

Asesorías Contables y Financieras

BLGT & Asociados

Anggy Lorena Barrera Velandia

Brigitt Liceth Garzón Tamayo

*Carolina Pérez Montenegro

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior

Facultad de Contaduría Pública

Contaduría Pública

Bogotá, Colombia

2012

- Nombre de la profesora

Tabla de Contenido

<i>Justificación</i>	8
<i>Objetivo General</i>	9
<i>Objetivos Específicos</i>	10
<i>Planteamiento del Problema</i>	11
<i>Proyecto Asesorías Contables y Financieras</i>	12
<i>Misión</i>	13
<i>Visión</i>	13
<i>Mercado</i>	14
Análisis del sector	14
Análisis del mercado	16
Análisis de la competencia	16
Investigación de Mercados	19
Tipo de investigación	19
Investigación exploratoria	21
Variables aplicadas a la investigación	21
Variables Demográficas	21
Variables Psicográficas	22
Marco Muestral	23
Análisis de la Investigación	24
Variables	24

	3
Resultados	27
Viabilidad del Mercado	32
Estrategias de Mercado	33
Concepto del producto o servicio	33
Matriz Dofa	33
Estrategias de distribución	34
Canal de distribución	34
Cobertura Geográfica	34
Estrategias de Ventas	35
Estrategias de precio	35
Revisoría Fiscal:	35
Asesoría básica contable:	35
Asesoría tributaria:	35
Mano de Obra	36
Condiciones de Pago	36
Estrategias de promoción	36
Estrategias de comunicación	37
Eucoles:	37
Proyectos Especiales:	38
Mupis en Movimiento:	38
Mupis Peatonales:	39
Clean Graffiti:	40
Acción en Calle:	40
Estrategias de servicio	41

	4
Presupuestos	41
Tablas por Servicio	41
Costos de Implementación	42
Amortización Crédito	46

Índice de Gráficas

<i>Gráfica 1. Género de la encuesta</i>	24
<i>Gráfica 2 Porcentaje de edades de los encuestados</i>	24
<i>Gráfica 3 Estado laboral actual</i>	25
<i>Gráfica 4 Tipo de profesión</i>	25
<i>Gráfica 5 Estratificación socioeconómica</i>	26
<i>Gráfica 6 Nivel profesional</i>	26
<i>Gráfica 7 Primera pregunta encuesta</i>	27
<i>Gráfica 8 Segunda pregunta encuesta</i>	28
<i>Gráfica 9 Tercera pregunta encuesta</i>	28
<i>Gráfica 10 Cuarta pregunta encuesta</i>	29
<i>Gráfica 11 Quinta pregunta encuesta</i>	29
<i>Gráfica 12 Sexta pregunta encuesta</i>	30
<i>Gráfica 13 Séptima pregunta encuesta</i>	31
<i>Gráfica 14 Octava pregunta encuesta</i>	31
<i>Gráfica 15 Novena pregunta encuesta</i>	32
<i>Gráfica 16 Diagrama Punto de Equilibrio Valor en Pesos</i>	46

Índice de Ilustraciones

<i>Ilustración 1 Eucoles</i>	37
<i>Ilustración 2 Proyectos Especiales</i>	38
<i>Ilustración 3 Mupis en Movimiento</i>	38
<i>Ilustración 4 Mupis Peatonales</i>	39
<i>Ilustración 5 Clean Graffiti</i>	40
<i>Ilustración 6 Acción en Calle</i>	40

Índice de Tablas

<i>Tabla 1 Esquema de matriz dofa para la identificación de debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas.</i>	<i>34</i>
<i>Tabla 2 Valores por Servicio</i>	<i>41</i>
<i>Tabla 3 Costos al Inicio de la Empresa</i>	<i>42</i>
<i>Tabla 4 Presupuesto de Gastos por Año</i>	<i>42</i>
<i>Tabla 5 Presupuesto de Ingresos Anual</i>	<i>43</i>
<i>Tabla 6 Presupuesto de Cartera Anual.</i>	<i>43</i>
<i>Tabla 7 Costos Fijos Anuales</i>	<i>44</i>
<i>Tabla 8 Costos Variables Anuales</i>	<i>44</i>
<i>Tabla 9 Ventas Anuales</i>	<i>45</i>
<i>Tabla 10 Punto de Equilibrio Valor en Millones de peso</i>	<i>45</i>
<i>Tabla