MIPYMES en dos ocasiones con un tiempo de una semana, y los resultados de ambas pruebas se compararon y se correlacionaron para conocer el grado de relación y similitud en las respuestas.

El valor promedio del índice de correlación de los resultados de ambas pruebas para los 5 encuestados fue de 0.9561, el cual se calificó como aceptable, considerando el índice debe estar entre 0 y 1 siendo los valores más cercanos a 1 los más confiables. Por lo que se concluyó que el índice refleja que el instrumento es confiable.

¹¹ Según categorización de Roberto Hernández Sampieri en su libro de Metodología de la Investigación 6ta edición Cap. 9 pág. 208.

4.5. Procedimiento de recolección de datos

En relación con la fuente que suministra los datos, se utilizó la fuente primaria, la cual nos permite obtener los datos de su lugar de origen, utilizando como técnica la recolección de datos la encuesta suministrada a través de Formularios Google, mediante enlace a cada una de las unidades muestrales que, en este caso, corresponden a los propietarios y/o socios de micro, pequeñas y medianas empresas, como a también a profesionales independientes que son económicamente activas en la ciudad de Santa Rosa de Copán. Una vez aplicada la encuesta la tabulación de los datos fue exportada a Excel 2016 para generar los gráficos y realizar su respectivo análisis.

Capítulo 5

Estudio de Mercado

5. Estudio de Mercado

Introducción

En la investigación de mercado de este estudio de factibilidad se muestran los resultados obtenidos del análisis de la demanda en el rubro de servicios de asesoría y consultoría fiscal en la ciudad de Santa Rosa de Copán y analizar si es factible la introducción al mercado de una empresa consultora que cubra estas necesidades.

El estudio de mercado es de vital importancia, ya que la factibilidad del proyecto depende en primera instancia de los resultados obtenidos en él. Aquí se definen los objetivos específicos, se establece el mercado meta y se describen los servicios de una forma detallada y las características puntuales.

Durante el desarrollo de este estudio se realizan 3 análisis principales que son: El análisis de la demanda en la que se determina la demanda total del proyecto, se analiza también el estado de la oferta y el análisis de los precios de mercado. Por último, se establece las estrategias de promoción e introducción al mercado. Todos son elementos claves para obtener los ingresos potenciales que la empresa consultora recibirá por la prestación de sus servicios profesionales.

5.1. Objetivos del estudio de mercado

5.1.1. Objetivo general

- 1) Determinar si la creación de una empresa consultora fiscal orientada a las MIPYMES en Santa Rosa de Copán es factible desde el punto de vista del mercado.

5.1.2. Objetivos específicos

- 1) Medir la demanda existente de las necesidades de una consultora fiscal para las MIPYMES en el mercado de Santa Rosa de Copán.
- 2) Conocer cuáles son los servicios que los clientes potenciales estarían dispuestos a contratar.

- 3) Establecer los precios de venta de los servicios a ofrecer en el mercado de Santa Rosa de Copán.
- 4) Determinar la aceptación de mercado de una empresa asesora y consultora fiscal en la ciudad de Santa Rosa de Copán.
- 5) Identificar los medios y canales de publicidad que la empresa de servicios de consultoría y asesoría fiscal deberá utilizar para ofertar cada uno de los servicios.

5.2. Definición del mercado meta

5.2.1. Perfil del cliente

- a) Poder adquisitivo: Ingresos promedios mensuales superiores a L. 25,000
- b) Estilo de vida: Emprendedores y exitosos
- c) Edad: Comerciantes, empresarios y profesionales independientes mayores de 18 años que tengan capacidad de ejercicio y estén autorizados para ejercer actos de comercio
- d) Clase social: Media

5.3. Segmentación de mercado

El mercado meta se segmenta de la siguiente manera:

- a) Geográficamente: La población contemplada corresponde a los empresarios, emprendedores y profesionales independientes (personas naturales, comerciantes individuales y personas jurídicas) del área urbana la ciudad de Santa Rosa de Copán, especialmente al sector micro, pequeña y mediana empresa, por la razón de que, en dicho lugar se concentran un gran número de clientes potenciales de los servicios.
- b) Demográficamente: La empresa de servicios de asesoría y consultoría fiscal está orientada el sector MIPYMES con ingresos promedios mensuales superiores a

- L. 25,000.00 cuyas actividades económicas se originan del rubro de comercio, producción y servicios.
- c) Psicográficamente: Dirigida a clase social media, propietarios de MIPYMES con estilos de vida exitosos y emprendedores.
- d) Conductualmente: Se pretende atraer a los clientes que han utilizado en forma mensual servicios tributarios.

5.4. Definición del servicio

El tema de las asesorías y todo lo relacionado con el mismo es visto como un elemento secundario, poco necesario y que genera un gasto a las empresas. Sin embargo, el objetivo de este proyecto es cambiar esa perspectiva en las MIPYMES de la ciudad de Santa Rosa de Copán, puesto que una asesoría en un área determinada nos permite focalizar un problema y darle solución para poder continuar con el negocio y que su desempeño no se vea afectado de manera negativa.

En este sentido la micro, pequeña y mediana empresa deberían tener un seguimiento fiscal continuo, pues en su mayoría, esta es el área en la que más se presentan complicaciones a mediano y largo plazo. Una asesoría fiscal permite a la empresa conocer los diferentes aspectos económicos y fiscales que la envuelven y le afectan, de tal forma que se puedan tomar las mejores decisiones respecto a estos temas.

El servicio planteado en este estudio de mercado para el presente proyecto consiste en una empresa consultora fiscal orientada a las MIPYMES de la ciudad de Santa Rosa de Copán, cuya finalidad será convertirse en aliado estratégico para los clientes, apoyando en la gestión administrativa y fiscal que son áreas claves para el desarrollo económico de estas empresas.

Los servicios que ofrecerá la firma consultora serán los siguientes:

- Asesoría y capacitación fiscal

Nuestra asesoría y capacitación en materia de impuestos está orientada a analizar, establecer y diseñar los controles que permitan el estricto cumplimiento de las normas legales y tributarias que rigen a las empresas, mediante una estratégica planeación tributaria que maximice los resultados de nuestros clientes.

- Revisión y preparación del cálculo de impuestos
- Preparación y presentación de declaraciones de impuestos sobre venta e impuesto sobre renta (persona natural y jurídica) e impuestos conexos o cedular del impuesto sobre la renta (Aportación Solidaria, impuesto del activo neto, ganancias de capital).
- Liquidación de impuestos a nivel municipal
- Diagnósticos fiscales
- Consultoría fiscal permanente o eventual
- Estudios de precios de transferencia
- Auditorías fiscales
- Altas y bajas de obligaciones fiscales
- Asistencia en caso de inspecciones tributarias
- Preparación, revisión y tramitación de escritos y consultas dirigidas al Servicio de Administración de Rentas.
- Trámites fiscales de devoluciones y compensación de Impuestos.
- Incorporación a los diferentes regímenes de incentivos fiscales.
- Asesoría e inscripción para la constitución de comerciales individuales y sociedades por medio de la plataforma de mi empresa en línea.

- Asesoría sobre la prevención de multas y sanciones por parte del Servicio de administración de Rentas.
- Inscripciones y actualizaciones de datos de Registro Tributario Nacional (RTN) empresas Jurídicas, comerciales individuales y persona natural en el Servicio de Administración de Rentas.
- Tramitación de exoneraciones de impuestos sobre ventas, renta, activo total neto y aportaciones solidaria emitidas por la Secretaria de Finanzas (SEFIN).
- Registro de exoneraciones de impuestos sobre ventas, renta, activo total neto y aportaciones solidaria en el Servicio de Administración de Rentas (SAR).
- Asesoría y capacitación fiscal a Municipalidades, Mancomunidades, Juntas de Agua, ONG'S, Caficultores, Profesionales independientes, etc.
- Outsourcing de servicios profesionales en las áreas de marketing, legal, administrativos, financieros, contables.

5.4.1. Características del servicio

Si no se tiene un buen plan y asesoría fiscal, el futuro de la empresa podría estar destinado al fracaso. Además de resolver las dudas, una asesoría en el área fiscal permite contar con un apoyo de gran valor que permite prever ciertos riesgos. Lo ideal es logra la optimización fiscal a través del cumplimiento de las diversas obligaciones fiscales que tenga un negocio.

Nuestra empresa busca optimizar la carga fiscal de nuestros clientes, pero siempre dentro de la legalidad, evitando riesgos que acaben convirtiéndose en delitos fiscales dañando la imagen pública de las empresas, por esta razón nuestro servicio se ajusta a las leyes tributarias del país establecidas en el código tributario y sus reformas.

El servicio se presta dependiendo de las características, actividad económica y necesidades del cliente. Se contará con profesionales en materia fiscal y legal que brinden el servicio, garantizando la seguridad y confianza del cliente.

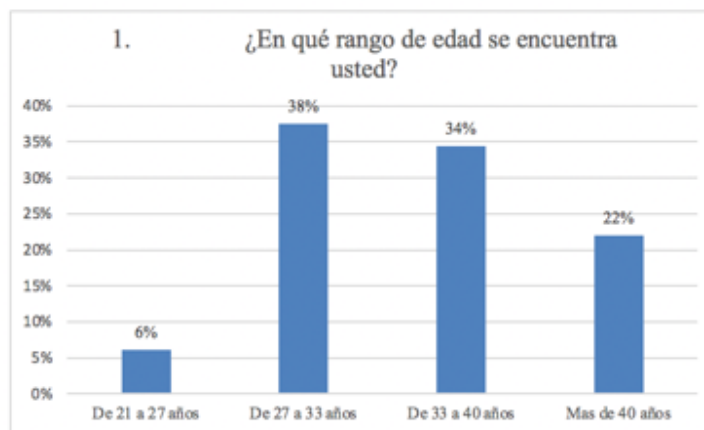
5.5. Análisis de la demanda

5.5.1. Interpretación de los datos obtenidos

Al tabular cada una de las preguntas por las cuales está compuesta la encuesta realizada, se reflejaron los siguientes resultados:

1. ¿En qué rango de edad se encuentra usted?

Gráfico 2 Rango de edad

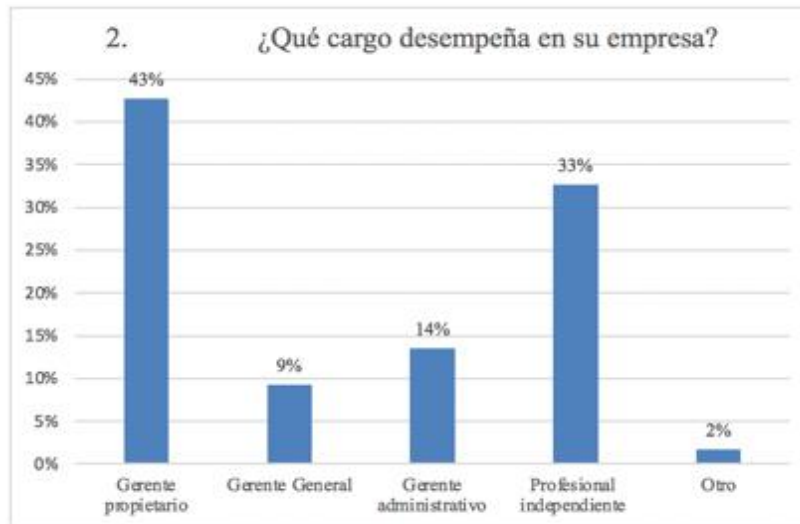


Fuente Encuesta

Esta pregunta es muy importante, ya que nos ayuda a definir a qué grupo de personas va a estar orientado nuestro mercado y poder definir sus gustos y preferencias, el gráfico indica que la edad con más potencial para la adquisición de nuestros servicios es entre 27 a 33 años con 38%, muestra que hay muchos jóvenes emprendiendo en la ciudad, un 34% entre los 33 a 40 años, un 6% entre las edades 21 a 27 y 22% más de 40 años.

2. ¿Qué cargo desempeña en su empresa?

Gráfico 3 Cargo desempeñado

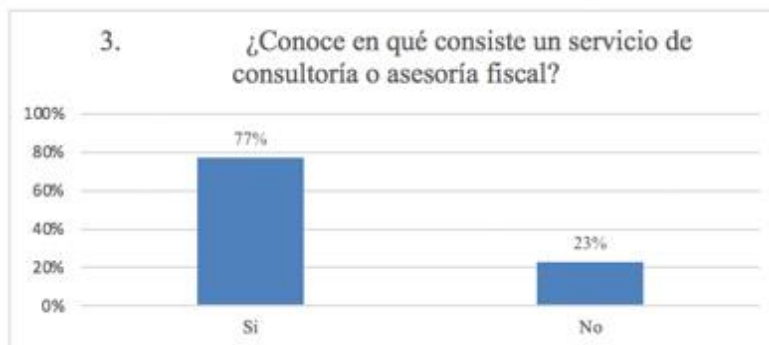


Fuente Encuesta

Según los datos anteriores el 43% de los encuestados son gerentes propietarios de las empresas, un 33% son profesionales independientes, un 14% son gerentes administrativos, un 9% gerente general y un 2% otro.

3. ¿Conoce en qué consiste un servicio de consultoría o asesoría fiscal?

Gráfico 4 Conocimiento del servicio

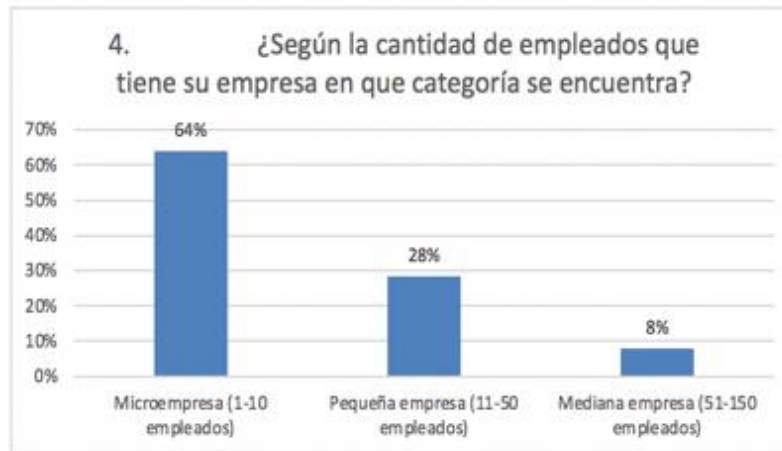


Fuente Encuesta

Los datos demuestran que un 77% de las personas y empresas encuestadas si conocen en que consiste este servicio y un 23% no conoce en que consiste.

4. ¿Según la cantidad de empleados que tiene su empresa en que categoría se encuentra?

Gráfico 5 Categoría de empresa



Fuente Encuesta

Esta pregunta es muy importante, ya que muestra el dato porcentual de la clasificación de las empresas encuestadas de acuerdo con el número de empleados, de la siguiente manera:

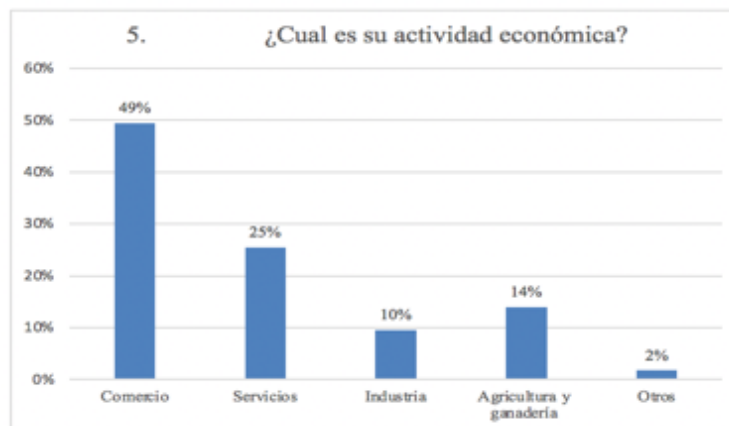
El 64% de las empresas encuestadas con microempresas

El 28% de las empresas son pequeña empresa

El 8% pertenece a la mediana empresa

5. ¿Cuál es su actividad económica?

Gráfico 6 Actividad económica

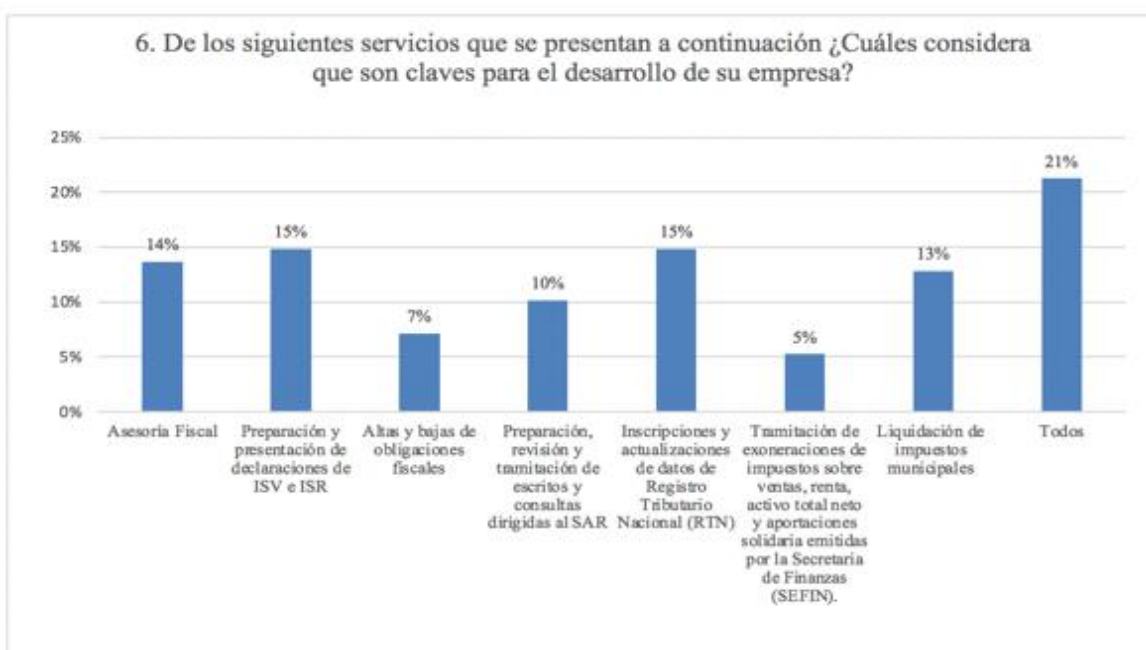


Fuente Encuesta

Es importante conocer la actividad económica de cada empresa, ya que de esto dependerán las actividades a realizar al momento de prestar los servicios y a su vez a definir el precio por el servicio, el gráfico nos muestra que un 49% de los encuestados pertenece al comercio, un 25% servicios, un 10% su actividad es la industria, un 14% pertenece a la agricultura y ganadería y un 2% otros.

6. De los servicios que se presentan a continuación, ¿Cuáles considera que son claves para el desarrollo de su empresa?

Gráfico 7 Servicios claves para el desarrollo de la empresa



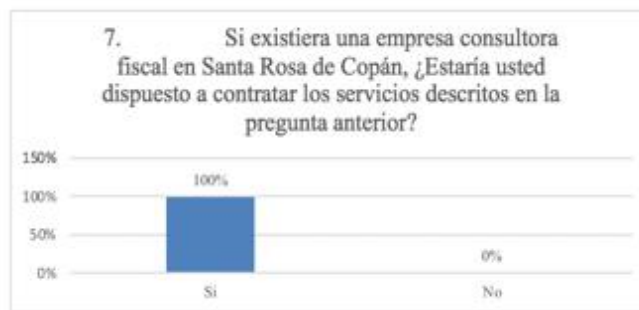
Fuente Encuesta

Esta pregunta nos ayuda a conocer los servicios que son más importantes para los empresarios del sector MIPYME, un 21% indicó que todos los servicios plasmados en la interrogante son claves para el desarrollo de sus empresas, seguidamente de presentación de las declaraciones, inscripciones y actualizaciones de datos de Registro Tributario Nacional (RTN) con un 15% cada una, un 14% asesorías fiscales, un 13% liquidación de impuestos municipales, un

10% preparación, revisión y tramitación de escritos y consultas dirigidas al SAR, un 7 % alta y baja de obligaciones y un 5% Tramitación de exoneraciones.

7. Si existiera una empresa consultora fiscal en Santa Rosa de Copán, ¿Estaría usted dispuesto a contratar los servicios descritos en la pregunta anterior?

Gráfico 8 Disponibilidad para adquirir el servicio

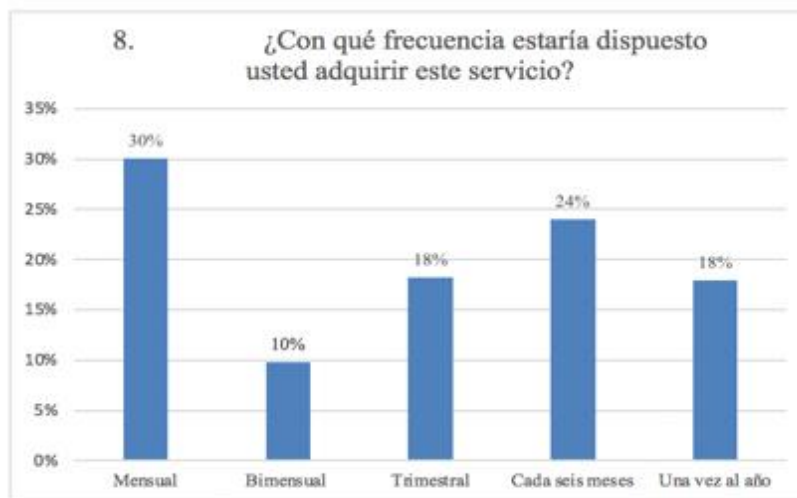


Fuente Encuestas

La respuesta a esta interrogante es clave para el éxito de este proyecto, un 100% de los encuestados están dispuestos a adquirir el servicio de consultoría fiscal.

8. ¿Con qué frecuencia estaría dispuesto usted adquirir este servicio?

Gráfico 9 Frecuencia para adquirir el servicio

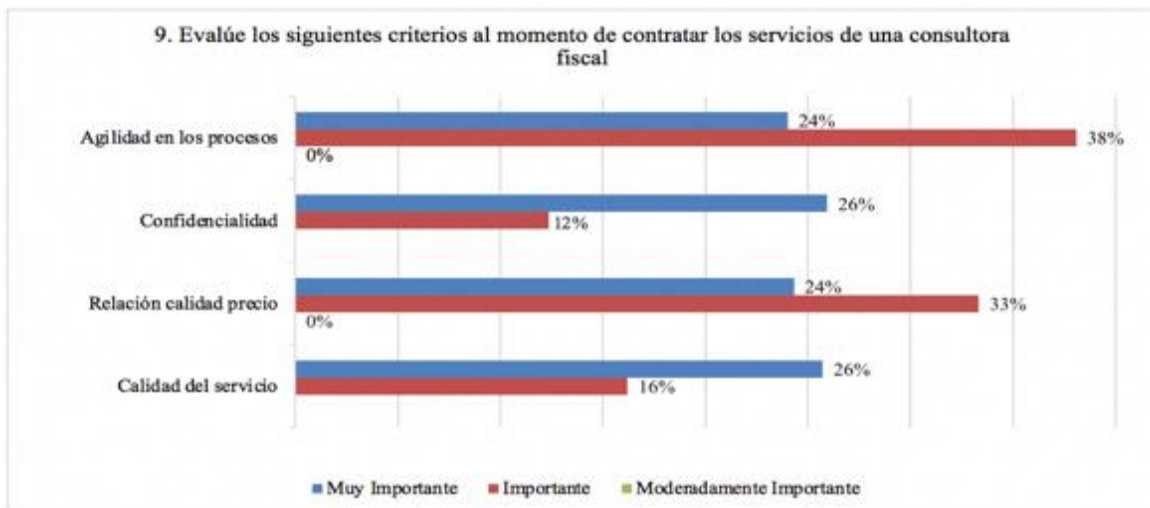


Fuente Encuesta

Según los datos recopilados un 30% de los encuestados está dispuesto a contratar nuestros servicios mensualmente, un 24% cada seis meses, 18% trimestral, un 18% una vez al año y un 10% bimensual.

9. Evalúe los siguientes criterios al momento de contratar los servicios de una consultora fiscal:

Gráfico 10 Criterios al momento de contratar los servicios

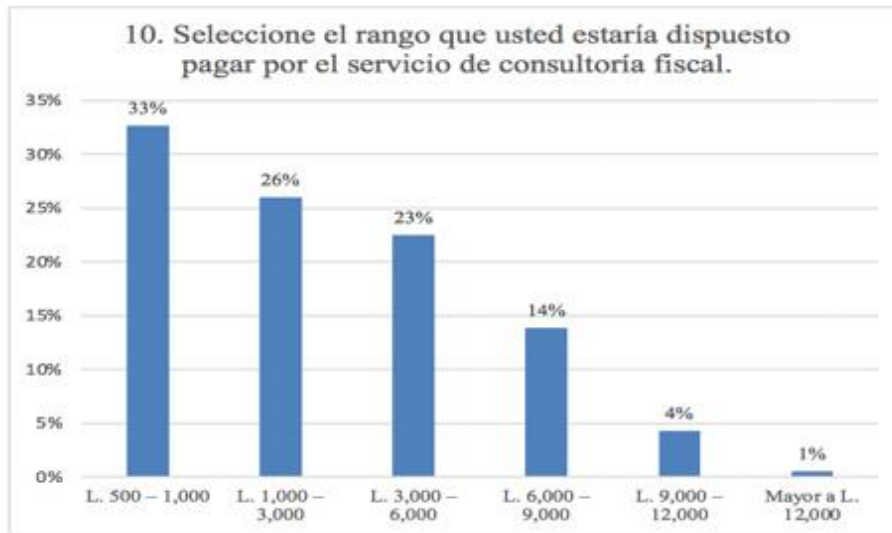


Fuente Encuestas

El gráfico nos muestra que en relación con el criterio agilidad de los procesos un 24% lo considero muy importante y un 38% lo considero importante, con relación a la confidencialidad un 26% lo considero muy importante y un 12% importante, con relación a calidad y precio un 24% lo considero muy importante y un 33% lo considero importante, con relación a calidad del servicio un 26% lo considero muy importante y un 16% lo considero importante.

10. Seleccione el rango que usted estaría dispuesto pagar por el servicio de consultoría fiscal.

Gráfico 11 Disponibilidad de pago por el servicio

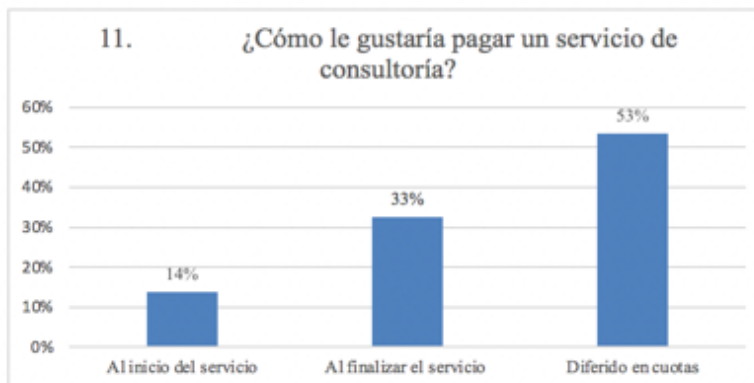


Fuente Encuestas

Por concepto de pago de servicios de consultoría fiscal, el 33% de las MIPYMES están dispuestos a pagar entre 500 a 1,000 lempiras, 26% están dispuestos a pagar entre 1,000 a 3,000 lempiras, el 23% están dispuestos a pagar entre 3,000 a 6,000 lempiras, un 14% entre 6,000 a 9,000 lempiras, un 4% están dispuestos a pagar entre 9,000 a 12,000 lempiras y un 1% está dispuesto a pagar un valor mayor a 12,000 lempiras.

11. ¿Cómo le gustaría pagar un servicio de consultoría?

Gráfico 12 Método de pago por el servicio

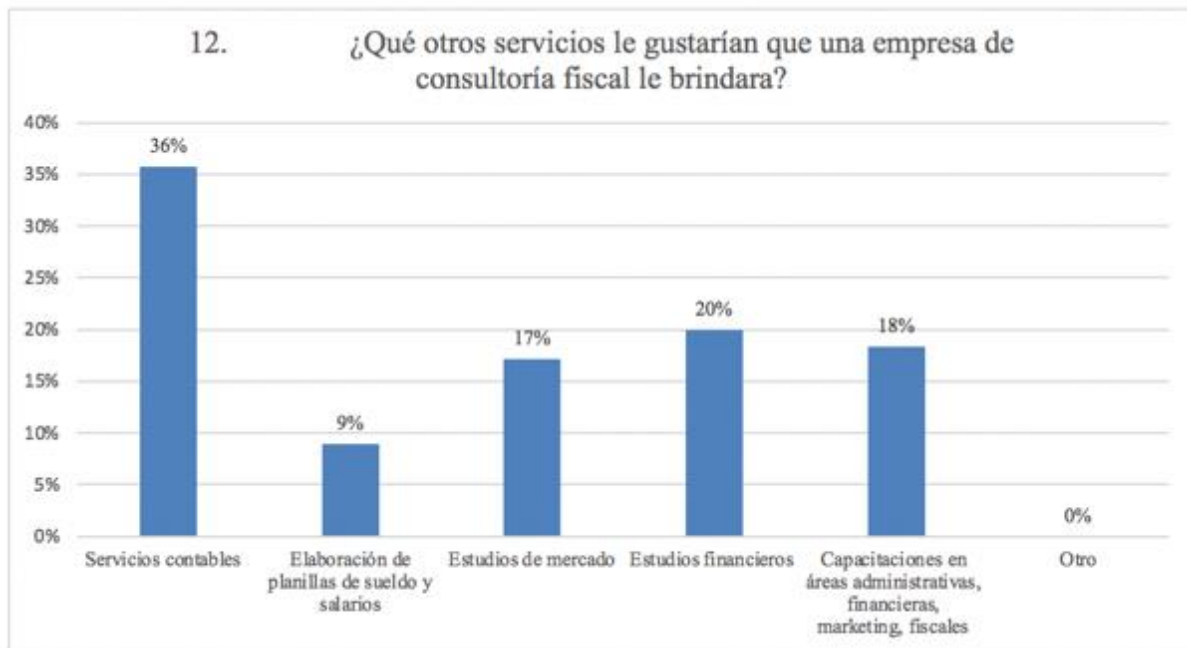


Fuente Encuestas

Un 53% de los encuestados prefieren pagar el servicio diferido en cuotas, un 33% al finalizar el servicio y un 14% al inicio del servicio.

12. ¿Qué otros servicios le gustaría que una empresa de consultoría fiscal le brindara?

Gráfico 13 Servicio futuros de interés para el cliente

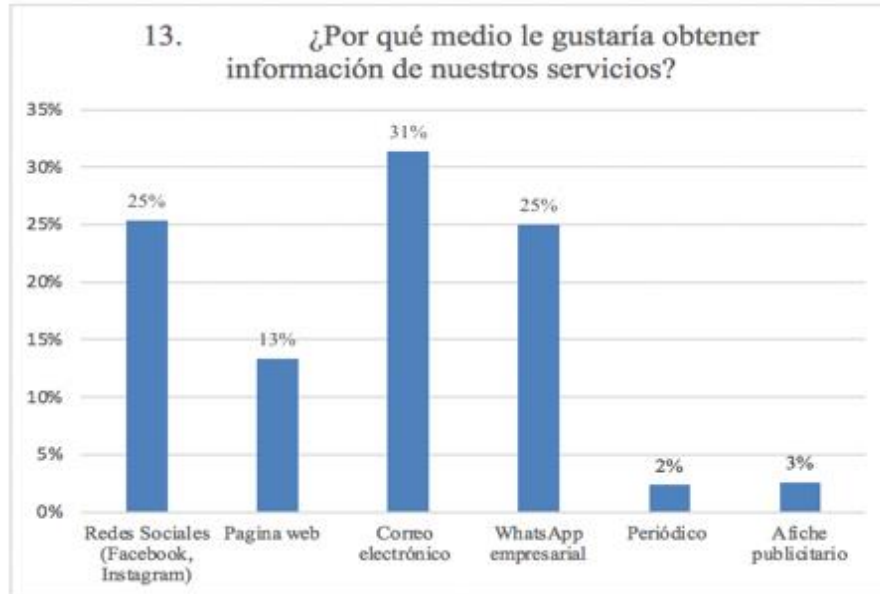


Fuente Encuestas

La respuesta a esta interrogante nos ayuda a conocer que otros servicios son de interés para las MIPYMES y nos abre un camino futuro de emprendimiento y preparación en otras áreas profesionales, el 36% demostró interés en los servicios contables, un 20% tiene interés en realización de estudios financieros, un 18% le interesan las capacitaciones en áreas administrativas, financieras, marketing y fiscales, un 17% le interesan estudios de mercado, 9% indico elaboración de planillas de sueldos y salarios.

13. ¿Por qué medio le gustaría obtener información de nuestros servicios?

Gráfico 14 Medios de publicidad

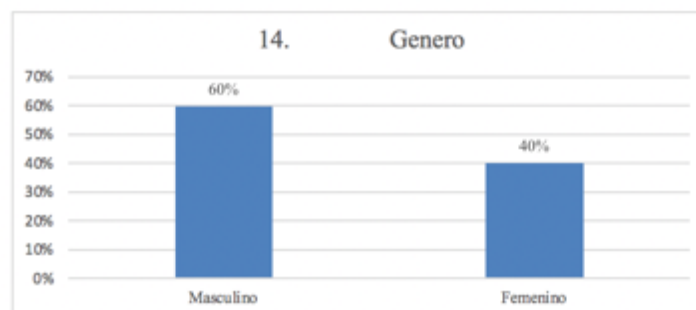


Fuente Encuestas

La mayoría de las MIPYMES (31%) consideran que la publicidad mediante correo electrónico es la mejor manera para saber de los servicios de consultoría fiscal, el 25% considera que debería ser mediante redes sociales, un 25% WhatsApp empresarial, un 13% por medio de página web, 2% por medio del periódico y un 3% a través de un afiche publicitario.

14. Género

Gráfico 15 Género



Fuente Encuestas

El resultado refleja que el 60% de los encuestados son hombres, la mayoría son propietarias de microempresas en la ciudad mostrando un alto grado de emprendimiento, el 44% son mujeres.

5.5.2. Cuantificación de la demanda (proyecciones optimistas y pesimistas de la demanda)

Tabla 4 Análisis de la demanda

Demanda potencial: Empresas registradas en el SAR	Contratación promedio de los servicios	Porcentaje obtenido	Total, de empresas contratantes del servicio
3,515	12	0.16	562
	6	0	0
	4	0.13	457
	2	0.09	316
	1	0.12	0422
Totales	25	0.5	1,757

Fuente: Elaboración Propia

La determinación de la demanda se realizó con base el total de empresas registradas en el Servicio de Administración de Rentas (SAR), que forman parte de nuestros clientes potenciales debido que no se cuenta con competencia directa en la ciudad de Santa Rosa de Copán, también al consultar en la encuesta tuvimos respuesta positiva por parte de los encuestados, ya que el 100% dijo que si estaría dispuesto adquirir los servicios de asesoría y consultoría fiscal.

Tabla 5 Proyecciones optimistas, más probable y pesimistas de la demanda

Proyección de Demanda	Tasa de crecimiento económico 3.7%		
	60%	50%	40%
	Optimista	Mas Probable	Pesimista
2021	1,054	879	703
2022	1,093	912	729
2023	1,133	945	756
2024	1,175	980	784
2025	1,219	1,016	813

Fuente: Elaboración Propia

Para poder proyectar la demanda se toman como base el 60 por ciento para el escenario optimista, un 50 por ciento para el más probable y un 40 por ciento para el escenario pesimista.

Según la proyección de la demanda para el primer año se espera que nuestra empresa pueda asistir en escenario optimista a 1,054 empresas, con el escenario más probable se espera se atiendan 879 empresas y con el escenario pesimista se espera se atiendan 703 empresas.

5.6. Análisis de la oferta

Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferente (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado (Urbina, 2013).

La propuesta de oferta que la empresa de asesoría y consultoría fiscal hace a las MIPYMES y profesionales independientes en la ciudad de Santa Rosa de Copán son los siguientes servicios:

- Revisión y preparación del cálculo de impuestos
- Preparación y presentación de declaraciones de impuestos sobre venta e impuesto sobre renta (persona natural y jurídica) e impuestos conexos o cedular del impuesto sobre la renta (Aportación Solidaria, impuesto del activo neto, ganancias de capital).
- Diagnósticos fiscales
- Consultoría fiscal permanente o eventual
- Estudios de precios de transferencia
- Auditorias fiscales
- Incorporación a los diferentes regímenes de incentivos fiscales.
- Tramitación de exoneraciones de impuestos sobre ventas, renta, activo total neto y aportaciones solidaria emitidas por la Secretaria de Finanzas (SEFIN).
- Asesoría y capacitación fiscal a Municipalidades, Mancomunidades, Juntas de Agua, ONG'S, Caficultores, Profesionales independientes, etc.

- Outsourcing de servicios profesionales en las áreas de marketing, legal, administrativos, financieros, contables.

5.6.1. Análisis de la competencia

En la ciudad de Santa Rosa de Copán no existe aún una empresa que se dedique exclusivamente a prestar servicios de asesoría y consultoría fiscal, lo que hay son despachos contables y contadores independientes con rubros diferentes al servicio que nuestra empresa prestara, porque lo que se determinó que no existe competencia directa en la ciudad.

5.7. Análisis de precios

Para cualquier nueva empresa, independientemente si es de servicios de consultoría o no, una de las decisiones más difícil de tomar es acerca de los precios de sus productos, ya que arriesgarse a poner un precio alto, puede implicar una pérdida de clientes potenciales. Así mismo, la imposición de un precio bajo puede afectar la rentabilidad del negocio.

En el caso de las empresas consultoras, cuando se refiere al precio del servicio generalmente se habla de tarifas u honorarios de servicios, los cuales dependen en gran parte del entrenamiento de las necesidades de la consultora en el mercado.

5.7.1. Factores para determinar el precio

Para poder determinar sus tarifas, debe tener en consideración los siguientes cuatro factores¹²:

- Salarios: Dependiendo de la cantidad de personas que necesite para cumplir con el objetivo del proyecto, en el tiempo establecido. La tarifa debe cubrir el valor de las horas, días o salarios que se paguen a las personas asignadas al proyecto.

¹² Según Philip Kotler / Gary Armstrong en el libro de Marketing, decimocuarta edición Cap. 10 p. 300

- Rentabilidad o beneficio: Es ideal que el beneficio económico, es decir, la utilidad, sea suficientemente buena como para cumplir con los objetivos financieros del negocio. Dependiendo del tipo de consultoría que ofrezca, la rentabilidad puede estar entre 10% a 25%. Si los servicios son únicos y tiene alta demanda, la rentabilidad puede exceder ese rango.
- La economía: Una estrategia de precio puede fallar, si no se considera el estado de la economía actual. De alguna manera se tiene que tomar en cuenta el entorno económico a través de los incrementos o disminuciones de las tasas de interés, cambios en las leyes de impuestos, el porcentaje de inflación, tendencias de índice de productividad. La empresa en su momento tendrá que considerar estos cambios y adaptarse a ellos, es importante ver cómo afecta los cambios económicos en la toma de decisiones de compra de sus clientes potenciales.
- Gastos generales: Estos corresponden a todos los costos de operación del negocio, que puede incluir alquileres, servicios públicos, promoción, impresiones, fotocopias, gastos de viajes, entre otros. En muchas consultoras, estos costos son desglosados de la siguiente manera:
 - Gastos relacionados con el cliente; en este caso, corresponden a los gastos que son a favor del cliente y pueden llegar a facturarse a la cuenta del cliente en adición al precio de los servicios de consultoría.
 - Gastos generales propios: estos son asumidos por la consultora y de alguna manera son absorbidos por la tarifa del servicio.

5.7.2. Estrategia de fijación de precios

- Fijación de precios para penetrar en el mercado¹³: al ser una empresa nueva necesita obtener una aceptación positiva en el mercado porque lo que se diseñara una estrategia de precios accesibles y competitivos, buscando atraer a un gran número de clientes y conseguir una participación importante en el mercado.
- Fijación de precios por servicios segmentada¹⁴: se diseñará una propuesta de precios de acuerdo con las diferentes necesidades que tengan nuestros clientes potenciales, es decir cada empresa ya sea Micro, Pequeña y Mediana empresa e inclusive los profesionales independientes, llevan procesos diferentes al momento de desarrollar el servicio. En esta fijación de precios segmentada, se podrá ofrecer el servicio a varios precios.

A continuación, se presenta una propuesta de precios, los cuales pueden cambiar al momento de iniciar operaciones.

Tabla 6 Definición de precios según el servicio

Tipo de servicio	Precio promedio
Asesoría Fiscal	L. 500.00 - L 1,000.00
Declaraciones de impuestos sobre venta	L. 900.00 mensual
Declaraciones de impuesto sobre renta (persona natural y jurídica)	L 1,000.00 - L. 1,500
Liquidación de impuestos a nivel municipal	L. 500.00 - L 1,000.00
Altas y bajas de obligaciones fiscales	L. 500.00 - L 1,000.00
Asistencia en caso de inspecciones tributarias	L. 500.00 - L 1,000.00
Preparación, revisión y tramitación de escritos y consultas dirigidas al Servicio de Administración de Rentas.	L. 400.00
Trámites fiscales de devoluciones y compensación de Impuestos.	L. 500.00 - L 1,000.00
Asesoría e inscripción para la constitución de comerciales individuales y sociedades por medio de la plataforma de mi empresa en línea.	L. 400.00

¹³ Según Philip Kotler / Gary Armstrong en el libro de Marketing, decimocuarta edición Cap. 10 p. 314

¹⁴ Según Philip Kotler / Gary Armstrong en el libro de Marketing, decimocuarta edición Cap. 10 p. 319

Estudios de precios de transferencia	L. 10,000.00
Inscripciones y actualizaciones de datos de Registro Tributario Nacional (RTN) empresas Jurídicas, comerciales individuales y persona natural en el Servicio de Administración de Rentas.	L. 400.00
Tramitación de exoneraciones de impuestos sobre ventas, renta, activo total neto y aportaciones solidaria emitidas por la Secretaria de Finanzas (SEFIN).	L. 6000.00
Registro de exoneraciones de impuestos sobre ventas, renta, activo total neto y aportaciones solidaria en el Servicio de Administración de Rentas (SAR).	L. 400.00
Outsourcing de servicios profesionales en las áreas de marketing, legal, administrativos, financieros, contables.	L 1,200.00 - L. 1,700
Capacitaciones fiscales	L. 4,000 - L.6,000
Consultorías	L. 30,000.00 - L. 40,000.00

Fuente: Elaboración Propia

5.7.3. Estrategia de introducción y comercialización del producto

Dentro del negocio de asesoría y consultoría fiscal, es vital la promoción de los servicios, no solo realizando actividades propias de promoción, lo ideal es que el cliente también difunda a otros prospectos los beneficios adquiridos gracias a la prestación de los servicios.

Las estrategias de promoción son un proceso en donde se seleccionan los canales de comunicación, que permitirán atraer a los clientes potenciales¹⁵.

El canal para seleccionar es:

- Promoción en la On-Line¹⁶: Corresponde a las actividades y herramientas que se usan para atraer al “buen prospecto” o audiencia objetiva, hacia el sitio web de la empresa, con el fin de darnos a conocer y promover los servicios de asesora y consultora fiscal.

¹⁵ Según Philip Kotler / Gary Armstrong en el libro de Marketing, decimocuarta edición, cap. 15 p. 437

¹⁶ Según Ivan Thompson, La promoción web (en línea) <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/promocion-web.html>

Dentro de este canal se utilizarán: la creación de una página web que facilite la navegación de los usuarios y exponga la identidad visual de la empresa, con toda la información de nuestros servicios, videos informativos en la página web o en sitios como YouTube, creación de usuarios en las redes sociales como ser Facebook e Instagram, uso de correo electrónico, WhatsApp empresarial.

5.8. Conclusiones del Estudio de Mercado

Según el análisis de los resultados obtenidos en el estudio de mercado se considera que el proyecto es factible desde el punto de vista mercadológico.

El 100% de las MIPYMES y los profesionales independientes que fueron encuestados están dispuestos adquirir los servicios que ofrece la empresa consultora, este resultado es muy significativo porque nos da la oportunidad para llevar a la realidad el proyecto, y poder contribuir con el desarrollo de las empresas de la ciudad.

La cuantificación de la demanda total del proyecto se calculó con base en las empresas registradas en el SAR y se determinó que es de 1,757 empresas de la categoría MIPYMES de las cuales se proyectaron tres escenarios:

- Escenario optimista: en el primer año de operaciones se atenderían 1,054 empresas
- Escenario más probable: en el primer año de operaciones se asistirá a 879 empresa
- Escenario pesimista: en el primer año de operación se asistirían 703 empresas

En el análisis de los resultados de la encuesta se determinó que los servicios de preferencia de las MIPYMES son la asesoría fiscal, preparación y presentación de declaraciones, alta y bajo de obligación fiscales, inscripciones y actualizaciones de datos del RTN, tramitación de exoneraciones fiscales y preparación, revisión de escritos y consultas dirigidas al Servicio de

Administración de Rentas (SAR). Estos son los servicios en los que la empresa consultora se especializara para poder satisfacer las necesidades de los clientes potenciales.

Se desarrolló una propuesta de precios promedios por el tipo de servicio a ofrecer tomando como base dos estrategias para la fijación de los mismos, las cuales son estrategia de fijación de precios para penetrar en el mercado, estableciendo un precio bajo y fácil acceso para las MIPYMES y la estrategia de precios segmentada, debido a que el precio va a variar según la categoría de cliente ya sea micro, pequeño y mediano o profesional independiente, también se toman en cuenta las necesidades del cliente y el volumen de transacciones que aplique desarrollar.

Los medios de promoción más apropiados para la publicidad del servicio son: radio y televisión de mayor audiencia en la ciudad y el uso de las diferentes redes sociales, Facebook, Instagram, creación de página web de la empresa consultora, WhatsApp empresarial y correo electrónico.

Capítulo 6

Estudio Técnico, Organizacional y Legal

6. Estudio Técnico

Introducción

En este estudio técnico se analizan factores tecnológicos y de infraestructura que afectaran al proyecto, los cuales son fundamentales para determinar las funciones óptimas de producción de los servicios basándose en la demanda determinada en el estudio de mercado. Básicamente se consideran elementos como el tamaño de este, determinado por su capacidad instalada, el tipo de mobiliario y equipo tecnológico a utilizar para brindar los servicios establecidos en el estudio de mercado, así como la infraestructura idónea según la cantidad de empleados con la que contara la empresa.

También se establece la localización geográfica óptima, la distribución de planta de las instalaciones de las oficinas y la definición de los procesos operativos necesarios para llevar a cabo las operaciones, así como la ingeniería del proyecto.

Así mismo se incluye el estudio organizacional, que pretende determinar todos los aspectos necesarios para organizar a las personas que integran el proyecto, estableciendo la estructura apropiada de la empresa, determinando los puestos necesarios y definiendo las funciones requeridas a realizarse para cumplir los procesos operacionales de la misma.

De igual manera se toma en cuenta el estudio legal, en el cual se determinarán todos los pasos a seguir para cumplir con los procedimientos legales del marco de las leyes hondureñas para la constitución formal de la empresa ante la autoridad legal del país.

Se define la actividad y el tipo de empresa a constituir, así como la forma de constitución que se acople a la naturaleza del negocio a emprender, también se establece la denominación o razón social acorde a lo establecido en el estudio organizacional.

Así mismo se identifican todas las licencias y demás disposiciones legales que se deben seguir en Honduras para la constitución de la empresa, de igual forma se identifican los permisos de operación municipales, afiliaciones a los diferentes institutos estatales y locales, por último, se identifican los impuestos a los que la empresa aplica de acuerdo con su actividad económica.

6.1. Determinación de la ubicación de la empresa

6.1.1. Macro localización

La empresa estará ubicada en la ciudad de Santa Rosa, en el departamento de Copán

Ilustración 1 Mapa de Honduras, departamento de Copán



Fuente Internet: https://d-Maps.com/carte.php?lib=honduras_mapa&num_car=39964&lang=es

6.1.2. Micro localización

La micro localización relaciona aspectos más específicos de la ciudad de Santa Rosa de Copán, misma que juega un papel determinante, tomando en cuenta aspectos tales como: la mano de obra, la factibilidad de transporte, economía, seguridad del área, costo de los servicios, factibilidad e infraestructura de la zona.

6.1.3. Matriz de calificación de factores

Para determinar la localización de la empresa, se utilizó el Método de Calificación de Factores, analizando aspectos cuantitativos y cualitativos a fin de elegir una localización estratégica. Para ello, se calificó cada sitio con base en cada factor y se seleccionó un valor porcentual de su rango asignado. Luego se compararon las sumas de los puntos asignados para cada sitio y se eligió el sitio con más puntos.

Tabla 7 Matriz de calificación de factores

Factores	Criterios	Peso %	Bo. el Calvario		Bo. Mercedes/Plaza Saavedra	
			Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Comerciales	Proximidad a los clientes	10.00	8.00	0.80	9.00	0.90
	Proximidad a proveedores	10.00	9.00	0.9	9.00	0.90
Laborales	Clima laboral agradable	8.00	7.00	0.56	6.00	0.48
	Proximidad a los colaboradores	7.00	7.00	0.49	5.00	0.35
	Acceso a los entes reguladores	8.00	7.00	0.56	7.00	0.56
Infraestructura	Acceso a servicios públicos	7.00	7.00	0.49	7.00	0.49
	Costo de servicios Públicos	6.00	6.00	0.36	6.00	0.36
	Disponibilidad de transporte	7.00	7.00	0.49	7.00	0.49
	Facilidad de aparcamiento	9.00	6.00	0.54	7.00	0.63
Económicos	Costo de arrendamiento	10.00	10.00	1.00	7.00	0.70
	Crecimiento económico de la zona	10.00	7.00	0.70	8.00	0.80
Sociales	Nivel de seguridad de área	8.00	7.00	0.56	8.00	0.64
Totales		100.00	88.00	7.45%	86.00	7.30%

Fuente: Elaboración Propia

Basados en la matriz anterior, el valor más alto es la ubicación ideal de la empresa, en este caso corresponde al Barrio el Calvario una cuadra al sur del Hotel San Jorge, ya que reúne condiciones en cuanto a la facilidad de consecución de la mano de obra, facilidad de transporte, nivel de seguridad del área, costo de los servicios, crecimiento económico, la facilidad de acceso y la infraestructura de la zona.

Ilustración 2 Dirección de la oficina Alvarado Consultora



Fuente Google Maps

6.1.4. Determinar la infraestructura y tamaño óptimo de la empresa

Para desempeñar sus actividades dentro de la ciudad de Santa Rosa de Copán la empresa, se ubicará en Barrio el Calvario media cuadra arriba de Hotel San Jorge. Dicho local, será arrendado y tiene un tamaño de 78.91 metros cuadrados.

La distribución de la planta se realizó por áreas, de acuerdo con el número de personal necesario para el cumplimiento de las actividades de la empresa y acorde a la capacidad instalada y tamaño del local. Las áreas que debe tener la empresa se enuncian a continuación:

a) Departamento de Asesoría Fiscal

Se ocupa de brindar asesoría para optimizar el cumplimiento de las obligaciones fiscales de los clientes. Algunos de los servicios que presta son: consultorías fiscales, auditorías de cumplimiento de obligaciones fiscales recurrentes, planeación fiscal, asesorías y capacitaciones, etc. Tomando en cuenta la cantidad de personal del departamento de asesoría fiscal se requiere de una superficie total de 13.87 metros cuadrados.

b) Área de recepción

Responsable de gestionar, coordinar y controlar en forma eficaz y eficiente, todo lo relacionado con los requerimientos de información y servicios de los clientes. Algunas actividades del departamento son: gestión de correo electrónico, atención de llamadas telefónicas, control de acceso, recepción de materiales y correspondencia, entre otras. Tomando en cuenta la cantidad de personal del área de recepción se requiere de una superficie total de 20.86 metros cuadrados.

c) Área de Limpieza

Espacio diseñado para guardar todos los suministros de limpieza de la empresa a fin de mejorar las condiciones de trabajo. Es por ello, que para el área de limpieza se requiere de una superficie total de 20.46 metros cuadrados.

d) Sanitarios

Se prioriza la instalación de servicio sanitario con su respectivo lavabo, requiriendo una superficie de 4.92 metros cuadrados.

Tabla 8 Resumen de las áreas de la empresa

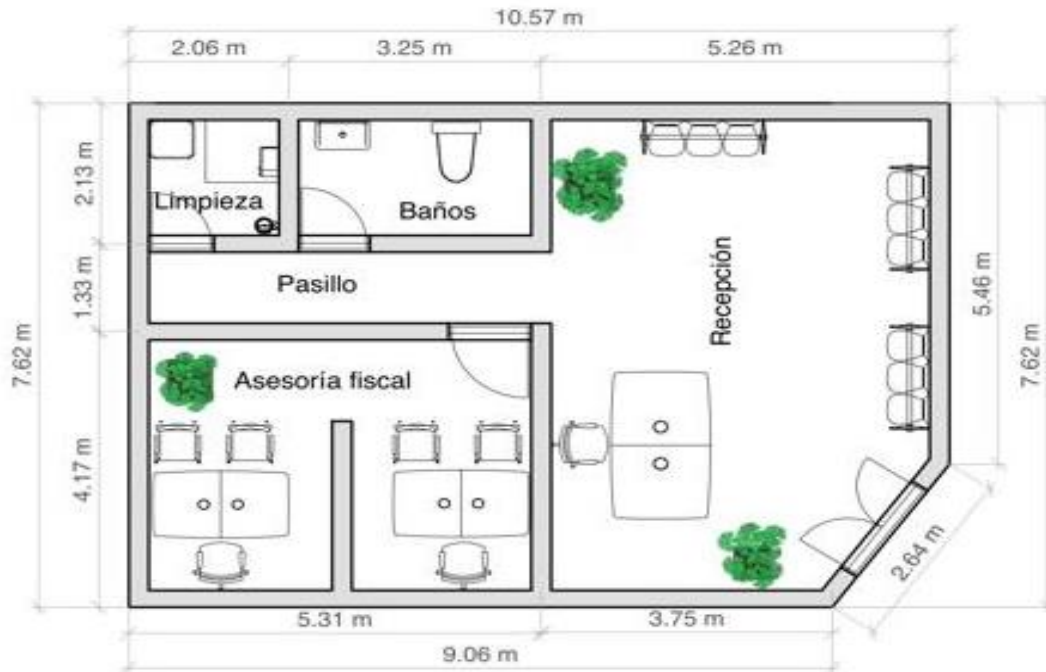
Nº	Departamento/Área	Superficie en m²
1	Recepción	38.40
2	Asesoría fiscal	22.14
3	Limpieza	4.39
4	Baño	6.92

Fuente: Elaboración Propia

6.1.5. Distribución de la planta

La distribución física del local es la siguiente:

Ilustración 3 Distribución de la planta



Fuente Ing. Civil Wilfredo Said Alvarado

6.1.6. Análisis de mano de obra requerida

Las necesidades de mano de obra de la empresa están determinadas por la capacidad instalada para el proyecto, la cual depende exclusivamente del nivel de captación de clientes que pueda alcanzar, según la proyección de la demanda en el estudio de mercado, en el escenario más probable la capacidad que tiene la esta empresa para brindar el servicio a los clientes es de un 50%, es decir 879 MIPYMES.

Tabla 9 Capacidad instalada

Área	N° de Operarios	Días anuales de trabajo	Horas de trabajo diarias	Total, horas MO
Asesoría fiscal	2 operarios	271	8	4,336

Fuente: Elaboración Propia

Con base en dicha capacidad, se desarrolló una tabla de personal con indicaciones de las necesidades de personal por la mano de obra para cada centro de responsabilidad.

Tabla 10 Necesidades de personal

Área	Puesto	N° de Operarios
Asesoría Fiscal	Jefe de asesoría fiscal (propietaria)	1
	Asistente fiscal	1
Total, operarios		2

Fuente: Elaboración Propia

Se contratará mediante Outsourcing, los servicios de asesoría legal, para aquellos casos que requieran la intervención de un abogado.

6.1.7. Adquisición de mobiliario y equipo

Se detalla el mobiliario de oficina y equipo de cómputo necesario para garantizar el funcionamiento de los servicios de la empresa, dicha distribución se realizará por área:

- a) Equipo de cómputo

Tabla 11 Equipo de Cómputo

Descripción	Asesoría fiscal	Recepción	Total	Costo Unitario L.	Costo Total L.
Computadora de escritorio	2	0	2	21,278.00	42,556.00
Computadora laptop	1	-	1	24,940.00	24,940.00
Disco duro	1	-	1	1,788.00	1,788.00
Impresora multifuncional Epson L 3110	1	-	1	4,748.00	4,748.00
Proyector	1	-	1	11,160.00	11,160.00
Total, de equipo de cómputo					L. 85,192.00

Fuente: Elaboración Propia

b) Mobiliario y equipo de oficina

Tabla 12 Mobiliario de oficina

Descripción	Asesoría fiscal	Recepción	Sanitarios	Limpieza	Total	Costo Unitario L.	Costo Total L.
Sillas secretariales	2	0	-	-	2	2800.00	5,600.00
Escritorio ejecutivo	2	0	-	-	2	4230.00	8,460.00
Archivo de 4 gaveteros	1	1	-	-	2	5300.00	10,600.00
Dispensador de agua	-	1	-	-	1	1500.00	1,500.00
Sillas de espera	2	3	-	-	5	1199.00	5,995.00
Horno microondas	-	-	-	1	1	2049.00	2,049.00
Percoladora	-	1	-	-	1	590.00	590.00
Calculadoras	2	1	-	-	3	200.00	600.00
Cuadros decorativos	1	1	-	-	2	450.00	900.00
Total, mobiliario y equipo de oficina							L. 36,294.00

Fuente: Elaboración Propia

6.1.8. Análisis materiales e insumos necesarios

Se detallan los materiales, suministros necesarios para garantizar el funcionamiento de los servicios de la empresa en las diferentes áreas:

Tabla 13 Materiales, suministros e insumos requeridos

Suministros de oficina					
N°	Descripción	Presentación	Cantidad	Costo unitario L.	Total
1	Leitz	Unidad	50	172.00	8,600.00
2	Resmas de papel legal	Caja	4	1410.00	5,640.00
3	Resmas de papel carta	Caja	6	1080.00	6,480.00
4	Resma folder tamaño legal	Caja	1	350.00	350.00
5	Resma folder tamaño carta	Caja	2	135.00	270.00
6	Reglas	Unidad	3	15.00	45.00
7	Lápices tinta negra	Caja	5	42.00	210.00
8	Corrector líquido	Unidad	5	12.00	60.00
9	Clips grandes	Caja	5	18.00	90.00
10	Clips medianos	Caja	5	7.00	35.00
11	Clips pequeños	Caja	5	6.00	30.00
12	Grapadoras	Unidad	3	180.00	540.00
13	Grapas	Caja	5	21.00	105.00
14	Fástener	Caja	10	35.00	350.00
15	Adhesivos	Unidad	10	20.00	200.00
16	Pegamento en barra	Unidad	3	40.00	120.00
17	Perforadoras	Unidad	3	120.00	360.00
18	Tape	Unidad	5	56.00	280.00
19	Masking tape	Unidad	4	21.00	84.00
20	Libros únicos contables	Unidad	5	158.00	790.00
21	Quita grapas	Unidad	3	17.00	51.00
22	Sobre manila grande	Caja	1	400.00	400.00
23	Sobre manila mediano	Caja	1	350.00	350.00
24	Sobre manila pequeño	Caja	1	250.00	250.00
25	Marcadores permanentes	Unidad	6	14.00	84.00
26	Tijeras	Unidad	3	50.00	150.00
Subtotal L.					25,924.00
Suministros cafetería					
27	Agua	Botellón	50	20.00	1,000.00

28	Azúcar	Libras	25	40.00	1,000.00
29	Café	Libras	35	55.00	1,925.00
30	Juego de vajilla	Unidad	1	133.00	133.00
31	Cremora	Unidad	3	90.00	270.00
Subtotal L.					4,328.00
Suministros limpieza					
31	Escoba	Unidad	2	40.00	80.00
32	Trapeador	Unidad	1	33.00	33.00
33	Recogedor de basura	Unidad	1	25.00	25.00
34	Mechas de trapeador	Unidad	3	42.00	126.00
35	Desinfectante	Galón	6	40.00	240.00
36	Mascarillas	Galón	8	150.00	1,200.00
37	Detergente	caja	3	196.00	588.00
38	Guantes	Unidad	1	250.00	250.00
39	Aromatizante	Galón	4	61.00	244.00
40	Gel antibacterial	Paquete	6	280.00	1,680.00
41	Bolsas para basura	Paquete	5	35.00	175.00
42	Papel higiénico	Paquete	9	161.00	1,449.00
43	Basureros plásticos	Unidad	3	290.00	870.00
44	Jabón líquido	Unidad	8	51.00	408.00
Subtotal L.					7,368.00
Total, Gastos por suministros					L. 37,620.00

Resumen gastos por materiales y suministros	
Suministros de oficina	25,924.00
Suministros de cafetería	4,328.00
Suministros de limpieza	7,368.00
Total, gastos suministros	L. 37,620.00

Fuente: Elaboración Propia

6.1.9. Definir la ingeniería del proyecto

A continuación, se presentan un esquema del proceso para obtener los servicios finales, a partir de los insumos identificados en los servicios de asesoría fiscal, dirigido a las micro, pequeñas y medianas empresas.

Dicho esquema, resume la función de producción, referente a la relación existente entre el servicio a ofrecer y la combinación de los diferentes factores que se utilizaron para obtenerlo.

Posteriormente se detallan unos diagramas de flujo para representar gráficamente algunos procesos operacionales.

Ilustración 4 Esquema de proceso de la empresa



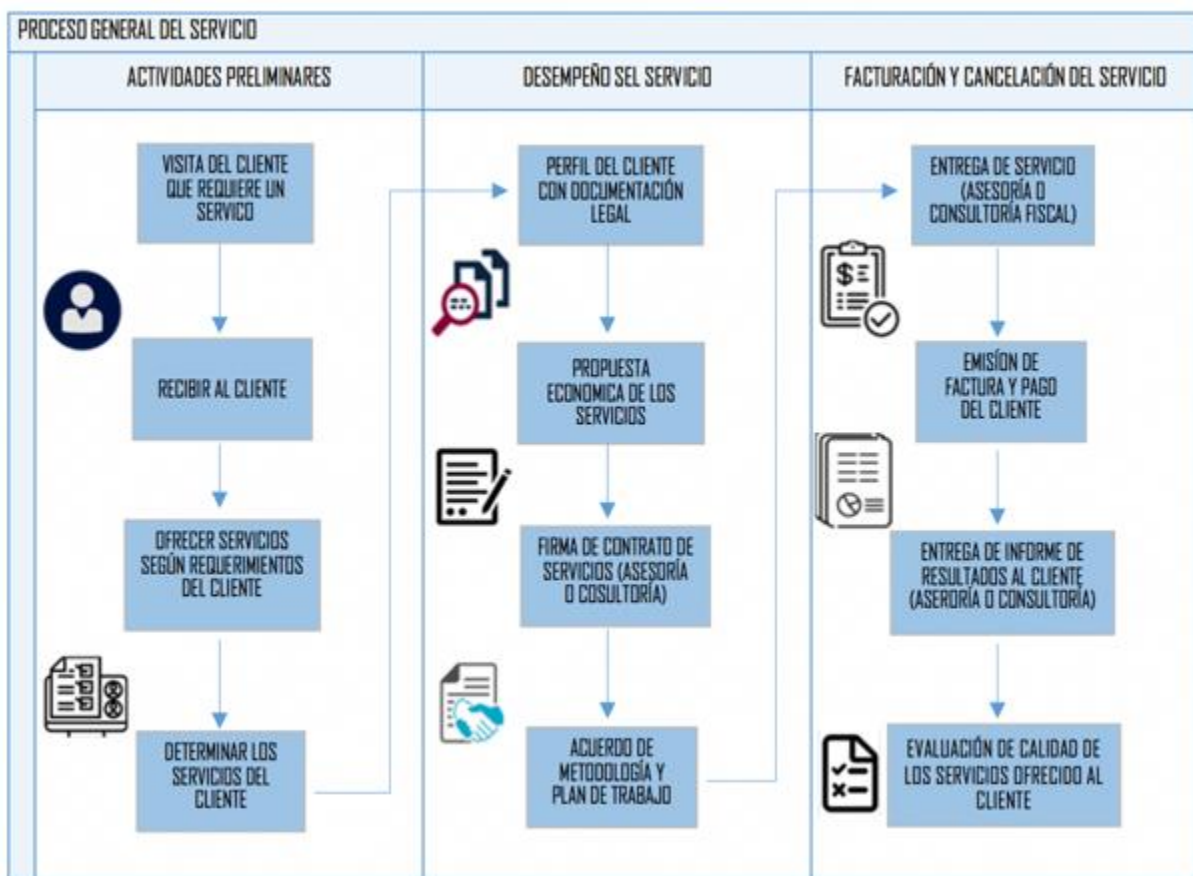
Fuente: Elaboración Propia

El proceso de producción del servicio a implementar consiste en el registro de las actividades económicas que realizan los clientes (Mipymes, profesionales independientes, ONG, municipalidades, etc.); y el procesamiento y presentación de las obligaciones tributarias derivadas de la ejecución del objeto social de aquellos.

- a) Entradas del proceso: Las entradas del proceso son los documentos que respaldan las diferentes operaciones realizadas por clientes de la empresa, y son estos los responsables de que la empresa disponga de dichas entradas, así como su calidad, veracidad, consistencia y completitud.

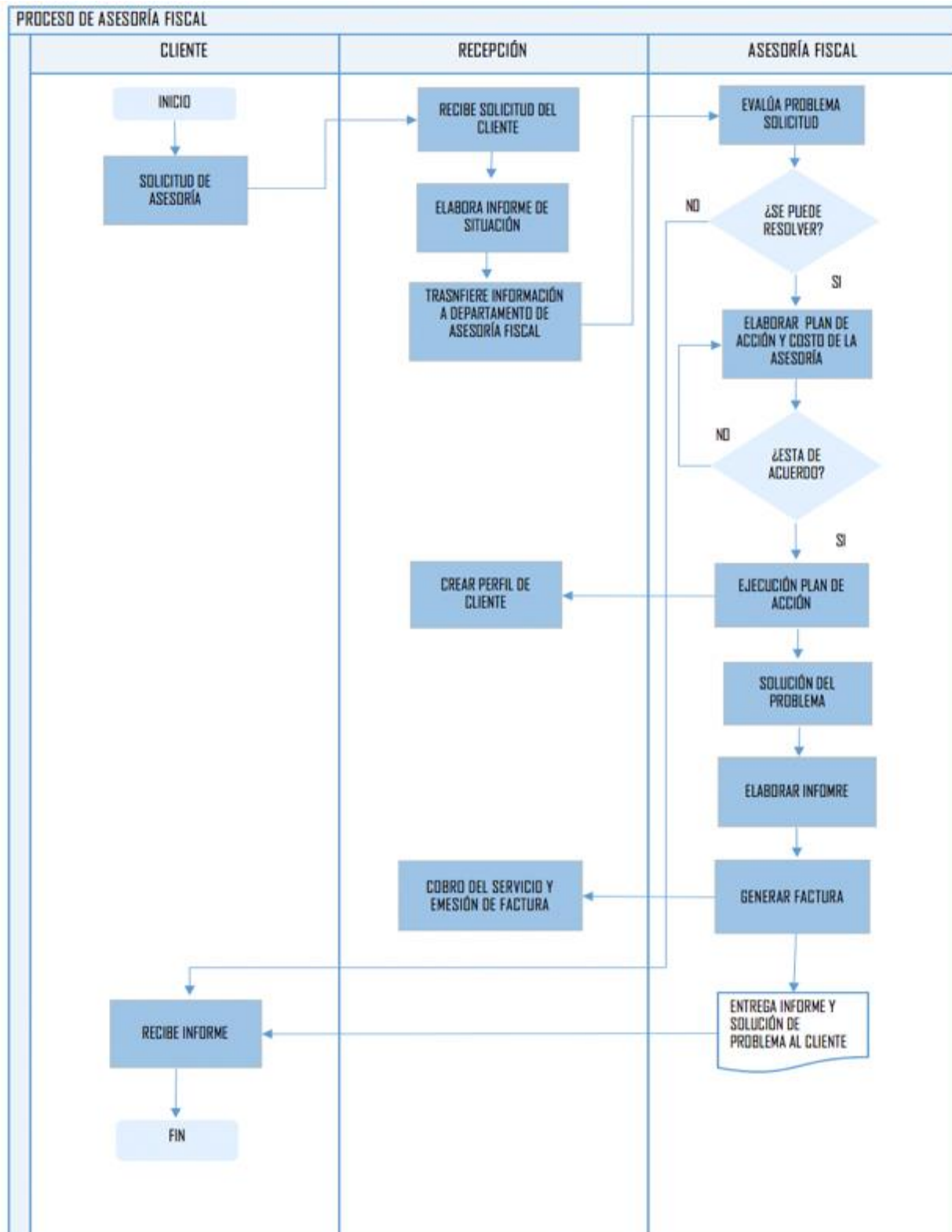
- b) Proceso: Aplicación del conocimiento profesional para que el procesamiento fiscal de la información suministrada por el cliente.
- c) Salidas: Como resultado de la ejecución se obtienen los informes, que muestran de manera resumida la situación económica del cliente o los resultados de las consultorías, a una fecha determinada.

Ilustración 5 Diagrama del servicio



Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 6 Diagrama de flujo proceso de asesoría



Fuente: Elaboración Propia

6.2. Estudio Organizacional

6.2.1. Identidad empresarial

El nombre que se dará a la empresa será: Alvarado Consultora, la imagen corporativa deberá reflejar seriedad, compromiso y confianza, por lo que se seleccionaron colores negro y azul en su logo cuyo símbolo principal será una letra A porque representa el nombre comercial y a su vez queremos transmitir que esta letra es utilizada para evaluar y categorizar la educación, siendo a letra A es distintivo de la excelencia.

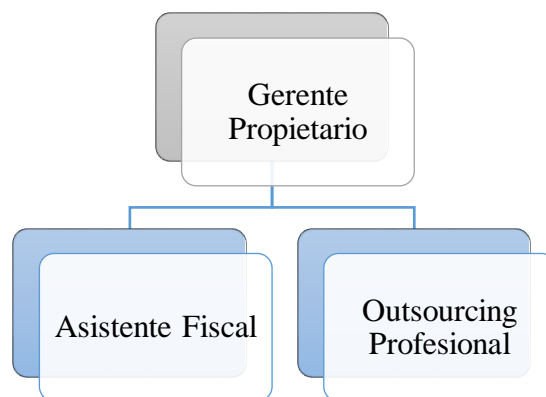
Ilustración 7 Diseño del isologo de Alvarado Consultora "Capacitación y Consultoría Fiscal"



Fuente: Elaboración Propia

6.2.2. Estructura Organizacional

Ilustración 8 Organigrama de Alvarado Consultora "Capacitación y Consultoría Fiscal"



Fuente: Elaboración Propia

6.2.3. Descripción y análisis de puestos: Gerente General

Tabla 14 Perfil de puesto para gerente y analista fiscal

Datos de identificación:	
Nombre de la ocupación:	Gerente General y analista fiscal
Departamento o Unidad a la que pertenece:	Administración
Relaciones de Comunicación:	
Puestos con los que se relaciona: analista fiscal y secretaria	
Puestos bajo su mando: analista fiscal y secretaria	
Número de trabajadores que desempeñan el puesto 1	
Descripción del Puesto	
El gerente general es el representante legal de la empresa, le corresponde administrar, dirigir y controlar el cumplimiento de las metas y objetivos organizacionales.	
Funciones y Responsabilidades:	
• Dirigir las reuniones con el personal la empresa, con la finalidad de fomentar el trabajo en equipo y optimizar los recursos utilizados en los procesos.	
• Velar por el normal desenvolvimiento de los procesos en la unidad con el objeto de garantizar la calidad en el servicio.	
• Dirigir, supervisar y controlar los procesos de consultorías o asesorías bajo su responsabilidad.	
• Comprobar la correcta aplicación de los principios y normas establecidas con respecto a la organización y al sistema de control interno	
• Velar porque cada colaborador a su cargo cumpla con las obligaciones que le han sido asignadas.	
• Mantener la contabilidad al día, de acuerdo con las normas generales	
• Evaluar el desempeño del personal a su cargo.	
• Manejar los ingresos y egresos de la empresa	
• Elaborar el presupuesto anual de la empresa	
Especificaciones y Requerimientos	
Edad	29-40 años.
Nivel Educativo	Postgrado universitario en administración con orientación en finanzas
Sexo	Indiferente
Experiencia	3 años como mínimo en puestos similares
Habilidades específicas	• Conocimientos contables, financieros y en gestión de riesgo.
	• Habilidades interpersonales y gerenciales.
	• Conocimientos en el manejo de Microsoft office, sistemas contables y aplicativo Det Live
Esfuerzo	
Físico	Mínimo y no esporádico, no compromete la salud del trabajador.

Mental	Requiere esfuerzo mental superior al común, ya que exige periodos de concentración intensa con posibilidad de error difícil de detectar.
Presión de tiempo	No admite retraso por los riesgos y complicaciones presupuestales de importancia para la empresa

Fuente: Elaboración Propia

6.2.4. Descripción análisis de puestos: Asistente fiscal

Tabla 15 Perfil de puesto para analista fiscal

Datos de identificación:	
Nombre de la ocupación:	Asistente Fiscal
Departamento o Unidad a la que pertenece:	Asesoría Fiscal
Relaciones de Comunicación:	
Puestos con los que se relaciona: gerente general y secretaria	
Puestos bajo su mando: ninguno	
Número de trabajadores que desempeñan el puesto 1	
Descripción del Puesto	
Es el responsable de brindar asesoría fiscal a los clientes de la empresa, encontrando soluciones a los problemas que satisfagan los requerimientos de los clientes en el área de asesoría fiscal.	
Funciones y Responsabilidades:	
• Analizar los requerimientos o solicitudes fiscales de los clientes.	
• Brindar asesoría fiscal de manera eficiente y eficaz	
• Elaboración de declaraciones de ISV y ISR	
• Cumplir con las obligaciones que le han sido asignadas.	
Especificaciones y Requerimientos	
Edad	23-40 años.
Nivel Educativo	Licenciado o pasante universitario en administración, contaduría pública
Sexo	Indiferente
Experiencia	1 años como mínimo en puestos similares
Habilidades específicas	• Conocimientos contables, financieros
	• Conocimientos en el manejo de Microsoft office, sistemas contables y aplicativo Det Live
Esfuerzo	
Físico	Mínimo y no esporádico, no compromete la salud del trabajador.
Mental	Requiere esfuerzo mental superior al común, ya que exige periodos de concentración intensa con posibilidad de error difícil de detectar.
Presión de tiempo	No admite retraso por los riesgos y complicaciones presupuestales de importancia para la empresa

Fuente: Elaboración Propia

6.3. Estudio Legal

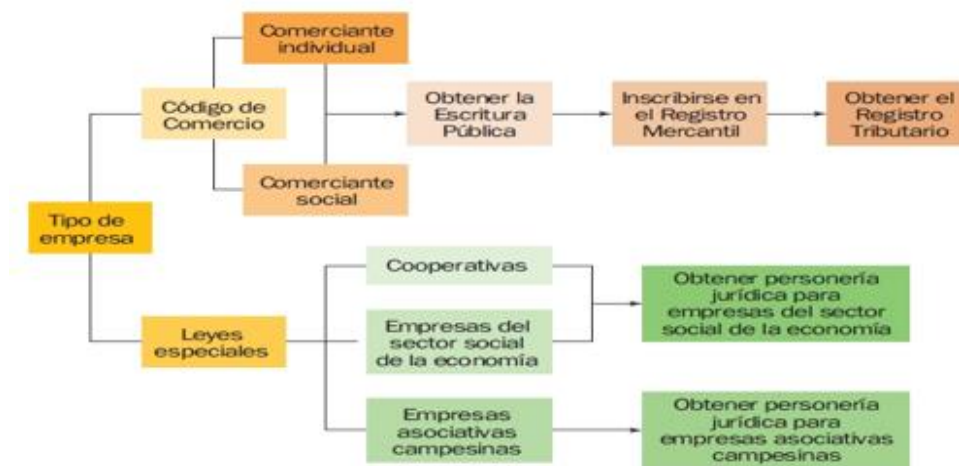
6.3.1. Tipo de empresa y forma de constitución

El tipo de empresa a constituir según la cantidad de empleados será de microempresa de servicios. La forma de constitución será la de comerciante individual, la cual se describe en libro primero artículo 6 al 12 del Código de Comercio de Honduras. Según el código de comercio, el comerciante individual es toda persona que tiene capacidad legal para ejercer el comercio, haciendo de este su ocupación principal. El comerciante individual es el titular de una empresa mercantil, el capital inicial no será inferior a Lps. 5,000.00 cinco mil lempiras y su responsabilidad será ilimitada.

6.3.2. Proceso general de constitución de una empresa en Honduras

En Honduras se pueden crear las empresas con base en la legalidad del código de comercio o en otras leyes especiales, todo depende del tipo de empresa que se desea constituir, en el caso de la empresa de este proyecto, se constituirá en base al código de comercio como comerciante individual, por lo que los pasos a seguir en el proceso son los siguientes:

Ilustración 9 Pasos para la creación de una empresa en Honduras



Fuente: Manual de requisitos para constituir y operar una empresa en honduras. Secretaria de Industria y Comercio. Primera edición 2008

6.3.3. Escritura pública (declaración de comerciante individual)

La Escritura pública es un instrumento o documento público y legal que contiene: los nombres de las personas que conforman la organización; el nombre social de la organización y de que tipo es; el capital inicial; su duración; su naturaleza y objeto.

Mediante acuerdo No. CD-IP-007-2017 el Instituto de la Propiedad y su consejo directivo en fecha 20 de abril del año 2017 aprobaron la creación de sociedades mercantiles constituidas bajo la modalidad prescrita en el decreto legislativo 284-2013, contentivo de la ley para la generación de empleo, fomento a la iniciativa empresarial, formalización de negocio y protección a los derechos de los inversionistas, acordaron poder realizar un registro único a nivel nacional por medio de una plataforma transaccional electrónica mediante la cual se podrá crear la solicitud, llenando un formulario único especial para constitución de empresas, en el cual se deberán consignar datos como; capital inicial, actividad económica, fecha de inicio de actividades entre otros. (Instituto de la Propiedad, 2017).

Al hacer la inscripción por este medio la empresa se adhiere a todos los beneficios otorgados en la Ley de Apoyo a la Micro y Pequeña Empresa aprobada mediante decreto No. 145-2018. Los beneficios más importantes para el registro de nuestra empresa están consignados en el artículo 6 de esta ley que manifiesta que los comerciantes, que se constituyan formalmente e inscriban en cualquier Registro Público de Comercio y Cámara de Comercio del país, indistintamente de su capital social fundacional y que sean considerados como una micro o pequeña empresa, deben estar exentas del Impuesto Personal y del Impuesto Sobre Industria, Comercio y Servicios de las Municipalidades. Asimismo, deben quedar exentas del pago de las tasas no tributarias, sobre tasas y derechos, por los permisos de operación, construcción, autorizaciones y licencias ambientales, asimismo se exime del cargo por registro de cualquier tipo que se tramiten ante el Gobierno Central y municipalidades. (Estado de Honduras, 2018)

Al momento de hacer la solicitud de Comerciante individual en la plataforma de mi empresa en línea debemos tener en cuenta los siguientes datos:

- Información personal (nombres, apellidos, estado civil, ocupación, número de teléfono, número de la tarjeta de identidad, correo electrónico).
- Proyección de ventas anuales
- Fecha de inicio de actividades
- Declaración de capital
- Nombre Comercial
- Dirección de la empresa
- Finalidad primaria
- Descripción de la finalidad
- Municipio

Con estos datos se llena el formulario y una vez completado la plataforma envía a la cámara de comercio nuestra solicitud para su respectivo registro. ¹⁷

6.3.4. Inscripción en la Cámara de Comercio

De acuerdo con el artículo 384 del Código de Comercio, es obligatorio que todo comerciante y/o sociedad mercantil se registre en la Cámara de Comercio e Industria correspondiente al municipio en el cual funcionará la nueva empresa. Sin este registro, las alcaldías no autorizan el permiso de operación. Además, al registrarse la empresa forma parte de la base de datos de la localidad, lo cual es útil para establecer contactos comerciales (Congreso Nacional de Honduras, 2012).

¹⁷ Según plataforma de mi empresa en línea <https://www.miempresaenlinea.org>

Quien realiza el trámite es el propietario de la empresa, el tiempo promedio de entrega del registro es de un día hábil, solo se tiene que abocar a la oficina de la Cámara de Comercio y hacer saber a la persona encargada que se realizó la solicitud por medio de la plataforma de mi empresa en línea.

6.3.5. *Inscripción en el Registro Mercantil*

Toda empresa constituida con base en el Código de Comercio deberá registrar su escritura de constitución en el registro mercantil. Este trámite es realizado por el propietario en el Instituto de la Propiedad, el tiempo promedio de registro es de un día hábil.

Para registrarse en el Instituto de la propiedad se deberán presentar los siguientes documentos¹⁸:

- Original y copia de la escritura de constitución
- Solicitud de registro debidamente completada
- Registro de la Cámara de Comercio

6.3.6. *Registro tributario nacional (RTN)*

El RTN es un documento que sirve para realizar diversos trámites tributarios y que actualmente es un requisito para diversas transacciones económicas. En el caso de personas naturales el número de RTN es el mismo número de identidad más un dígito correlativo que el sistema asigna. El artículo 66 numeral 1 del Código Tributario da a conocer la obligación que tiene las personas naturales, jurídicas y las organizaciones o entidades que carecen de personalidad

¹⁸ Según portal de la Cámara de Comercio e Industria de Tegucigalpa <https://www.ccit.hn/formalizacion-de-empresas>

jurídica, pero que realizan actividades que las convierten en obligados tributarios, deben inscribirse en el Registro tributario Nacional (RTN).

Los requisitos para inscribirse y adherirse al régimen de facturación como Comerciante Individual son los siguientes¹⁹:

- Formulario SAR 410
- Escritura de comerciante individual original y copia, si se han realizado modificaciones; Adjuntar original y copia de protocolizaciones.
- Original y copia de identidad
- Recibo de servicios públicos (luz, agua, telefonía, recibo de bienes inmuebles) que acredite el domicilio de la empresa o permiso de operación
- Número de teléfono
- Correo electrónico
- En caso de tener sucursales deberá presentar Declaración Jurada SAR-410 A, Permiso de Operación extendido por la Municipalidad por cada una de ellas
- En caso de ser solicitado por una tercera persona, este deberá acompañar Carta Poder Autenticada, original y fotocopia de su tarjeta de identidad.

Con estos documentos el Servicio de Administración de Rentas SAR hace la respectiva inscripción, imprime un comprobante de inscripción que tiene que estar a la vista en el establecimiento, este tiene que estarse reponiendo una vez al año y por último generan un contrato de adhesión que permite a los obligados tributarios crear un usuario en plataforma de la oficina

¹⁹ Según Oficina departamental de Copán SAR

virtual, solicitar facturación y presentación de las declaraciones tributarias, el trámite se puede hacer en un día hábil.

6.3.7. Permiso de operación

Este documento lo extiende la municipalidad para garantizar que la empresa funciona conforme a las leyes municipales. El trámite es realizado por el propietario de la empresa y puede hacerlo en un día hábil. Los requisitos para efectuar el trámite son los siguientes:

- Llenar formulario de apertura de negocio (FEN002 O FEN003) debidamente completado (solicitar en ventanilla de Control Tributario)
- Fotocopia de escritura pública de comerciante individual inscrita en la Cámara de Comercio e Industria correspondiente (CCIT/CCIC), según art. 384 del Código de Comercio
- Fotocopia de solvencia municipal
- Fotocopia de identidad e impuesto personal
- Fotocopia de RTN²⁰

El permiso de operación debe renovarse cada año y colocarlo en un lugar visible dentro del negocio. El costo del permiso de operación varía en función de los ingresos por ventas y volumen de producción, pero como nuestra empresa contara con el beneficio de la Ley de Apoyo a la Micro y Pequeña Empresa aprobada mediante decreto No. 145-2018, este y todos los trámites anteriores se realizan de forma gratuita.

²⁰ Según la Municipalidad de Santa Rosa de Copán.

6.3.7.1. Autorización de los libros contables

La Secretaría Municipal autoriza los libros contables, por lo que para realizar este trámite deberá presentarse en la oficina de la Secretaría Municipal y solicitar los requisitos respectivos a esta dependencia, para lo cual debe presentar lo siguiente:

- Permiso de operación de la empresa
- Presentación de los libros especiales (diario, mayor, ventas y balances)
- Presentación del volumen de ventas esperadas

El tiempo promedio del trámite tarda entre cinco a diez días hábiles y el costo es de Lps. 1.50 por hoja.²¹

6.3.8. Licencia sanitaria

Según el artículo 24 de la Ley General del Ambiente, todo proyecto, obra o actividad público o privado, debe tener una licencia ambiental antes de iniciar su ejecución siempre y cuando estos proyectos sean susceptibles a contaminar el ambiente, se determinan sus impactos y sus medidas de mitigación correspondiente. Para efectos del proyecto la empresa no realizará ninguna actividad de procesamiento, por ser una empresa de servicio no genera impactos significativos en el medio ambiente.

²¹ Según la Secretaría municipal de Santa Rosa de Copán.

6.3.9. Obligaciones Fiscales y Laborales

6.3.9.1. Impuesto sobre la Renta

Sé estable un impuesto anual con periodo comprendido a partir del uno (1) de enero al treinta y uno (31) de diciembre. Es un impuesto que grava los ingresos provenientes del capital, del trabajo o de la combinación de ambos.

Se considera ingreso toda clase de rendimiento, utilidad, ganancia, renta, interés, producto, provecho, participación, sueldo, jornal, honorario y, en general, cualquier percepción en efectivo, en valores, en especie o en crédito, que modifique el patrimonio del contribuyente.

El Impuesto sobre la Renta descansa en el principio de la habilidad o capacidad de pago del contribuyente.

La habilidad o capacidad de pago del contribuyente es sinónimo de la capacidad económica del mismo, que se mide por medio del ingreso percibido en dinero, en crédito, en valores, en derechos, en especie o en cualesquiera otras formas siempre que se pueda medir objetivamente, en términos monetarios, durante el período o año imponible (Congreso Nacional de Honduras, 2016).

Según el artículo 22 de la Ley del Impuesto sobre la Renta, inciso b, el impuesto se cobrará de acuerdo con las disposiciones siguientes:

Las personas naturales domiciliadas en Honduras pagarán para el Ejercicio Fiscal en curso y periodos sucesivos de conformidad a la escala de tasas progresivas vigente. Esta escala de tasas progresivas será ajustada automáticamente de forma anual a partir del año 2017

y se efectuará aplicando la variación interanual del índice de Precios al Consumidor (IPC), publicado por el BCH del año inmediato anterior.

Al adherirnos a la ley de apoyo a la micro y pequeña empresa decreto No. 145-2018, la empresa queda exenta de pago y no de la presentación de la declaración de impuesto sobre la renta durante los primeros cinco años de operación, lo que significa que la empresa realizara la presentación de una declaración informativa una vez al año que se presenta de enero a más tardar treinta de abril de cada año.²²

6.3.10. Afiliación al Instituto Hondureño de Seguridad Social

Deben inscribirse al IHSS todas las personas o empresas legalmente constituidas, que cuenten con permiso de operación.

Para que los colaboradores estén cubiertos por el IHSS, hay que pagar mensualmente el 11.4% de los salarios, que se distribuyen así: el 3.95% se le deduce al trabajador, y el 7.45% lo paga el patrono. Tanto los trabajadores como la empresa deberán llenar la hoja de afiliación al IHSS.

Esto habrá que presentarlo dentro de los cinco días de inicio de operación de la empresa, junto con los demás documentos:

- Fotocopia de la escritura de constitución de la empresa
- Fotocopia de la tarjeta de identidad del patrono o el gerente general

²² Según artículo 5 de la Ley de apoyo a la micro y pequeña empresa decreto 145-2018

- Lista de los trabajadores, indicando para casa cuál: nombres y apellidos completos, fecha de inicio de labores, puesto que desempeña, salario que devenga mensualmente, número de afiliación al IHSS, si lo tuviera, y fotocopia de la tarjeta de identidad.

6.3.11. Régimen de aportaciones privadas – fondo social para la vivienda

Deben inscribirse las empresas con más de 10 empleados y es voluntaria la inscripción para empresas de menos de cinco empleados. El empleado paga 0.45% y el patrono 2.43%. Se puede hacer la inscripción de forma individual y cuando la persona haya estado en el sistema y pague el 3%. En el caso de la empresa, es opcional su inscripción al RAP-FOSOVI.

Capítulo 7

Estudio Económico

7. Estudio Económico

Introducción

Los datos y cifras que se presentan en el siguiente estudio económico fueron analizados minuciosamente para la implementación e inicio de operaciones de la empresa Alvarado Consultora, por lo tanto, detalla cada uno de los costos fijos, variables, administración, venta y financieros en que dicho proyecto incurrirá.

El plan de inversión se diseñó con el objetivo de guiar la inversión hacia un camino más seguro y reducir riesgos al invertir, también se determina el cronograma de inversión, se definirá la estructura de capital más conveniente para la operación de la empresa, el capital de trabajo para los primeros dos meses de operación y el punto de equilibrio donde la empresa pueda realizar sus operaciones sin pérdidas ni ganancias, por último se mostraran sus respectivos estados financieros en los que se destacan el estado de resultados proforma junto con el balance general para ver la posición financiera de la empresa al arrancar el proyecto.

7.1. Determinación de los costos

Los costos de operación de Alvarado Consultora incluyen todos los costos en que se incurre para realizar la actividad empresarial, por lo que es importante determinar cuáles son los que están directamente relacionados con las actividades del negocio. Para ello se clasifican en costos fijos y costos variables.

7.1.1. Costos de operación variables

Son los gastos que cambian en relación directa a la actividad de una empresa o, en otros términos, el que depende de las variaciones que afectan a su volumen de negocio²³ (Padilla, 2013).

²³ Según David Noel Ramírez Padilla en el libro Contabilidad administrativa novena edición Cap. 2 pág. 32

A continuación, se presenta un resumen de los suministros anuales de oficina, bioseguridad, cafetería y limpieza que será indispensables para el buen funcionamiento de la empresa.

Tabla 16 Gastos por suministros

Resumen gastos por materiales y suministros	
Suministros de oficina	25,924.00
Suministros de cafetería	4,328.00
Suministros de limpieza	7,368.00
Total, gastos suministros	L. 37,620.00

Fuente 1 Elaboración propia

7.1.2. Costos de administración

Los costos de administración son los que se originan en el área administrativa como sueldos y salarios, teléfono, oficinas generales²⁴ (Padilla, 2013).

Dentro de este costo se contempla el gasto por remodelación de la oficina el cual se hará solo una vez en el primer año de operación.

Tabla 17 Gastos administración variables Alvarado Consultora

NO.	DESCRIPCIÓN	COSTO L.
1	Gasto por remodelación de oficina	L 8,500.00

Fuente: Elaboración Propia

7.1.3. Costos de operación fijos

Los costos fijos son los que permanecen constantes durante un rango relevante de tiempo o actividad, sin que importe si cambia el volumen²⁵ (Padilla, 2013).

²⁴ Según David Noel Ramírez Padilla en el libro Contabilidad administrativa novena edición Cap. 2 pág. 31

²⁵ Según David Noel Ramírez Padilla en el libro Contabilidad administrativa novena edición Cap. 2 pág. 32

Tabla 18 Costos de operación fijos Alvarado Consultora

RESUMEN DE GASTOS	
DESCRIPCIÓN	TOTAL L.
Costos Fijos	
Sueldos y salarios	416,000.00
IHSS patrono	17,204.65
RAP patrono	5,611.72
Total, sueldos y salarios	438,816.37
Gastos publicidad	12,000.00
Gastos por arrendamiento de oficina	54,000.00
Gastos servicios generales	21,564.00
Total, Costos Fijos	526,380.37

Fuente: Elaboración Propia

7.1.4. Costos de venta

Son los que se incurren en el área que se encarga de llevar el producto desde la empresa hasta el consumidor final; por ejemplo, publicidad²⁶, la cual se hará de manera virtual por medio de las diferentes redes sociales como ser Facebook, Instagram, WhatsApp y correo empresarial, para este costo se estima una cantidad mensual de L.1000.00.

7.1.5. Costos financieros

Son aquellos que se originan por el uso de recursos ajenos, que permiten financiar el crecimiento y desarrollo de las empresas (Padilla, 2013).

La empresa Alvarado Consultora solicitará un préstamo en el Banco de Occidente por un valor de L. 121,486.00 para compra de mobiliario y equipo, el cual será otorgado a un plazo de 7

²⁶ Según David Noel Ramírez Padilla en el libro Contabilidad administrativa novena edición Cap. 2 pág. 31

años, con una tasa de interés anual del 13%, según cálculo realizado, la empresa pagará un total de intereses de L. 70,799.08 por el uso de ese recurso económico.

7.2. Plan de inversión

Las inversiones de la empresa constituirán en la adquisición de mobiliario y equipo de oficina, equipo de cómputo y capital de trabajo para los primeros dos meses de operación, dicha inversión se resume de la manera siguiente:

Tabla 19 Plan de inversión Alvarado Consultora

PLAN GLOBAL DE INVERSIONES	
DETALLE	TOTAL INVERSIÓN L.
Inversión fija	
Equipo de Cómputo	85,192.00
Mobiliario y equipo	36,294.00
Total inversión fija	121,486.00
Capital de Trabajo	97,416.73
Total inversión	218,902.73

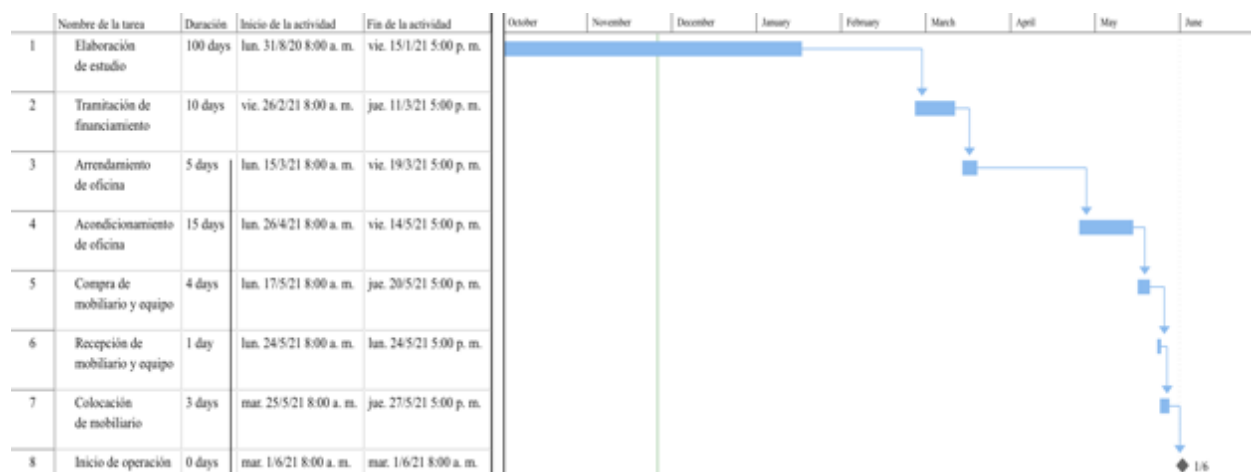
Fuente: Elaboración Propia

7.3. Cronograma de inversión

Todo proyecto requiere preparar un cronograma de inversión que ayude a señalar claramente su compromiso y las fechas en que se efectuarán las actividades pre-operativas como las de operación.

A continuación, se propone un cronograma para el seguimiento de cada una de las actividades para la ejecución del proyecto.

Ilustración 10 Cronograma de inversión Alvarado Consultora



Fuente: Elaboración Propia

7.4. Depreciaciones y amortizaciones

El valor de la depreciación calculada a los elementos de propiedad, planta y equipo corresponde a una vida útil de 5 años, con un valor residual de 1%. El método para el cálculo utilizado es el de línea recta.

En el año 5 del proyecto, se realizará una reinversión de dichos elementos de propiedad, planta y equipo, con las mismas condiciones en el párrafo anterior.

Tabla 20 Gastos de depreciación anual Alvarado Consultora

ACTIVOS	COSTO L.	VIDA ÚTIL	VALOR DE RESCATE L.	DEP. ANUAL L.
Equipo de Cómputo	85,192.00	5	851.92	16,868.02
Mobiliario y equipo	36,294.00	5	362.94	7,186.21
Reinversión año 5 - Equipo Cómputo	85,192.00	5	851.92	16,868.02
Reinversión año 5 - Mobiliario	36,294.00	5	362.94	7,186.21
TOTALES	242,972.00		2,429.72	48,108.46

Fuente: Elaboración Propia

7.5. Capital de trabajo

El capital de trabajo de la empresa es equivalente a dos meses del total de los gastos variables y los gastos fijos de administración y venta que la empresa necesita para realizar sus operaciones con normalidad. El valor de dicho capital de trabajo es igual a L. 97,416.73.00

Tabla 21 Capital de trabajo Alvarado Consultora

DETALLE	VALOR L.
Gastos variables mensuales	4,135.00
Gastos de administración mensuales	44,573.36
Total Capital de Trabajo	48,708.36

Capital de Trabajo para operar 2 meses	97,416.73
---	------------------

Fuente: Elaboración Propia

7.6. Determinación de punto de equilibrio

El punto en el que los ingresos de la empresa son iguales a sus costos se llama punto de equilibrio²⁷ (Padilla, 2013).

Para poder determinar el punto de equilibrio de la empresa se utilizó la siguiente fórmula:

Ecuación 1 Fórmula Punto de Equilibrio

$$P.E. = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - \frac{\text{Costos variables}}{\text{Ventas totales}}}$$

Fuente: David Noel Ramírez Padilla, Libro de contabilidad administrativa, 2013

²⁷ Según David Noel Ramírez Padilla en el libro Contabilidad administrativa novena edición Cap. 5 pág. 156

Tabla 22 Punto de equilibrio escenario más probable Alvarado Consultora

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas de servicios	915,350.00	994,297.50	1,081,828.13	1,171,690.14	1,275,248.38
Costos fijos	534,880.37	547,856.69	570,209.25	593,473.78	617,687.51
Costos Variables	49,620.00	51,644.50	53,751.59	55,944.66	58,227.20
PE ANUAL	565,537.47	577,871.75	600,021.87	623,231.19	647,240.17
PE MENSUAL	47,128.12	48,155.98	50,001.82	51,935.93	53,936.68

DETALLE	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ventas de servicios	1,384,446.42	1,504,123.35	1,635,121.05	1,776,492.43	1,932,024.16
Costos fijos	642,889.16	669,119.04	696,419.10	724,833.00	754,406.19
Costos Variables	60,602.87	63,075.47	65,648.94	68,327.42	71,115.18
PE ANUAL	672,319.32	698,406.75	725,549.39	753,826.67	783,236.04
PE MENSUAL	56,026.61	58,200.56	60,462.45	62,818.89	65,269.67

Fuente: Elaboración Propia

Según el cálculo la empresa de asesoría y consultoría fiscal Alvarado Consultora tendrá que obtener en su primer año de operación ingresos de L. 565,537.47 para poder alcanzar el punto de equilibrio.

7.7. Estado de resultados proforma

A continuación, se muestra el estado de resultado proyectado escenario más probable con un porcentaje de 50%.

El estado de resultados muestra que desde el primer año la empresa tendrá un flujo de efectivo positivo lo que le permitirá obtener ganancias que ayudaran a su crecimiento económico.

Tabla 23 Estado de resultado escenario más probable Alvarado Consultora

DETALLE	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos por Servicios de Asesoría Fiscal	850,350.00	926,047.50	1,010,165.63	1,096,444.52	1,196,240.48	1,301,488.12	1,417,017.13	1,543,659.52	1,680,457.82	1,831,187.83
Ingresos por Servicios Adicionales	65,000.00	68,250.00	71,662.50	75,245.63	79,007.91	82,958.30	87,106.22	91,461.53	96,034.60	100,836.33
Total ingresos por servicios	915,350.00	994,297.50	1,081,828.13	1,171,690.14	1,275,248.38	1,384,446.42	1,504,123.35	1,635,121.05	1,776,492.43	1,932,024.16
Gastos:										
Gastos de Operación Variables	49,620.00	51,644.50	53,751.59	55,944.66	58,227.20	60,602.87	63,075.47	65,648.94	68,327.42	71,115.18
Gastos de Administración y Venta	534,880.37	547,856.69	570,209.25	593,473.78	617,687.51	642,889.16	669,119.04	696,419.10	724,833.00	754,406.19
Gastos Totales	584,500.37	599,501.19	623,960.84	649,418.44	675,914.71	703,492.03	732,194.51	762,068.04	793,160.42	825,521.36
Utilidad Operativa	330,849.63	394,796.31	457,867.29	522,271.70	599,333.67	680,954.39	771,928.84	873,053.00	983,332.01	1,106,502.80
Gastos Financieros	15,793.18	14,275.28	12,560.06	10,621.86	8,431.70	5,956.81	3,160.18	0.00	0.00	0.00
Gastos Depreciación	24,054.23	24,054.23	24,054.23	24,054.23	24,054.23	24,054.23	24,054.23	24,054.23	24,054.23	24,054.23
Gastos de Amortizaciones	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Total	39,847.41	38,329.51	36,614.29	34,676.09	32,485.92	30,011.04	27,214.41	24,054.23	24,054.23	24,054.23
Utilidad antes de ISR	291,002.22	356,466.80	421,253.00	487,595.61	566,847.75	650,943.36	744,714.43	848,998.77	959,277.78	1,082,448.57
(-) ISR	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	97,641.50	111,707.16	127,349.82	143,891.67	162,367.29
Utilidad Neta	291,002.22	356,466.80	421,253.00	487,595.61	566,847.75	553,301.85	633,007.26	721,648.96	815,386.11	920,081.28

Fuente: Elaboración Propia

7.8. Costo de capital

El costo de capital del proyecto está medido en función a la Tasa Mínima de Rendimiento que espera el inversionista (TMAR) del proyecto. Hay que recordar que el inversionista aportara fondos propios al proyecto y la por lo que el costo de capital se calculó de la siguiente manera:

Ecuación 2 Fórmula TMAR del inversionista

$$TMAR = i + f + (i*f)$$

Donde:

TMAR: Tasa mínima de rendimiento

i: Tasa mínima de rendimiento requerida por el inversionista 13%

f: Promedio de inflación últimos 5 años 3.73%²⁸

Ecuación 3 Cálculo TMAR del inversionista

$$TMAR = 13\% + 3.73\% + (13\%*3.73\%)$$

$$TMAR = 17.22\%$$

Por lo tanto, la tasa mínima de rendimiento que espera el inversionista para este proyecto es de un 17%.

7.9. Financiamiento

A continuación, se presenta el plan de amortización del préstamo:

²⁸ Según Banco Central de Honduras

Tabla 24 Amortizaciones de préstamo

DATOS DEL PRÉSTAMO		AÑOS	CUOTA	INTERÉS	CAPITAL	SALDO
						121,486.00
Capital a financiar	121,486.00	1	27,469.30	15,793.18	11,676.12	109,809.88
		2	27,469.30	14,275.28	13,194.01	96,615.87
		3	27,469.30	12,560.06	14,909.23	81,706.64
		4	27,469.30	10,621.86	16,847.43	64,859.20
		5	27,469.30	8,431.70	19,037.60	45,821.60
		6	27,469.30	5,956.81	21,512.49	24,309.11
		7	27,469.30	3,160.18	24,309.11	0.00
TOTALES L.			192,285.08	70,799.08	121,486.00	

Fuente: Elaboración Propia

7.10. Balance general

A continuación, se presenta el balance general del proyecto en el escenario más probable con un porcentaje de 50% para 10 años del proyecto, este balance nos muestra que la empresa tiene la capacidad de cubrir los pasivos generados con los activos totales y el patrimonio de la empresa podrá cubrir las responsabilidades financieras que serán adquiridas.

Tabla 25 Balance general escenario más probable Alvarado Consultora

DETALLE	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ACTIVOS											
Corrientes:											
Efectivo	97,416.73	400,797.06	768,124.07	1,198,522.06	1,693,324.47	2,143,702.84	2,699,546.43	3,332,298.81	4,078,002.00	4,917,442.34	5,861,577.85
No Corrientes:											
Propiedad planta y equipo	121,486.00	121,486.00	121,486.00	121,486.00	121,486.00	242,972.00	242,972.00	242,972.00	242,972.00	242,972.00	242,972.00
Depreciación Acumulada	0.00	24,054.23	48,108.46	72,162.68	96,216.91	120,271.14	144,325.37	168,379.60	192,433.82	216,488.05	240,542.28
Total Activos	218,902.73	498,228.83	841,501.62	1,247,845.38	1,718,593.56	2,266,403.70	2,798,193.06	3,406,891.21	4,128,540.17	4,943,926.28	5,864,007.57
PASIVOS											
Préstamos por pagar	121,486.00	109,809.88	96,615.87	81,706.64	64,859.20	45,821.60	24,309.11	0.00	0.00	0.00	0.00
Total Pasivos	121,486.00	109,809.88	96,615.87	81,706.64	64,859.20	45,821.60	24,309.11	0.00	0.00	0.00	0.00
PATRIMONIO											
Capital	97,416.73	97,416.73	97,416.73	97,416.73	97,416.73	97,416.73	97,416.73	97,416.73	97,416.73	97,416.73	97,416.73
Utilidades		291,002.22	356,466.80	421,253.00	487,595.61	566,847.75	553,301.85	633,007.26	721,648.96	815,386.11	920,081.28
Utilidades Retenidas		0.00	291,002.22	647,469.02	1,068,722.01	1,556,317.62	2,123,165.37	2,676,467.22	3,309,474.49	4,031,123.44	4,846,509.56
Total Patrimonio	97,416.73	388,418.95	744,885.74	1,166,138.74	1,653,734.35	2,220,582.10	2,773,883.95	3,406,891.21	4,128,540.17	4,943,926.28	5,864,007.57
Total Pasivo + Patrimonio	218,902.73	498,228.83	841,501.62	1,247,845.38	1,718,593.56	2,266,403.70	2,798,193.06	3,406,891.21	4,128,540.17	4,943,926.28	5,864,007.57
Diferencia	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

Fuente: Elaboración Propia

Capítulo 8

Estudio Financiero

8. Estudio Financiero

Introducción

En el presente estudio se desarrollará el análisis financiero de la empresa Alvarado Consultora, el cual permitirá conocer la factibilidad del proyecto.

El estudio financiero se proyectó a 10 años, tiempo en que se considera puede ser viable la recuperación de la inversión, y en el cual se puede pagar el financiamiento que se estima obtener de acuerdo con el estudio realizado.

Se desarrollan los estados financieros proyectados a 10 años, el valor presente neto y la tasa interna de retorno, datos que ayudan al inversionista a visualizar el rendimiento de su inversión, conforme a los resultados de la Tasa Interna de Retorno (TIR), Valor Anual Neto (VAN), Período de Recuperación de la Inversión (PRI), entre otros. Además, en este apartado, se describen los escenarios pesimistas y optimistas para analizar el comportamiento de los datos ante los cambios en los ingresos y egresos.

También se incluyen en este estudio financiero, estado de resultados y balance general.

8.1. Supuestos financieros

Para poder determinar la factibilidad desde el punto de vista financiero, se establecieron los siguientes supuestos:

1. El horizonte de tiempo determinado para plantear el proyecto fue de 10 años
2. Las ventas se proyectaron en función de tres escenarios que dependen del porcentaje de la capacidad instalada de la empresa:
 - Escenario optimista: 60% de la capacidad instalada.
 - Escenario más probable: 50% de la capacidad instalada.

- Escenario pesimista: 40% de la capacidad instalada
3. Los precios establecidos por los servicios de asesoría y consultoría fiscal son los siguientes:
 - Microempresas L. 1,300.00
 - Pequeña empresa L. 2,800
 - Mediana empresa L. 4000.00
 4. Los sueldos y salarios se calcularon de conformidad con lo establecido en la legislación laboral de nuestro país en lo referido a décimo tercer y cuarto mes, aplicando además los porcentajes para el cálculo del Instituto Hondureño de Seguridad (IHSS), Régimen de aportaciones Privadas (RAP y FOSOSVI) los porcentajes que se aplicaron fueron:
 - IHSS: Patronal 7.45%, Empleado 3.95%
 - RAP: Patronal 2.43%, Empleado 0.45%
 5. Los sueldos y salarios se proyectaron a 10 años. Para el primer año los gastos por sueldos y salarios asciende a L. 438,816.37 con un incremento para los años siguientes de conformidad con la tasa de inflación.

Tabla 26 Sueldos y Salarios

SUELDOS Y SALARIOS	TOTAL L.
Año 1	438,816.37
Año 2	456,720.08
Año 3	475,354.26
Año 4	494,748.72
Año 5	514,934.46
Año 6	535,943.79
Año 7	557,810.30
Año 8	580,568.96
Año 9	604,256.17
Año 10	628,909.82

Fuente: Elaboración Propia

6. El pago de impuesto sobre la renta será calculado según la tabla progresiva de ingresos o utilidades que proporciona el Servicio de Administración de Rentas cada año, esto porque la empresa será constituida como comerciante individual, también gozará de la exoneración de pago de del mismo impuesto durante los primeros 5 años de operación por adhesión a la ley de apoyo a las MIPYMES mediante decreto 148-2018. Para efectos de este estudio se considera un 15% para el pago del impuesto sobre la renta.
7. Las depreciaciones de los activos se calcularon utilizando el método de Línea Recta, con un 1% de valor residual y una vida útil de estimada de 5 años. Considerando el tipo de negocio, se proyectó una reinversión en activos fijos por L. 85,192.00 para el quinto año.
8. Para evaluar financieramente la factibilidad del proyecto, se calculó la Tasa Interna de Retorno (TIR), Valor Anual Neto (VAN) y periodo de Recuperación de la Inversión (PRI).
9. Los gastos comprendidos en la operación del proyecto se calcularon a través de proyecciones tomando en cuenta la tasa de inflación de nuestro país.
10. El capital de trabajo es equivalente a dos meses de los costos fijos y variables por un valor de L. 97,416.73.00, este valor a su vez corresponde al aporte inicial de los socios representando un 45% en la estructura de capital.
11. El valor del financiamiento a requerir para mobiliario y equipo asciende a L. 121,486.00 a un periodo de 7 años y una tasa de interés anual del 13%.
12. El resultado de la Tasa Interna de Retorno se evaluó comparándola con la Tasa Mínima Requerida por el Inversionista TMAR, misma que corresponde a un 17%.

8.2. Valor presente neto (VAN)

Es un método para evaluar proyectos de inversión que permite determinar si una inversión cumple con el objetivo de maximizar la inversión. (Urbina, 2013), lo define como el valor

monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. Para calcular la VAN se utiliza el costo de capital o TMAR. Los flujos descontados se refieren al flujo neto de efectivo (FNE).

Tabla 27 VAN del proyecto escenario más probable Alvarado Consultora

VAN	2,229,814.58
------------	---------------------

Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar tenemos una VAN positiva es decir mayor a 0, por lo que el proyecto es aceptable, ya que nos indica que la empresa produce más ganancias que gastos.

8.3. Tasa interna de retorno (TIR) y TIR modificada

(Urbina, 2013), La tasa interna de rendimiento es la tasa de descuento por la cual la VAN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

El criterio de aceptación que se emplea en el método de la TIR es, si esta es mayor que la TMAR, se acepta la inversión, es decir si el rendimiento de la empresa es mayor que el mínimo fijado como aceptable, la inversión es económicamente rentable (Urbina, 2013).

Tabla 28 TIR. Y TIRM del proyecto escenario más probable Alvarado Consultora

TIR	330.92%
TIRM	61%

Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar en la tabla 30 el valor de la TIR la TIR modificada es más alta que la TMAR la cual es del 17.22 % por lo que el proyecto se considera aceptable, ya que asegura el retorno de la inversión al propietario de la empresa Alvarado Consultora.

8.4. Período de recuperación de la inversión

Este método también se conoce como PP por sus siglas en inglés (Payback Period), consiste en determinar el número de periodos, generalmente en años requeridos para recuperar la inversión emitida, por medios de los flujos de efectivos futuros que generara el proyecto (Urbina, 2013).

El periodo de recuperación de la inversión es de 11 meses, a continuación, se presenta la tabla con el respectivo calculo:

Tabla 29 Cálculo del periodo de recuperación de la inversión escenario más probable

VALOR PRESENTE		
AÑOS	FLUJOS	ACUMULADO
0		218,902.73
1	303,380.33	303,380.33
2	367,327.01	670,707.34
3	430,397.99	1,101,105.33
4	494,802.41	1,595,907.74
5	450,378.37	
6	555,843.59	
7	632,752.38	
8	745,703.19	
9	839,440.34	
10	1,043,981.96	
	Meses	11
	Días	12

Fuente: Elaboración Propia

8.5. Valor económico agregado

Es una herramienta que permite comparar la rentabilidad obtenida por una compañía con el coste de los recursos empleados para conseguirla en un determinado periodo. Un EVA positivo nos indica que los recursos empleados para el funcionamiento de la empresa han generado una rentabilidad superior al coste de financiación de esos recursos (XIS-LM Blog de Economía y Finanzas, 2015).

Ecuación 4 Fórmula para el cálculo del EVA

$$\text{EVA} = \text{Beneficio operativo después de impuestos} - \text{Coste medio ponderado de capital (WACC)} \times (\text{Total Activo} - \text{Pasivo Corriente})$$

Fuente 2 XIS-LM Blog de Economía y Finanzas

Tabla 30 Cálculo del EVA escenario más probable Alvarado Consultora

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Utilidad antes de intereses e impuestos	291,002.22	356,466.80	421,253.00	487,595.61	566,847.75	650,943.36	744,714.43	848,998.77	959,277.78	1,082,448.57
(-) Impuestos sobre utilidad operacional	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	97,641.50	111,707.16	127,349.82	143,891.67	162,367.29
Beneficio después de impuestos	291,002.22	356,466.80	421,253.00	487,595.61	566,847.75	553,301.85	633,007.26	721,648.96	815,386.11	920,081.28
Deuda a corto plazo	13,194.01	14,909.23	16,847.43	19,037.60	21,512.49	24,309.11	0.00	0.00	0.00	0.00
Deuda a largo plazo	96,615.87	81,706.64	64,859.20	45,821.60	24,309.11	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Capital	97,416.73	97,416.73	97,416.73	97,416.73	97,416.73	97,416.73	97,416.73	97,416.73	97,416.73	97,416.73
Total	207,226.61	194,032.60	179,123.37	162,275.93	143,238.33	121,725.84	97,416.73	97,416.73	97,416.73	97,416.73
Total Activos Netos	218,902.73	498,228.83	841,501.62	1,247,845.38	1,718,593.56	2,266,403.70	2,798,193.06	3,406,891.21	4,128,540.17	4,943,926.28
% Participación por año pasivos	52.99%	49.79%	45.61%	39.97%	31.99%	19.97%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
% Participación por año capital	47.01%	50.21%	54.39%	60.03%	68.01%	80.03%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
Tasa (pasivos)	13.00%	13.00%	13.00%	13.00%	13.00%	13.00%	13.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Tasa (inversionistas)	17.00%	17.00%	17.00%	17.00%	17.00%	17.00%	17.00%	17.00%	17.00%	17.00%
Ponderación (pasivos)	6.89%	6.47%	5.93%	5.20%	4.16%	2.60%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Ponderación (capital)	7.99%	8.54%	9.25%	10.21%	11.56%	13.61%	17.00%	17.00%	17.00%	17.00%
Total ponderación	14.88%	15.01%	15.18%	15.40%	15.72%	16.20%	17.00%	17.00%	17.00%	17.00%
Valor Económico Agregado (EVA)	274,768.78	296,191.70	305,950.99	305,400.82	303,881.14	190,055.96	157,314.44	142,477.45	113,534.28	79,613.81

Fuente: Elaboración propia

8.6. Razones financieras

Tabla 31 Razones Financieras escenario más probable

Razones Financieras	Formula	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Razones de Deuda						
Razón Deuda a Capital	Pasivos Totales / Capital Contable	0.28	0.13	0.07	0.04	0.02
Razón de Deuda a Activos Totales	Pasivos Totales / Activos totales	0.22	0.11	0.07	0.04	0.02
Razones de Rentabilidad						
Margen de Utilidad Neta	Utilidad Neta / Ventas Netas	0.32	0.36	0.39	0.42	0.44
Rendimientos en Activos (ROA)	Utilidad Neta / Activos totales	0.58	0.42	0.34	0.28	0.25
Rendimiento en CC (ROE)	Utilidad Neta / Capital Contable	0.75	0.48	0.36	0.29	0.26

Razones Financieras	Formula	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Razones de Deuda						
Razón Deuda a Capital	Pasivos Totales / Capital Contable	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00
Razón de Deuda a Activos Totales	Pasivos Totales / Activos totales	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00
Razones de Rentabilidad						
Margen de Utilidad Neta	Utilidad Neta / Ventas Netas	0.40	0.42	0.44	0.46	0.48
Rendimientos en Activos (ROA)	Utilidad Neta / Activos totales	0.20	0.19	0.17	0.16	0.16
Rendimiento en CC (ROE)	Utilidad Neta / Capital Contable	0.20	0.19	0.17	0.16	0.16

Fuente: Elaboración Propia

- La razón de deuda a capital muestra que en los primeros años el proyecto es financiado en su mayoría por acreedores, en este caso la entidad financiera con la cual se obtendrá el préstamo, sin embargo, con el paso de los años este indicador va disminuyendo debido al pago de los compromisos de deuda con los acreedores.

- La razón de deuda a activos totales inicialmente refleja que el 22% de los activos son financiados por los acreedores, pero conforme avanza el proyecto disminuye significativamente, lo cual es positivo, ya que representa un menor riesgo financiero para la empresa.
- La razón de margen de utilidad neta inicia el primer año con un 32% y en los siguientes años del proyecto este valor aumenta de manera progresiva, representando la ganancia neta obtenida por cada lempira de los ingresos por los servicios de asesoría y consultoría fiscal.
- La razón de rendimiento sobre los activos (ROA) muestra la eficiencia en el uso de los activos, inicia en el año 1 con un rendimiento del 58% y con el paso del tiempo va aumentando este porcentaje.
- La razón de capital contable (ROE) oscila entre el 75% y 16% desde el año 1 hasta el año 10 respectivamente, demostrando alta capacidad que tiene cada lempira de capital para generar utilidades.

8.7. Análisis de sensibilidad

Se denomina análisis de sensibilidad al procedimiento por medio del cual se puede determinar cuánto se afecta la TIR ante cambios en determinadas variables del proyecto (Urbina, 2013).

8.7.1. Escenario optimista 60% de la capacidad instalada

A continuación, se presenta el estado de resultados y el balance general el cual nos muestra flujos positivos permitiendo a la empresa obtener excelentes ganancias y cubrir las responsabilidades financieras que serán adquiridas.

Tabla 32 Estado de resultados proforma escenario optimista Alvarado Consultora

DETALLE	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos por Servicios de Asesoría Fiscal	1,020,420.00	1,111,257.00	1,212,198.75	1,315,733.42	1,435,488.57	1,561,785.75	1,700,420.56	1,852,391.42	2,016,549.39	2,197,425.39
Ingresos por Servicios Adicionales	65,000.00	68,250.00	71,662.50	75,245.63	79,007.91	82,958.30	87,106.22	91,461.53	96,034.60	100,836.33
Total ingresos por servicios	1,085,420.00	1,179,507.00	1,283,861.25	1,390,979.05	1,514,496.48	1,644,744.05	1,787,526.77	1,943,852.95	2,112,583.99	2,298,261.73
Gastos:										
Gastos de Operación Variables	49,620.00	51,644.50	53,751.59	55,944.66	58,227.20	60,602.87	63,075.47	65,648.94	68,327.42	71,115.18
Gastos de Administración y Venta	534,880.37	547,856.69	570,209.25	593,473.78	617,687.51	642,889.16	669,119.04	696,419.10	724,833.00	754,406.19
Gastos Totales	584,500.37	599,501.19	623,960.84	649,418.44	675,914.71	703,492.03	732,194.51	762,068.04	793,160.42	825,521.36
Utilidad Operativa	500,919.63	580,005.81	659,900.41	741,560.61	838,581.77	941,252.02	1,055,332.27	1,181,784.91	1,319,423.57	1,472,740.36
Gastos Financieros										
Gastos Depreciación	24,054.23	24,054.23	24,054.23	24,054.23	24,054.23	24,054.23	24,054.23	24,054.23	24,054.23	24,054.23
Gastos de Amortizaciones	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Total	39,847.41	38,329.51	36,614.29	34,676.09	32,485.92	30,011.04	27,214.41	24,054.23	24,054.23	24,054.23
Utilidad antes de ISR	461,072.22	541,676.30	623,286.12	706,884.52	806,095.84	911,240.98	1,028,117.85	1,157,730.68	1,295,369.34	1,448,686.13
(-) ISR	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	136,686.15	154,217.68	173,659.60	194,305.40	217,302.92
Utilidad Neta	461,072.22	541,676.30	623,286.12	706,884.52	806,095.84	774,554.83	873,900.17	984,071.08	1,101,063.94	1,231,383.21

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 33 Balance General escenario optimista Alvarado Consultora

DETALLE	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ACTIVOS											
Corrientes:											
Efectivo	97,416.73	570,867.06	1,123,403.57	1,755,834.69	2,469,926.00	3,159,552.46	3,936,649.04	4,810,294.33	5,818,419.63	6,943,537.80	8,198,975.24
No Corrientes:											
Propiedad planta y equipo	121,486.00	121,486.00	121,486.00	121,486.00	121,486.00	242,972.00	242,972.00	242,972.00	242,972.00	242,972.00	242,972.00
Depreciación Acumulada	0.00	24,054.23	48,108.46	72,162.68	96,216.91	120,271.14	144,325.37	168,379.60	192,433.82	216,488.05	240,542.28
Total Activos	218,902.73	668,298.83	1,196,781.12	1,805,158.00	2,495,195.08	3,282,253.32	4,035,295.67	4,884,886.73	5,868,957.81	6,970,021.75	8,201,404.96
PASIVOS											
Préstamos por pagar	121,486.00	109,809.88	96,615.87	81,706.64	64,859.20	45,821.60	24,309.11	0.00	0.00	0.00	0.00
Total Pasivos	121,486.00	109,809.88	96,615.87	81,706.64	64,859.20	45,821.60	24,309.11	0.00	0.00	0.00	0.00
PATRIMONIO											
Capital	97,416.73	97,416.73	97,416.73	97,416.73	97,416.73	97,416.73	97,416.73	97,416.73	97,416.73	97,416.73	97,416.73
Utilidades		461,072.22	541,676.30	623,286.12	706,884.52	806,095.84	774,554.83	873,900.17	984,071.08	1,101,063.94	1,231,383.21
Utilidades Retenidas		0.00	461,072.22	1,002,748.52	1,626,034.64	2,332,919.15	3,139,014.99	3,913,569.83	4,787,470.00	5,771,541.08	6,872,605.02
Total Patrimonio	97,416.73	558,488.95	1,100,165.24	1,723,451.37	2,430,335.88	3,236,431.72	4,010,986.56	4,884,886.73	5,868,957.81	6,970,021.75	8,201,404.96
Total Pasivo + Patrimonio	218,902.73	668,298.83	1,196,781.12	1,805,158.00	2,495,195.08	3,282,253.32	4,035,295.67	4,884,886.73	5,868,957.81	6,970,021.75	8,201,404.96
Diferencia	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

Fuente: Elaboración Propia

8.7.2. Escenario pesimista 40% de la capacidad instalada

Tabla 34 Tabla 35 Estado de resultados proforma escenario optimista Alvarado Consultora

DETALLE	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos por Servicios de Asesoría Fiscal	680,280.00	740,838.00	808,132.50	877,155.62	956,992.38	1,041,190.50	1,133,613.70	1,234,927.61	1,344,366.26	1,464,950.26
Ingresos por Servicios Adicionales	65,000.00	68,250.00	71,662.50	75,245.63	79,007.91	82,958.30	87,106.22	91,461.53	96,034.60	100,836.33
Total ingresos por servicios	745,280.00	809,088.00	879,795.00	952,401.24	1,036,000.29	1,124,148.80	1,220,719.92	1,326,389.14	1,440,400.86	1,565,786.59
Gastos:										
Gastos de Operación Variables	49,620.00	51,644.50	53,751.59	55,944.66	58,227.20	60,602.87	63,075.47	65,648.94	68,327.42	71,115.18
Gastos de Administración y Venta	534,880.37	547,856.69	570,209.25	593,473.78	617,687.51	642,889.16	669,119.04	696,419.10	724,833.00	754,406.19
Gastos Totales	584,500.37	599,501.19	623,960.84	649,418.44	675,914.71	703,492.03	732,194.51	762,068.04	793,160.42	825,521.36
Utilidad Operativa	160,779.63	209,586.81	255,834.16	302,982.80	360,085.57	420,656.77	488,525.41	564,321.10	647,240.44	740,265.23
Gastos Financieros	15,793.18	14,275.28	12,560.06	10,621.86	8,431.70	5,956.81	3,160.18	0.00	0.00	0.00
Gastos Depreciación	24,054.23	24,054.23	24,054.23	24,054.23	24,054.23	24,054.23	24,054.23	24,054.23	24,054.23	24,054.23
Gastos de Amortizaciones	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Total	39,847.41	38,329.51	36,614.29	34,676.09	32,485.92	30,011.04	27,214.41	24,054.23	24,054.23	24,054.23
Utilidad antes de ISR	120,932.22	171,257.30	219,219.87	268,306.71	327,599.65	390,645.73	461,311.00	540,266.87	623,186.21	716,211.00
(-) ISR	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	58,596.86	69,196.65	81,040.03	93,477.93	107,431.65
Utilidad Neta	120,932.22	171,257.30	219,219.87	268,306.71	327,599.65	332,048.87	392,114.35	459,226.84	529,708.28	608,779.35

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 36 Balance General escenario optimista Alvarado Consultora

DETALLE	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ACTIVOS											
Corrientes:											
Efectivo	97,416.73	230,727.06	412,844.57	641,209.44	916,722.94	1,127,853.22	1,462,443.83	1,854,303.29	2,337,584.36	2,891,346.87	3,524,180.45
No Corrientes:											
Propiedad planta y equipo	121,486.00	121,486.00	121,486.00	121,486.00	121,486.00	242,972.00	242,972.00	242,972.00	242,972.00	242,972.00	242,972.00
Depreciación Acumulada	0.00	24,054.23	48,108.46	72,162.68	96,216.91	120,271.14	144,325.37	168,379.60	192,433.82	216,488.05	240,542.28
Total Activos	218,902.73	328,158.83	486,222.12	690,532.75	941,992.03	1,250,554.08	1,561,090.46	1,928,895.70	2,388,122.54	2,917,830.82	3,526,610.17
PASIVOS											
Préstamos por pagar	121,486.00	109,809.88	96,615.87	81,706.64	64,859.20	45,821.60	24,309.11	0.00	0.00	0.00	0.00
Total Pasivos	121,486.00	109,809.88	96,615.87	81,706.64	64,859.20	45,821.60	24,309.11	0.00	0.00	0.00	0.00
PATRIMONIO											
Capital	97,416.73	97,416.73	97,416.73	97,416.73	97,416.73	97,416.73	97,416.73	97,416.73	97,416.73	97,416.73	97,416.73
Utilidades		120,932.22	171,257.30	219,219.87	268,306.71	327,599.65	332,048.87	392,114.35	459,226.84	529,708.28	608,779.35
Utilidades Retenidas		0.00	120,932.22	292,189.52	511,409.39	779,716.10	1,107,315.75	1,439,364.62	1,831,478.97	2,290,705.81	2,820,414.09
Total Patrimonio	97,416.73	218,348.95	389,606.24	608,826.12	877,132.83	1,204,732.48	1,536,781.35	1,928,895.70	2,388,122.54	2,917,830.82	3,526,610.17
Total Pasivo + Patrimonio	218,902.73	328,158.83	486,222.12	690,532.75	941,992.03	1,250,554.08	1,561,090.46	1,928,895.70	2,388,122.54	2,917,830.82	3,526,610.17
Diferencia	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

Fuente: Elaboración Propia

El estado de resultados no muestra flujos negativos y en el primer año de operación de la empresa refleja que se obtendrá una utilidad de L. 120,932.22 aumentando cada año, el balance general indica que la empresa en este escenario tiene la capacidad de cubrir los pasivos generados con los activos totales y el patrimonio de la empresa y podrá cubrir las responsabilidades financieras que serán adquiridas.

8.7.3. Resumen de análisis financieros de los tres escenarios

La siguiente tabla contiene el resumen del análisis financiero para cada uno de los escenarios de riesgo desarrollados en este estudio: pesimista, más probable y optimista.

Tabla 37 Análisis Financiero por escenario Alvarado Consultora

RESUMEN DE ESCENARIOS DEL PROYECTO			
Detalle	Pesimista 40%	Probable 50%	Optimista 60%
VAN	1,221,318.73	2,229,814.58	3,238,310.44
TIR	165%	331%	502%
PRI	1 año y 6 meses y 28 días	11 meses y 12 días	8 meses y 21 días

Fuente: Elaboración Propia

Capítulo 9
Estudio Estratégico

9. Estudio Estratégico

Introducción

Fred R. David en su libro de conceptos de administración estratégica, define la administración estratégica como el arte y la ciencia de formular, implementar y evaluar decisiones multidisciplinarias que permiten que una empresa alcance sus objetivos. La administración estratégica se enfoca en integrar la administración, el marketing, las finanzas y la contabilidad, la producción y las operaciones para lograr el éxito de una organización.

El presente estudio se plantea la filosofía empresarial de la empresa que está integrada por la misión, visión, política de calidad y valores institucionales, también se desarrolla una evaluación de los Factores Externos e Internos (EFE y EFI) como también se realiza la Matriz de Perfil Competitivo (MPC).

Se elabora el análisis FODA de la empresa para conocer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, que permitirán desarrollar e implementar estrategias para cumplir la misión y visión, así como también alcanzar sus objetivos y metas.

También se elaborarán las matrices de posición estratégica y evaluación de la acción (PEEA) y la matriz de planificación estratégica cuantitativa (MPEC) que nos permiten evaluar y seleccionar las estrategias.

Por último, se desarrolla una propuesta para la evaluación y control de las estrategias y de esta manera asegurar un mejor funcionamiento de todas las áreas operativas de la empresa Alvarado Consultora.

9.1. Etapa de información

La etapa de información es conocida como la etapa de insumos, en la que la empresa necesita desarrollar una visión, misión, identificar sus oportunidades y amenazas externas a la empresa, determinar las fortalezas y debilidades internas²⁹ (David, 2013).

9.2. Filosofía empresarial

9.2.1. Misión

Somos una empresa que ofrece servicio personalizado de asesoría y capacitación fiscal, de manera responsable y honesta a micro, pequeñas y medianas empresas, dedicada a satisfacer las necesidades de nuestros clientes, para nosotros es importante ser un asesor estratégico implementando soluciones con oportunidad, dedicación al servicio y logro de las metas de nuestros emprendedores.

9.2.2. Visión

Para el 2025 ser una empresa líder y respetada en la zona occidental del país, en el desarrollo de servicios asesoría fiscal, manteniendo relaciones estables con nuestros clientes y contribuyendo a su crecimiento.

9.2.3. Política de calidad

“Satisfacer las necesidades de nuestros clientes, cumpliendo con sus requisitos e intentando exceder sus expectativas, ofreciendo servicios profesionales con excelencia, mejora continua y entrega de un valor agregado.”

9.2.4. Valores

- **Honestidad:** En todas nuestras actuaciones está presente la honradez, la sinceridad y la integridad.

²⁹ Según Fred R. David en el libro Conceptos de Administración Estratégica Cap. 1, pág. 5

- **Responsabilidad:** Cumplimos con los deberes y obligaciones con clientes y comunidad en general.
- **Excelencia:** Nuestra cultura de mejoramiento continuo, innovación, liderazgo y perseverancia nos permiten superar las expectativas de nuestros clientes y alcanzar nuestros objetivos empresariales.
- **Confidencialidad:** Toda la información es manejada con absoluta reserva profesional la cual implica el compromiso de no revelar ninguna información confidencial obtenida durante el desarrollo de la prestación del servicio.
- **Trabajo en equipo:** Entre los integrantes de nuestro equipo se comparten conocimientos, experiencias y esfuerzos, aportando lo mejor de cada uno y asumiendo responsabilidades para la consecución de los objetivos de nuestra empresa.

9.3. Auditoría externa

La auditoría externa busca identificar y evaluar las tendencias y los eventos que rebasan en control de una compañía individual³⁰ (David, 2013). En la siguiente tabla se presente la matriz EFE (Evaluación de factores externos) en la cual se muestra un listado de oportunidades que pueden beneficiar este proyecto y las amenazas que se pueden evitar.

A cada uno de los factores se les asigna un puntaje del 1 al 4, en donde 1 representa a la respuesta más deficiente, 2 la respuesta es promedio, 3 encima del promedio y 4 superior, esta valoración se hace con el objetivo de conocer las situaciones externas que el proyecto está preparado para afrontar y cuáles debe mejorar.

³⁰ Según Fred R. David en el libro Conceptos de Administración Estratégica Cap. 3, pág. 62

Tabla 38 Matriz EFE

Factores externos clave	Ponderación	Calificación	Puntuación ponderada
Oportunidades			
1. Acceso a financiamiento para la inversión	0.15	4	0.6
2. Crear una diferenciación en los servicios	0.08	3	0.24
3. Existencia de un mercado potencial	0.15	4	0.6
4. Entrar en nuevos mercados o zonas del occidente del país	0.09	3	0.27
5. Aprovechamiento de beneficios e incentivos fiscales	0.08	4	0.32
6. Oportunidad de crecimiento empresarial	0.07	3	0.21
Amenazas			
7. MIPYMES no conocen la importancia de una asesoría y consultoría fiscal	0.12	2	0.24
8. Recesión económica en el país	0.08	2	0.16
9. Regularizaciones y leyes gubernamentales	0.07	1	0.07
10. Cambios en el medio ambiente	0.05	1	0.05
11. Riesgo de contagio por Covid-19	0.06	2	0.12
Total	1		2.88

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla 40 se puede observar que la puntuación ponderada es de 2.88, la cual indica que la empresa se encontrará por encima del promedio, sin embargo, deberá mejorar para contrarrestar las amenazas.

9.4. Auditoría Interna

La auditoría interna es la identificación y evaluación de las fortalezas y debilidades por lo que es necesaria la participación de gerentes y empleados responsables de toda la empresa³¹ (David, 2013). La importancia de este proceso en este estudio permitirá a la empresa crear estrategias que le permitan desenvolverse de una mejor manera en el mercado y superar las debilidades con las que cuenta.

En este proceso se utiliza la Matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI) y de la misma manera en la matriz EFE, se debe hacer una calificación de cada uno de los factores en donde, el nivel de ponderación cero representa sin importancia y hasta 1 muy importante. Se calificará con valores del 1 al 4, siendo 1 la representación de una debilidad importante, 2 una debilidad menor, 3 fortaleza menor y 4 fortaleza importante.

Tabla 39 Matriz de Evaluación de Factores Internos

Factores internos clave	Ponderación	Calificación	Puntuación ponderada
Fortalezas			
1. Amplio conocimiento y experiencia en el área fiscal	0.15	4	0.6
2. Ubicación estratégica de la empresa	0.08	3	0.24
3. Capacitación constante del personal	0.08	3	0.24
4. Precios accesibles para las MIPYMES	0.09	3	0.27
5. Servicio y atención de calidad	0.08	4	0.32
6. Proyecto con buena estructura	0.07	4	0.28
7. Capacidad Tecnológica	0.06	3	0.18
8. VAN y TIR aceptables	0.10	3	0.3
Debilidades			

³¹ Según Fred R. David en el libro Conceptos de Administración Estratégica Cap. 4, pág. 96

9. Al ser una empresa nueva no cuenta con un prestigio	0.12	2	0.24
10. No existe Publicidad	0.08	2	0.16
11. No existen aún alianzas comerciales que ayuden al crecimiento de la empresa	0.09	2	0.18
Total	1.00		3.01

Fuente: Elaboración Propia

Según resultados de la evaluación de los factores internos en la tabla 42, se puede observar que la empresa está por encima del promedio con una puntuación de 3.01, lo que indica que la empresa posee buenas fortalezas que le permitirán contrarrestar sus debilidades y tener una mejor oportunidad en el mercado.

9.5. Etapa de ajuste

La etapa de ajuste también llamada etapa de adecuación que consiste en la integración de los recursos, habilidades internas, oportunidades y riesgos creados por sus factores externos, una de las técnicas que se pueden utilizar en este proceso es la matriz de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA). La adecuación entre estos factores es crucial para el éxito, tanto interno como externo de la empresa y es la clave para generar estrategias alternativas factibles³² (David, 2013).

³² Según Fred R. David en el libro Conceptos de Administración Estratégica Cap. 6, pág. 175

9.6. Análisis FODA

El análisis FODA es una herramienta que permite a las empresas conocer y analizar su situación actual y saber en qué punto se encuentra tanto a nivel interno como externo. Para nuestro estudio es de vital importancia, ya que le permitirá a la empresa plantearse estrategias que le ayudaran a tener una buena participación en el mercado y contrarrestar las debilidades y amenazas que se presenten en el tiempo de operación.

Tabla 40 Matriz FODA

Fortalezas	Oportunidades
1. Amplio conocimiento y experiencia en el área fiscal 2. Ubicación estratégica de la empresa 3. Capacitación constante del personal 4. Precios accesibles para las MIPYMES 5. Servicio y atención de calidad 6. Proyecto con buena estructura 7. Capacidad Tecnológica 8. VAN y TIR aceptables	1. Acceso a financiamiento para la inversión 2. Crear una diferenciación en los servicios 3. Existencia de un mercado potencial 4. Entrar en nuevos mercados o zonas del occidente del país 5. Aprovechamiento de beneficios e incentivos fiscales 6. Oportunidad de crecimiento empresarial
Debilidades	Amenazas
1. Al ser una empresa nueva no cuenta con un prestigio 2. No existe Publicidad 3. No existen aún alianzas comerciales que ayuden al crecimiento de la empresa	1. Regularizaciones y leyes gubernamentales 2. Cambios políticos 3. Recesión económica en el país 4. MIPYMES no conocen la importancia de una asesoría y consultoría fiscal 5. Cambios en el medio ambiente 6. Riesgo de contagio por Covid-19

Fuente: Elaboración Propia

A partir de este análisis FODA se plantean las siguientes estrategias que le permitirán a la empresa lograr sus objetivos, cumplir su misión y visión como también desempeñarse de una mejor manera en el mercado:

- Estrategia A: F1, F6, F8, O2, Competir con base en diferenciación, ofreciendo un servicio considerado único en la ciudad de Santa Rosa de Copán.
- Estrategia B: F7, F8, O5, O6, Competir basándose en costes, ofreciendo los servicios al mejor precio.
- Estrategia C: O4, O3, Expandir sus servicios a otras zonas del occidente del país.
- Estrategia D: D1, D2, A4, Aprovechar las redes sociales y sus diferentes plataformas digitales para darse a conocer en la ciudad.
- Estrategia E: D3, F3, D1, Crear alianzas comerciales con la municipalidad y las distintas cooperativas en la ciudad y brindar capacitación a las MIPYMES que más lo necesiten en la ciudad.
- Estrategia F: A1, A2, A3, Realizar un plan preventivo para contrarrestar los posibles factores que afecten la economía de la empresa.

9.7. Matriz PEEA

La matriz de posición estratégica y evaluación de la acción (PEEA) trata de un modelo de cuatro cuadrantes que indica cuáles con las estrategias más adecuadas para una organización determinada: agresivas, conservadoras, defensivas o competitivas. Los ejes de la matriz PEEA representan dos dimensiones internas: La fuerza financiera (FF) y la ventaja competitiva (VC) y dos dimensiones externas: La estabilidad del entorno (EE) y la fuerza de la industria (FI). Estos cuatro factores constituyen las determinantes más importantes de la posición estratégica general de una organización³³ (David, 2013) .

³³ Según Fred R. David en el libro Conceptos de Administración Estratégica Cap. 6, pág. 179

Ilustración 11 Matriz PEEA

Conservador	Agresivo
Defensivo	Competitivo

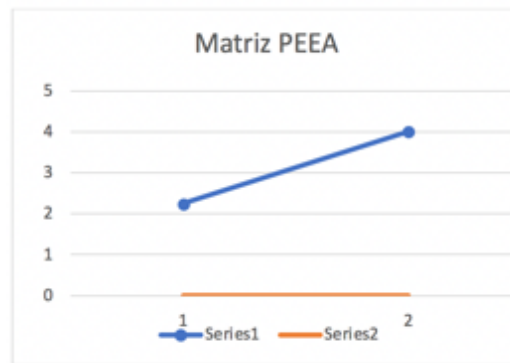
Fuente: David, Fred 2013. Conceptos de administración estratégica

Tabla 41 Matriz PEEA Alvarado Consultora

Posición Estratégica Interna		Posición Estratégica Externa	
Fuerza Financiera (FF)	Valoración (+1 peor a +7 mejor)	Estabilidad del Entorno (EE)	Valoración (-1 mejor a -7 peor)
Apalancamiento financiero	5	Variabilidad en la demanda	-2
Utilidad	4	Competencia	-4
Capital de trabajo	5	Riesgo involucrado en el negocio	-2
Tiempo de recuperación de la inversión	6	Barreras de ingreso en el mercado	-3
Promedio	5	Promedio	-2.75
Ventaja Competitiva (VC)	Valoración (-1 mejor a -7 peor)	Fuerza de la Industria (FI)	Valoración (+1 peor a +7 mejor)
Participación en el mercado	-2	Potencial de crecimiento	6
Calidad del servicio	-1	Estabilidad financiera	5
Lealtad del cliente	-2	Utilización de los recursos	5
Conocimientos en el área fiscal	-1	Productividad	6
Promedio	-1.5	Promedio	5.5

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 16 Matriz PEEA Alvarado Consultora



Fuente: Elaboración Propia

Los resultados del análisis de la matriz PEEA y su gráfica nos muestra que el proyecto Alvarado Consultora cuenta con una posición estratégica agresiva y que además será una empresa financieramente sólida, que logrará importantes ventajas competitivas en un entorno estable y en crecimiento.

9.8. Etapa de decisión

(David, 2013), Esta etapa consiste en seleccionar las estrategias que le permitirán a la empresa no solo cumplir sus objetivos y metas, sino también cumplir con la misión y visión organizacional.

9.9. Matriz MPEC

(David, 2013), Esta matriz indica de manera objetiva cuáles son las mejores estrategias alternativas, utiliza el análisis de los insumos realizados en la etapa 1 y los resultados de la adecuación que se lleva a cabo en la etapa 2 para efectuar una elección objetiva entre las estrategias alternativas³⁴.

³⁴ Según Fred R. David en el libro Conceptos de Administración Estratégica Cap. 6, pág. 191

La matriz de planificación estratégica cuantitativa (MPEC) está compuesta por una lista de factores internos y externos identificados en la etapa de insumos, y en la fila superior se encuentran las posibles estrategias alternativas de la etapa de ajustes.

En esta matriz se evalúan las dos estrategias de acuerdo con el puntaje de atractivo (PA), el cual se encuentran en un rango de 1 a 4, en donde 1 es igual a no atractivo, 2 algo atractivo, 3 razonable y 4 altamente atractivo. Por atractivo se define como el grado en que una estrategia permite en comparación con las demás, que la empresa capitalice sus fortalezas, supere sus debilidades y aproveche la oportunidad o evite la amenaza. La calificación del atractivo (CA), es el resultado de multiplicar las ponderaciones por el puntaje atractivo (PA) de cada fila³⁵.

En las matrices de la etapa de ajustes (FODA y PEEA) se identificaron las siguientes estrategias alternativas que ayudaran a la empresa en su ingreso al mercado:

- Estrategia A: Competir con base en la diferenciación, ofreciendo un servicio considerado único en la ciudad de Santa Rosa de Copán.
- Estrategia B: Competir con base a los costes, ofreciendo los servicios al mejor precio.

Tabla 42 Matriz MCPE Alvarado Consultora

Factores internos y externos claves	Ponderación	Estrategia A		Estrategia B	
		PA	CA	PA	CA
Oportunidades					
1. Acceso a financiamiento para la inversión	0.15	0	0	0	0
2. Crear una diferenciación en los servicios	0.08	4	0.32	3	0.24
3. Existencia de un mercado potencial	0.15	3	0.45	3	0.45
4. Entrar en nuevos mercados o zonas del occidente del país	0.09	3	0.27	3	0.27
5. Aprovechamiento de beneficios e incentivos fiscales	0.08	2	0.16	3	0.24

³⁵ Según Fred R. David en el libro Conceptos de Administración Estratégica Cap. 6, pág. 193

6. Oportunidad de crecimiento empresarial	0.07	3	0.21	3	0.21
Amenazas					
7. MIPYMES no conocen la importancia de una asesoría y consultoría fiscal	0.12	4	0.48	3	0.36
8. Recesión económica en el país	0.08	0	0	0	0
9. Regularizaciones y leyes gubernamentales	0.07	0	0	0	0
10. Cambios en el medio ambiente	0.05	0	0	0	0
11. Riesgo de contagio por Covid-19	0.06	0	0	0	0
Total	1.00				
Fortalezas					
1. Amplio conocimiento y experiencia en el área fiscal	0.15	4	0.6	3	0.45
2. Ubicación estratégica de la empresa	0.08	0	0	0	0
3. Capacitación constante del personal	0.08	4	0.32	3	0.24
4. Precios accesibles para las MIPYMES	0.09	3	0.27	4	0.36
5. Servicio y atención de calidad	0.08	4	0.32	3	0.24
6. Proyecto con buena estructura	0.07	0	0	0	0
7. Capacidad Tecnológica	0.06	3	0.18	3	0.18
8. VAN y TIR aceptables	0.10	0	0	0	0
Debilidades					
9. Al ser una empresa nueva no cuenta con un prestigio	0.12	3	0.36	3	0.36
10. No existe Publicidad	0.08	3	0.24	2	0.16
11. No existen aún alianzas comerciales que ayuden al crecimiento de la empresa	0.09	3	0.27	2	0.18
Total	1.00		4.45		3.94

Fuente: Elaboración Propia

9.10. Propuesta

Este estudio ha sido realizado con el fin de identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de empresa Alvarado Consultora, mismas que serán de gran ayuda cuando este proyecto se lleve a cabo.

Por esta razón se propone la estrategia A, que consiste en competir con base en la diferenciación, no solo porque se prestara un servicio único tomando en cuenta la importancia del servicio de asesoría y consultoría fiscal, sino que también se cuenta con el conocimiento y

experiencia necesaria para garantizar el crecimiento económico para las MIPYMES, por otro lado se podrá aprovechar el hecho que no existe en la ciudad de Santa Rosa de Copán una empresa que se dedique exclusivamente a prestar sus servicios. Esta estrategia le permitirá a la empresa utilizar sus fortalezas para superar sus debilidades y aprovechar las oportunidades y evitar las amenazas.

9.11. Evaluación y control de la estrategia

(David, 2013), La evaluación de las estrategias es vital para el bienestar de una organización; las evaluaciones oportunas pueden alertar a la gerencia de los problemas o posibles problemas antes de que la situación se vuelva crítica.

Evaluar las estrategias es una práctica necesaria para las organizaciones de todos tipos y tamaños. La evaluación de estrategias debe incitar a los gerentes a cuestionar las expectativas y suposiciones, provocar la revisión de objetivos y valores, estimular la creatividad para generar alternativas y formular criterios de evaluación. Realizar una evaluación continua de las estrategias y no periódica permite que se establezcan puntos de referencia del progreso y su monitoreo efectivo³⁶.

La evaluación de estrategias comprende tres actividades básicas:

1. Examinar las bases de la estrategia de una empresa³⁷: Se efectúa mediante el desarrollo de una matriz EFE y EFI revisadas. Una matriz EFI revisada se debe enfocar en los cambios en las fortalezas y debilidades de las áreas de gerencia, marketing finanzas y contabilidad. Una matriz EFE revisada debe indicar qué tan efectivas han sido las estrategias de una empresa en respuesta a las oportunidades y amenazas clave. Este análisis también podría realizarse a través de las preguntas siguientes:

- ¿Cómo han reaccionado los competidores a nuestras estrategias?

³⁶ Según Fred R. David en el libro Conceptos de Administración Estratégica Cap. 9, pág. 291

³⁷ Según Fred R. David en el libro Conceptos de Administración Estratégica Cap. 9, pág. 291

- ¿Cómo ha cambiado las estrategias de los competidores?
 - ¿Han cambiado las fortalezas y debilidades de los principales competidores?
 - ¿Por qué los competidores están aplicando ciertos cambios estratégicos?
 - ¿Por qué algunas estrategias de los competidores tienen más éxito que otras?
 - ¿Hasta qué punto podrían ser presionados nuestros principales competidores antes de contraatacar?
 - ¿Nuestras fortalezas internas todavía lo son?
 - ¿Tenemos nuevas fortalezas internas? Si es así ¿Cuáles?
 - ¿Nuestras debilidades internas todavía lo son?
 - ¿Tenemos nuevas debilidades internas? Si es así ¿Cuáles?
 - ¿Nuestras oportunidades externas todavía lo son?
 - ¿Hay otras oportunidades externas en este momento? Si es así ¿Cuáles?
 - ¿Nuestras amenazas externas todavía lo son?
 - ¿Hay otras amenazas externas en este momento? Si es así ¿Cuáles?
2. Comparar los resultados esperados contra los reales³⁸: Consiste en investigar las desviaciones en los planes, evaluar el desempeño individual y examinar el progreso realizado hacia los objetivos establecidos.

En este proceso se utilizan tanto los objetivos a largo plazo como los anuales. Los criterios para evaluar las estrategias deben ser medibles y verificarse con facilidad. A continuación, se presenta un modelo a seguir:

³⁸ Según Fred R. David en el libro Conceptos de Administración Estratégica Cap. 9, pág. 294

Tabla 43 Muestra de un modelo para medir el desempeño organizacional

Factor	Resultado real	Resultado esperado	Varianza
TIR		120%	
VAN		L 1,201,463.28	
Ingresos por ventas		L 885,350.00	
Utilidades		L 90,509.01	

Fuente: Elaboración Propia

3. Ampliar medias correctivas que garanticen que el desempeño cumpla con lo planeado³⁹:

Consiste en la realización de cambios a fin de reposicionar competitivamente a una empresa para el futuro. Una herramienta importante para la evaluación de las estrategias es el Balance Scorecard, permite que las empresas evalúen las estrategias desde cuatro perspectivas: Desempeño financiero, conocimiento del cliente, procesos internos del negocio, aprendizaje y crecimiento. El análisis del Balance Scorecard requieren que las empresas busquen respuestas a las siguientes preguntas y que utilicen esa información, junto con las mediciones financieras, para evaluar de manera más adecuada y eficaz las estrategias que se están implementando:

- ¿Hasta qué punto la empresa está mejorando y creando valor en aspectos como la innovación, el liderazgo tecnológico, la calidad de sus productos, las eficiencias del proceso operacional, entre otros?
- ¿Hasta qué punto la empresa está conservando e incluso mejorando sus competencias centrales y sus ventajas competitivas?
- ¿Qué tan satisfechos están los clientes de la empresa?

A continuación, se presenta el modelo de un Balance Scorecard que la empresa puede utilizar de acuerdo con los objetivos a evaluar:

³⁹ Según Fred R. David en el libro Conceptos de Administración Estratégica Cap. 9, pág. 296

Tabla 44 Ejemplo de Balance Scorecard

Área de objetivos	Medición o meta	Expectativa de tiempo	Responsabilidad principal
Clientes 1 2 3			
Gerentes/Empleados 1 2 3			
Operaciones/procesos 1 2 3			
Comunidad/Responsabilidad social 1 2 3			
Ética de negocios/Medio ambiente 1 2 3			

Fuente: Elaboración Propia

Conclusiones

Conclusiones generales del proyecto

1. De acuerdo con los resultados obtenidos a través de la realización de los estudios de Mercado, Técnico, Organizacional, Legal, Económico, Financiero y Estratégico se determinó que es factible la creación del proyecto de una empresa dedicada a prestar servicios de asesoría y consultoría fiscal a las MIPYMES de la ciudad de Santa Rosa de Copán.
2. El Estudio de Mercado determino la factibilidad del proyecto, ya que existe una demanda potencial de 3,515 empresas según registro del Servicio de Administración de Rentas (SAR). Al aplicar nuestro instrumento de recolección de datos se pudo determinar que el 100% de los clientes potenciales están dispuestos a contratar los servicios de la empresa consultora fiscal, y se definieron los servicios de mayor importancia para las empresas y que serán claves para el desarrollo de esta.
3. El Estudio Técnico determino la factibilidad del proyecto, debido a que contara con una ubicación estratégica, la oficina donde estará ubicada la empresa cuenta con una distribución idónea para cada una de las áreas, así como para la capacidad instalada, los procesos del servicio fueron diseñados para garantizar la satisfacción de los clientes potenciales, lo que permitirá que la empresa tenga éxito en el mercado.
4. En el Estudio Organizacional se definió la estructura organizacional lo que facilito el proceso de análisis y descripción de puestos, garantizando con esto un proceso de selección del recurso humano efectivo y confiable.
5. La realización del Estudio Legal mostró que no existe ningún impedimento legal para la creación de la empresa Alvarado Consultora “Asesoría y consultoría fiscal” en la ciudad de Santa Rosa de Copán, ya que el proyecto se planteó dentro del marco legal requerido.

6. Por medio del Estudio Económico se determinaron los costos fijos y variables en lo que incurrirá el proyecto, se definió el plan de inversión el cual nos muestra que la inversión total es de L. 218,902.73, un capital de trabajo equivalente a dos meses de operación con valor de L. 97,416.73, se realizó el cálculo de las depreciaciones de mobiliario y equipo como también se realizó la amortización del préstamo, se definió TMAR con 17% la cual es indispensable, ya que se usa como referencia para determinar si el proyecto puede generar ganancias o no. El estado de resultados proforma muestra flujos positivos indicando buenas ganancias para el inversionista, con toda la información y cálculos realizados se definió que el proyecto es factible desde el punto de vista económico.
7. En el estudio Financiero se definió la VAN del proyecto con un valor de L. 2,229,814.58 el cual es considerado aceptable para el inversionista, la TIR es del 330.92% y la TRIM de un 61% ambas mayores que la TMAR lo cual hace que el proyecto sea atractivo. El periodo de recuperación de la inversión es de 11 meses y 12 días. El cálculo del EVA arrojó flujos positivos lo que indica que los recursos empleados para el funcionamiento de la empresa generarán una rentabilidad superior al coste de financiación de esos recursos. Las razones financieras muestran que el proyecto genera la utilidad suficiente para cubrir con sus compromisos haciéndolo rentable. De acuerdo con lo anterior se determinó que la creación de Alvarado Consultora es factible desde el punto de vista financiero.
8. El Estudio Estratégico permitió elaborar el FODA de la empresa, a partir del cual se formularon, evaluaron y se seleccionaron las estrategias que aseguraran el cumplimiento de los objetivos del proyecto, convirtiendo a la empresa factible desde el punto de vista estratégico.

Glosario

Glosario

Impuestos: Es el tributo cuya obligación tiene como hecho generador y como fundamento jurídico una situación relativa al contribuyente tomando en consideración la capacidad contributiva del mismo, sin estar el Estado obligado a una contraprestación equivalente.

Tasas: Tasa es la suma de dinero que el Estado o alguno de sus organismos descentralizados, percibe por la prestación efectiva de un servicio público a una persona determinada, natural o jurídica, cuyo monto debe corresponder al costo o mantenimiento del servicio; y, para la aprobación de una Tasa, se requiere un estudio técnico-económico y de impacto social que sustente su precio o monto.

Impuestos sobre Ventas: Es un impuesto sobre las ventas realizadas en todo el territorio de la República, el que se aplicara en forma no acumulativa en la etapa de importación y en cada etapa de venta de que sean objeto las mercaderías o servicios de acuerdo con lo establecido en esta Ley y su Reglamento.

Impuesto sobre la Renta: Es un impuesto anual que grava los ingresos provenientes del capital, del trabajo o de la combinación de ambos, según se determina por esta Ley. Se considera ingreso a toda clase de rendimiento, utilidad, ganancia, renta, interés, producto, provecho, participación, sueldo, jornal, honorario y, en general, cualquier efectivo, en valores, en especie o en crédito, que modifique el patrimonio del contribuyente.

Obligación tributaria: Vínculo que se establece por Ley entre un acreedor, que es el Estado y un deudor, que son las personas naturales o jurídicas, cuyo objetivo es el cumplimiento de la prestación tributaria.

Sanciones: Obligaciones pecuniarias impuestas por la Autoridad Competente de conformidad con la Ley, derivadas del incumplimiento de obligaciones tributarias o materiales.

Precios de Transferencia: Son los precios a que se registran las operaciones comerciales o financieras entre partes relacionadas o vinculadas.

Beneficio fiscal: Se entiende como un término genérico que hace referencia a las exenciones, exoneraciones fiscales, bonificaciones, deducciones, liberaciones tributarias y en general todos los beneficios preferentes previstos por la normativa fiscal, para el desarrollo de una actividad económica concreta.

Contribuyente: Es la persona natural o jurídica directamente sujeta al cumplimiento de la obligación tributaria, por encontrarse respecto del hecho generador en la situación prevista por la Ley.

Obligado tributario: Persona natural o jurídica que debe cumplir con las obligaciones tributarias y aduaneras establecidas en la Ley, sean estos en calidad de contribuyente o de responsable.

Asesoría: Brindar recomendaciones, sugerencias y consejos en su ámbito de especialización.

Referencias Bibliográficas

Referencias

- ADELSAR. (2014). *ADELSAR - Inicio*. ADELSAR. <http://www.adelsar.hn/>
- Agencia Española de Cooperación Internacional. (2013). *MUNICIPALIDAD DE SANTA ROSA DE COPÁN AGENCIA ESPAÑOLA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL PARA EL DESARROLLO (AECID) FONDO DE COOPERACION PARA AGUA Y SANEAMIENTO (FCAS) PROYECTO CONSTRUCCIÓN DEL PLAN MAESTRO (director) DEL ALCANTARILLADO SANITARIO DE SANTA ROSA* . www.aecid.hn
- Centro Interamericano de Administraciones Tributaras (CIAT). (2015). *Modelo de Código Tributario CIAT*.
- CEPAL. (2003). *Competitividad de las MIPYME en Centroamérica Políticas de fomento y*. 240.
- CEPAL. (2006). *Tributación en América Latina*.
- CEPAL. (2009). Manual de la micro, pequeña y mediana empresa: una contribución a la mejora de los sistemas de información y el desarrollo de las políticas públicas. Recuperado de [Consulta: 27 de Abril del 2020]. *CEPAL, GTZ Diciembre 2009*, 105. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/2022/1/Manual_Micro_Pequenha_Mediana_Empresa_es.pdf
- Congreso Nacional de Honduras. (2009). Ley Fomento Competitividad Pequeña y Mediana Empresa (10,3mb).PDF. *La Gaceta*.
- Congreso Nacional de Honduras. (2012). *Código de Comercio*.
- Congreso Nacional de Honduras. (2016). Reglamento de la Ley del Impuesto sobre la Renta. *Diario Oficial de La Federación*, 799, 1–93. http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/regley/Reg_LISR_060516.pdf
- Consejo Nacional del Café. (2016). Acuerdo CONACAFE No. 136/2015, Artículo 3.16. *La*

Gaceta.

Consultores Financieros Internacionales S.A. (2005). *Diagnóstico Institucional y Financiero Municipio Santa Rosa de Copán* (Issue 2302). www.cofinsa.hn/diag/diaginti.pdf

David, F. R. (2013). Conceptos de Administración Estratégica. In *Pearson* (Decimocuarta). https://www.academia.edu/16434996/Conceptos-de-administración-estratégica-14edi-david_1_

Estado de Honduras. (2011). Reforma al Decreto 105-2011 Ley de Seguridad Poblacional.pdf. *La Gaceta.*

Estado de Honduras. (2016). Código Tributario de Honduras Decreto 170-2016. *La Gaceta Gaceta*, 5(199), 1–24.

Estado de Honduras. (2017). Servicio de Administración de Rentas, Acuerdo SAR-007-2017. *La Gaceta*, 34, 11–12.

Estado de Honduras. (2018). LEY DE APOYO A LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA Decreto 145-2018. *La Gaceta*, 16(34), 567–568. <https://doi.org/10.22201/ijj.24487872e.2016.16.10411>

Fundación ETEA. (2012). *Análisis de mercado de sectores estratégicos.*

Govea, F. G., & Guerrero, F. (2002). *El principio de la no confiscatoriedad The Principle of non Confiscation *** Magister en Gerencia Tributaria . Profesora de Postgrado URBE y LUZ .* (Vol. 4, Issue 3).

Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta). MC Graw Hill Education.

Instituto de la Propiedad. (2017). *Mi Empresa en Línea.* <https://www.miempresaenlinea.org/>

MIPYME, H. (2018). *MIPYME HONDURAS.* <http://www.mipyme.hn/>

Naciones Unidas, C. (2018). Diseño y evaluación de incentivos tributarios en países en desarrollo.

Naciones Unidas.

Padilla, D. N. R. (2013). *Contabilidad Administrativa Un enfoque estratégico para competir* (Novena). MC Graw Hill Education.

Rosales Rivera, S., Mature Ordoñez, G., & Calderón Avelar, S. E. (2018). Estructura De La Recaudación Fiscal En Honduras: Progresivo O Regresivo. *Economía y Administración (E&A)*, 9(1). <https://doi.org/10.5377/eya.v9i1.6653>

SEFIN. (n.d.). *Secretaria de Finanzas*. Retrieved October 8, 2020, from <https://www.sefin.gob.hn/>

Urbina, G. B. (2013). *Evaluación de Proyectos* (Septima). Mc Graw Hill.

Velázquez, G. J. G. (2010). *Tratamiento fiscal de las Operaciones Vinculadas*. 120.

XIS-LM Blog de Economía y Finanzas. (2015). ▸ *¿Qué es el Valor Económico Añadido EVA? | Fórmula | Ejemplo*. <https://www.is-lm.com/aprende-a-elaborar-el-eva-valor-economico-anadido/>

Zegarra, J. (2016). Apuntes para la elaboración de un concepto de fiscalización tributaria en el Perú. *Universidad Nacional Mayor de San Marcos*, 1–26.

Anexos

10. Anexos

Anexo 1: Formato de encuesta

Encuesta de investigación de una empresa Consultora Fiscal

Buen día, esta encuesta se realiza con fines de investigación para determinar la factibilidad para la creación de una Consultora Fiscal en la ciudad de Santa Rosa de Copán, por este motivo solicitamos de su valiosa colaboración respondiendo a las siguientes preguntas.

1. ¿En qué rango de edad se encuentra usted?

- De 21 a 27 años
- De 27 a 33 años
- De 33 a 40 años
- Más de 40 años

2. ¿Qué cargo desempeña en su empresa?

- Gerente propietario
- Gerente General
- Gerente administrativo
- Profesional independiente
- Otro

3. ¿Conoce en qué consiste un servicio de consultoría o asesoría fiscal?

Si

No

4. ¿Según la cantidad de empleados que tiene su empresa en que categoría se encuentra?

- Microempresa (1-10 empleados)
- Pequeña empresa (11-50 empleados)

- Mediana empresa (51-150 empleados)
5. ¿Cuál es su actividad económica?
- Comercio
 - Servicios
 - Industria
 - Otros
6. De los servicios que se presentan a continuación ¿Cuáles considera que son claves para el desarrollo de su empresa?
- Asesoría Fiscal
 - Preparación y presentación de declaraciones de ISV e ISR
 - Altas y bajas de obligaciones fiscales
 - Preparación, revisión y tramitación de escritos y consultas dirigidas al SAR
 - Inscripciones y actualizaciones de datos de Registro Tributario Nacional (RTN)
 - Tramitación de exoneraciones de impuestos sobre ventas, renta, activo total neto y aportaciones solidaria emitidas por la Secretaria de Finanzas (SEFIN).
 - Liquidación de impuestos municipales
 - Todos
7. Si existiera una empresa consultora fiscal en Santa Rosa de Copán, ¿Estaría usted dispuesto a contratar los servicios descritos en la pregunta anterior?
- Si
- No
- Si la respuesta es No, finaliza la encuesta.
8. ¿Con qué frecuencia estaría dispuesto usted adquirir este servicio?

Mensual

Bimensual

Trimestral

Cada seis meses

Una vez al año

9. Evalúe los siguientes criterios al momento de contratar los servicios de una consultora fiscal:

Criterios / Respuesta	Muy importante	Importante	Moderadamente importante	Poco importante	Nada importante
Calidad servicio					
Relación de calidad y precio					
Confidencialidad					
Agilidad en los procesos					

10. Seleccione el rango que usted estaría dispuesto pagar mensualmente por el servicio de consultoría fiscal.

Lps. 500 – 1,000

Lps. 1,000 – 3,000

Lps. 3,000 – 6,000

Lps. 6,000 – 9,000

Lps. 9,000 – 12,000

Mayor a 12,000

11. ¿Cómo le gustaría pagar un servicio de consultoría?

- Al inicio del servicio
- Al finalizar el servicio
- Diferido en cuotas

12. ¿Qué otros servicios le gustaría que una empresa de consultoría fiscal le brindara?

- Servicios contables
- Elaboración de planillas de sueldo y salarios
- Estudios de mercado
- Estudios financieros
- Capacitaciones en áreas administrativas, financieras, marketing, fiscales
- Otro

13. ¿Por qué medio le gustaría obtener información de nuestros servicios?

- Redes Sociales (Facebook, Instagram)
- Página web
- Correo electrónico
- WhatsApp empresarial
- Periódico
- Afiche publicitario

14. Género

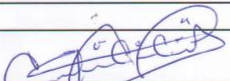
Masculino

Femenino

¡Muchas gracias por la información!

Anexo 2: Validación de expertos

Ilustración 12 Validación de experto


Formulario para validar instrumentos												
ITEM	CRITERIOS A EVALUAR										Observaciones (si debe eliminarse o modificarse un ítem por favor indique)	
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del participante		Mide lo que pretende			
	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No		
1	✓		✓			✓	✓		✓			
2	✓		✓			✓	✓		✓			
3	✓		✓			✓	✓		✓			
4	✓		✓			✓	✓		✓			
5	✓		✓			✓	✓		✓			
6	✓		✓			✓	✓		✓			
7	✓		✓			✓	✓		✓			
8	✓		✓			✓	✓		✓			
9	✓		✓			✓	✓		✓			
10	✓		✓			✓	✓		✓			
...												
n												
Aspectos Generales										Sí	No	-----
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario										✓		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación										✓		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial										✓		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir.										✓		
Están los ítems libres de errores ortográficos										✓		
VALIDEZ												
APLICABLE						NO APLICABLE						
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES												
Validado por: Carlos Roberto Chinchilla						C.I.:			Fecha: 20/10/20			
Grado: Licenciatura en mercadotecnia						Especialidad:						
Firma: 						Teléfono (trabajo): 3224-7641			e-mail: carlschin91@hotmail.com			

rev. 25-abr-10

Adaptado de Prof. Yadira Corral. "Validez y Confiabilidad de los Instrumentos de Investigación para la Recolección de Datos". *Revista Ciencias de la Educación*. Segunda Etapa. Año 2009. Vol 19 Nº33

Fuente 3 Lic. Carlos Chinchilla

Ilustración 13 Validación de experto

Formulario para validar instrumentos												
ITEM	CRITERIOS A EVALUAR										Observaciones (si debe eliminarse o modificarse un ítem por favor indique)	
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del participante		Mide lo que pretende			
	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No		
1	X		X			X	X		X			
2	X		X			X	X		X			
3	X		X			X	X		X			
4	X		X			X	X		X			
5	X		X			X	X		X			
6	X		X			X	X		X			
7	X		X			X	X		X			
8	X		X			X	X		X			
9	X		X			X	X		X			
10	X		X			X	X		X			
...												
n												
Aspectos Generales										Sí	No	-----
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario										X		
Los ítemes permiten el logro del objetivo de la investigación										X		
Los ítemes están distribuidos en forma lógica y secuencial										X		
El número de ítemes es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítemes a añadir.										X		
Están los ítemes libres de errores ortográficos										X		
VALIDEZ												
APLICABLE						X		NO APLICABLE				
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES												
Validado por: Gloria Tresa Arriaga Castro						0301 1975 00499			Fecha: 21/10/2020			
Grado: Licenciatura en Mercadotecnia						Especialidad: Maestría en Administración de Empresas com especialización en Mercadotecnia						
Firma:						Digitally signed by Gloria Tresa Arriaga Castro DN: cn=Gloria Tresa Arriaga Castro, o=HN Honduras, ou=UNICAH, ou=docente, email=garriagasrc@unicah.edu			Teléfono (trabajo):		e-mail:	
						9500 08 36			garriagasrc@unicah.edu			
Reason: Yo apruebo este documento Location: Date: 2020-10-21 23:08-06:00												

rev. 25-abr-10

Adaptado de Prof. Yadira Corral. "Validez y Confiabilidad de los Instrumentos de Investigación para la Recolección de Datos". Revista Ciencias de la Educación. Segunda Etapa. Año 2009. Vol 19 N°33

Fuente Lic. Gloria Arriaga

Anexo 3: Cotizaciones de mobiliario y equipo

Ilustración 15 Cotización Equipo de oficina



Colonia Loarque Sur No. 1016 Comayaguela
TELEFAX (504) 226-6861

Santa Rosa de Copan Barrio el Calvario
2ª Ave. S.O. 3ª Calle Tel. (504)662-2721

COTIZACIÓN

SANTA ROSA DE COPAN
FECHA: 23 DE OCTUBRE DE 2020

SEÑORES: LUCY ALVARADO

ES DE MUCHO AGRADO EL PODER DIRIGIRME A USTED Y SOMETER A SU CONSIDERACIÓN LA SIGUIENTE COTIZACIÓN

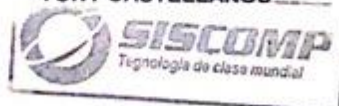
CANT	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
1	COMPUTADORA LAPTOP DELL LATITUDE 3500 PROCESADOR CORE I5 8 GEN, DISCO DURO 1TB RAM DE 8 GB DDR4, PANTALLA 15.6"		24,940.00
1	COMPUTADORA DE ESCRITORIO DELL OPTIPLEX 3070 PROCESADOR INTEL CORE I5 9 GENERACION 8 GB DE RAM DDR4, 1 TB DISCO DURO GRAFICOS INTEL HD MOUSE Y TECLADO MARCA DELL		21,278.00
1	MONITOR MARCA HP DE 19 PULGADAS FULL HD 1920X1080P HP 19KA		2,468.00
1	IMPRESORA EPSON L3110, MULTIFUNCIONAL, FLUJO CONTINUO, COPIA, ESCANEA, ESCANER TAMAÑO A4 7500 IMPRESIONES A COLOR, 4500 BLANCO Y NEGRO		4,748.00
1	UPS MARCA APC BACK UPS- 1000 REGULA 1000 VA 500 W, 1HORA Y 20 MINUTOS DE CARGA		3,336.00
1	ROUTER NEXXT NEBULA 300 PLUS, ALL IN ONE, REPETIDOR		698.00
1	DISCO DURO WESTERN DIGITAL ELEMENTS 1TB 3.0		1,788.00
1	PROYECTOR DELL P318S, 3200 LUMINES Y TECNOLOGIA DLP TAMAÑO DE PROYECCION 252 PULGADAS		11,160.00
	TOTAL		70,416.00

GARANTÍA 1 AÑO DE GARANTIA POR DEFECTO DE FABRICA

PAGO: CONTRA ENTREGA

TIEMPO DE ENTREGA INMEDIATA

YONY CASTELLANOS



Fuente Siscomp

Ilustración 16 Cotización insumos de papelería

Suministros de oficina

N°	Descripción	Presentación	Cantidad	Costo unitario L.	Total
1	Leitz	Unidad	50	172.00	
2	Resmas de papel legal	Caja	5	1410.00	
3	Resmas de papel carta	Caja	7	1080.00	
4	Resma folder tamaño legal	Caja	2	350.00	
5	Resma folder tamaño carta	Caja	3	135.00	
6	Reglas	Unidad	3	15.00	
7	Lápices tinta negra	Caja	5	42.00	
8	Corrector liquido	Unidad	5	12.00	
9	Clips grande	Caja	5	18.00	
10	Clips mediano	Caja	5	7.00	
11	Clips pequeño	Caja	5	— 0 —	
12	Grapadoras	Unidad	3	180.00	
13	Grapas	Caja	5	21.00	
14	Fastener	Caja	10	35.00	
15	Adhesivos	Unidad	10	20.00	
16	Pegamento en barra 040	Unidad	3	40.00	
17	Perforadoras	Unidad	2	120.00	
18	Tape	Unidad	10	56.00	
19	Masking tape	Unidad	10	21.00	
20	Libros únicos contables	Unidad	5	168.00	
21	Quita grapas	Unidad	3	17.00	
22	Sobre manila grande	Caja	1	400.00	
23	Sobre manila mediano	Caja	1	350.00	
24	Sobre manila pequeño	Caja	1	250.00	
25	Marcadores permanentes	Unidad	3	14.00	
26	Tijeras	Unidad	3	50.00	
27	Gel antibacterial	Galón	5	— 0 —	
28	Calculadoras	Unidad	3	200.00	
29	Guillotinas	Unidad	1	1425.00	



 Wendy Aguirre

Fuente 4 Casa Bueso

Ilustración 17 Cotización insumos de cafetería

Suministros limpieza				Precio
1	Escoba	Unidad	1	L. 40.00
2	Trapeador	Unidad	1	33.00
3	Recogedor de basura	Unidad	1	25.00
4	Mechas de trapeador	Unidad	4	42.00
5	Detergente	Galón	5	196.00
6	Guantes	caja	1	200.00
7	Aromatizante	Unidad	3	61.00
8	Gel antibacterial	Galón	5	280.00
9	Bolsas para basura	Paquete	10	35.00
10	Papel higiénico	Paquete	12	161.00
11	Servilleta	Paquete	8	10.00
12	Jabón líquido	Unidad	8	51.00
13	Basureros plásticos	Unidad	5	136.00
14	Juego de vajilla	Unidad	2	290.00

MERCADO DEL PLASTICO
 TELEFONO: 2662-0960
 Atras del Mercado Municipal
 del Barrio Santa Teresa
 Ciudad de León, Hgo.

Luz Marina Lopez

Fuente Casa del plástico

Ilustración 18 Cotización mobiliario


Descripción	Costo Unitario L.	Costo Total L.
Sillas secretariales	2800.00	
Sillas ejecutivas	4700.00	
Mesa de conferencias	5880.00	
Escritorio ejecutivo	4230.00	
Archivo de 4 gaveteros	5300.00	



Fuente 5 Vimaco, Muebles Kessy

Anexo 4: Formulario SAR 410 de inscripción comerciante individual

Ilustración 19 Formulario SAR 410



SAR-410

DECLARACIÓN JURADA DE INSCRIPCIONES, INICIO DE ACTIVIDADES Y ACTUALIZACIÓN AL REGISTRO TRIBUTARIO NACIONAL

Ver Instrucciones

IDENTIFICACIÓN DEL OBLIGADO TRIBUTARIO	5	PRIMER APELLIDO				DECLARACIÓN N°	1
	6	SEGUNDO APELLIDO				R.T.N. ANTERIOR	3
	7	PRIMER NOMBRE				R.T.N.	4
	8	SEGUNDO NOMBRE				TAMAÑO	
	9	RAZÓN O DENOMINACIÓN SOCIAL					
	10	BARRIO, COLONIA O ALDEA	CALLE / AVENIDA	BLOQUE	SECTOR O ZONA	No. CASA O APARTAMENTO	
	15	TELÉFONO FLOJO	TELÉFONO CELULAR	CÓD. POSTAL	DEPARTAMENTO		
	21	CORREO ELECTRÓNICO	CLAVE ENEE	MUNICIPIO			
	225	REFERENCIA DEL DOMICILIO					

A.- TIPOS DE TRÁMITE

25	INSCRIPCIÓN O RENOVACIÓN		27	OTROS TRÁMITES	
	<input type="checkbox"/> R.T.N.	<input type="checkbox"/> PRESTAMISTAS NO BANCARIOS		<input type="checkbox"/> ALTA DE IMPUESTOS	<input type="checkbox"/> CAMBIO DE REPRESENTANTE LEGAL
	<input type="checkbox"/> ACTIVIDADES ESPECIALES	<input type="checkbox"/> PRODUCTOR DE ALCOHOLES Y LICORES	<input type="checkbox"/> BAJA DE IMPUESTOS	<input type="checkbox"/> CAMBIO DE DOMICILIO	
	<input type="checkbox"/> R.F.I.	<input type="checkbox"/> DISTRIBUIDOR DE ALCOHOLES Y LICORES	<input type="checkbox"/> SUCURSAL	<input type="checkbox"/> FUSIÓN	
	<input type="checkbox"/> IMPORTADOR	<input type="checkbox"/> IMPORTADORES DE ALCOHOLES Y LICORES	<input type="checkbox"/> BAJA DE R.T.N.	<input type="checkbox"/> ABSORCIÓN	
	<input type="checkbox"/> EXPORTADOR	<input type="checkbox"/> PRODUCTORES E IMPORTADORES CIGARRILLOS	<input type="checkbox"/> CAMBIO DE PERÍODO FISCAL	<input type="checkbox"/> ENLACE DE R.T.N. POR DUPLICIDAD	

B.- COMERCIANTE INDIVIDUAL

28	TARJETA DE IDENTIDAD, CARNÉ DE RESIDENCIA O PASAPORTE	29	SEXO	30	FECHA DE NACIMIENTO	31	RESIDENTE
32	PROFESIÓN U OFICIO					33	COMERCIANTE INDIVIDUAL
							SI

C.- LUGAR DE CONSTITUCIÓN

41	PAÍS	42	DEPARTAMENTO	43	MUNICIPIO
----	------	----	--------------	----	-----------

D.- REGISTRO DE INSTRUMENTO PÚBLICO

451	TIPO DE INSTRUMENTO	45	NÚMERO DE INSTRUMENTO	44	FECHA DE CONSTITUCIÓN	35	TIPO DE EMPRESA
36	CAPITAL SOCIAL	133	N° DE MATRÍCULA	34	N° DE REGISTRO MERCANTIL	134	FECHA REGISTRO
48	NOMBRE COMERCIAL	49	CATEGORÍA DE EMPRESA	50	ESTABLECIMIENTOS ANEXOS	52	COMISIONISTA
			UNICA	CASA MATRIZ			SI NO
53	ACTIVIDAD PRINCIPAL	54	ACTIVIDAD SECUNDARIA	452	SECTOR ESTRATÉGICO		
46	NOMBRE DEL NOTARIO		R.T.N. DEL NOTARIO	55	FECHA INICIO ACTIVIDADES	57	FECHA DE CESE DE ACTIVIDADES
					DÍA MES AÑO		DÍA MES AÑO

E.- PERÍODO ESPECIAL

554	TIPO DE PLAZO	555	TIEMPO PLAZO ADICIONAL	56	CIERRE DEL EJERCICIO	557	FECHA DESDE	558	FECHA HASTA
					DÍA MES AÑO		DÍA MES AÑO		DÍA MES AÑO

F.- ENLACE, FUSIÓN O ABSORCIÓN

REGISTRO DE ALTA		REGISTRO A DAR DE BAJA	
NOMBRE O RAZÓN SOCIAL	R.T.N.	NOMBRE O RAZÓN SOCIAL	R.T.N.

G.- OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN DEL IMPUESTO	FECHA ALTA	FECHA BAJA	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN DEL IMPUESTO	FECHA DESDE	FECHA HASTA
		MES AÑO	MES AÑO			MES AÑO	MES AÑO
CÓDIGO	DESCRIPCIÓN DEL IMPUESTO	FECHA ALTA	FECHA BAJA	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN DEL IMPUESTO	FECHA DESDE	FECHA HASTA
		MES AÑO	MES AÑO			MES AÑO	MES AÑO


Juro que la información proporcionada en el presente documento es verdadera

<p>Obligado Tributario</p> <p>LUGAR: _____</p> <p>FECHA: _____</p> <p>FIRMA DEL OBLIGADO TRIBUTARIO O REPRESENTANTE LEGAL</p>	<p>USO SAR</p> <p>FIRMA DEL SERVIDOR PÚBLICO</p>
---	--

ORIGINAL - SAR - EJEMPLAR GRATUITO -

Anexo 5: Formulario para solicitar permiso de operación

Ilustración 20 Declaración jurada permiso de operación


Municipalidad De Santa Rosa De Copán
 Honduras C.A.

DEPARTAMENTO DE CONTROL TRIBUTARIO
 FORMULARIO ÚNICO PARA LA APERTURA DE NEGOCIO Y RENOVACIÓN DE PERMISOS DE OPERACIÓN

Este formulario es parte del Sistema Único de Información y Seguimiento de Actividades de las Empresas Registradas (SISUR) creado por la Ley No. 18-01 del 18 de febrero del 2010.

C.1	C.2	C.3	ESTE FORMULARIO ES ÚNICO PARA USO DEL DEPARTAMENTO DE CONTROL TRIBUTARIO			
NO DECLARACIÓN			MADE	BOHIO	YORO	COMAYAGUA
1. IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA O SOCIO			NOMBRE O NÚMERO SOCIAL		BTN	FORMA JURÍDICA
2. DIRECCIÓN DEL NEGOCIO			CALLE O AVENIDA	NÚMERO DE CALLA	TELÉFONO LOCAL	
3. IDENTIFICACIÓN DEL PROPIETARIO O REPRESENTANTE LEGAL			PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO	NOMBRES	
4. DOMICILIO DEL PROPIETARIO O REPRESENTANTE LEGAL			CALLE O AVENIDA	NÚM DE CALLA		
5. RUBRO DE ACTIVIDAD DEL NEGOCIO			INDUSTRIA	SERVICIOS	FRANDEO/COMERCIALIZACIÓN	OTROS (ESPECIFICAR)
6. ¿ESTA SU NEGOCIO AFILIADO A ALGUNA ASOCIACIÓN O ASOCIACIÓN?			SI		NO	
7. ¿SU NEGOCIO CUENTA CON UNO O MÁS DE LOS SIGUIENTES EQUIPOS, MAQUINARIAS O HERRAMIENTAS?			TIPO DE MÁQUINA		LETRAS INDIVIDUALES	
8. ¿TIENE MÁQUINAS, MAQUINARIAS O HERRAMIENTAS (Mencione el tipo de equipo o herramienta)?			TIPO MATERIAL		MATERIALES	
9. CANTIDAD DE TRABAJADORES			HOMBRES		MUJERES	
10. JURAMENTO DE VERDAD			SANTA ROSA DE COPÁN, DE 20 DE 20			
ESPACIO PARA USO DEL DEPARTAMENTO DE CONTROL TRIBUTARIO			Firma del propietario			
11. ¿QUÉ REQUISITOS TIENE ACTUALMENTE SU EMPRESA EN LOS SIGUIENTES RUBROS?			CATEGORÍA			
12. ¿CÓMO SON LOS PRINCIPALES PRODUCTOS O SERVICIOS (o rubros) QUE SU EMPRESA NORMALMENTE PRODUCE?			PRODUCTO, SERVICIO O RUBRO			
13. REGÍSTRASE EN EXPORTACIÓN UTILIZANDO:			DEFINITIVA			
14. ¿QUÉ MATERIALES O MATERIAS PRIMAS OCUPA HABITUALMENTE SU EMPRESA Y CON QUÉ FRECUENCIA?			MATERIA PRIMA / RUBRO			
15. DETALLE LOS SERVICIOS QUE SU EMPRESA NORMALMENTE OCUPA:			TRANSPORTE			
16. ¿TIENE EXPERIENCIA DE HABER SIDO CONTRATADO POR OTRAS EMPRESAS?			SI			
17. EN CASO AFIRMATIVO PUEDE MENCIONAR ALGUNAS REFERENCIAS DE EMPRESAS CONTRATANTES?			EMPRESAS			
18. ¿TIENE EXPERIENCIA DE HABER SIDO CONTRATADO POR OTRAS EMPRESAS?			SI			
19. ¿HA SIDO CONTRATADO POR OTRAS EMPRESAS?			SI			
20. ¿HA SIDO CONTRATADO POR OTRAS EMPRESAS?			SI			
21. ¿HA SIDO CONTRATADO POR OTRAS EMPRESAS?			SI			
22. ¿HA SIDO CONTRATADO POR OTRAS EMPRESAS?			SI			
23. ¿HA SIDO CONTRATADO POR OTRAS EMPRESAS?			SI			
24. ¿HA SIDO CONTRATADO POR OTRAS EMPRESAS?			SI			
25. ¿HA SIDO CONTRATADO POR OTRAS EMPRESAS?			SI			
26. ¿HA SIDO CONTRATADO POR OTRAS EMPRESAS?			SI			
27. ¿HA SIDO CONTRATADO POR OTRAS EMPRESAS?			SI			
28. ¿HA SIDO CONTRATADO POR OTRAS EMPRESAS?			SI			
29. ¿HA SIDO CONTRATADO POR OTRAS EMPRESAS?			SI			
30. ¿HA SIDO CONTRATADO POR OTRAS EMPRESAS?			SI			
31. ¿HA SIDO CONTRATADO POR OTRAS EMPRESAS?			SI			
32. ¿HA SIDO CONTRATADO POR OTRAS EMPRESAS?			SI			
33. ¿HA SIDO CONTRATADO POR OTRAS EMPRESAS?			SI			
34. ¿HA SIDO CONTRATADO POR OTRAS EMPRESAS?			SI			
35. ¿HA SIDO CONTRATADO POR OTRAS EMPRESAS?			SI			
36. ¿HA SIDO CONTRATADO POR OTRAS EMPRESAS?			SI			
37. ¿HA SIDO CONTRATADO POR OTRAS EMPRESAS?			SI			
38. ¿HA SIDO CONTRATADO POR OTRAS EMPRESAS?			SI			
39. ¿HA SIDO CONTRATADO POR OTRAS EMPRESAS?			SI			
40. ¿HA SIDO CONTRATADO POR OTRAS EMPRESAS?			SI			
41. ¿HA SIDO CONTRATADO POR OTRAS EMPRESAS?			SI			
42. ¿HA SIDO CONTRATADO POR OTRAS EMPRESAS?			SI			
43. ¿HA SIDO CONTRATADO POR OTRAS EMPRESAS?			SI			
44. ¿HA SIDO CONTRATADO POR OTRAS EMPRESAS?			SI			
45. ¿HA SIDO CONTRATADO POR OTRAS EMPRESAS?			SI			
46. ¿HA SIDO CONTRATADO POR OTRAS EMPRESAS?			SI			
47. ¿HA SIDO CONTRATADO POR OTRAS EMPRESAS?			SI			
48. ¿HA SIDO CONTRATADO POR OTRAS EMPRESAS?			SI			
49. ¿HA SIDO CONTRATADO POR OTRAS EMPRESAS?			SI			
50. ¿HA SIDO CONTRATADO POR OTRAS EMPRESAS?			SI			

Fuente 7 Página de la Municipalidad de Santa Rosa de Copán <http://santarosacopan.org/index.php?id=10>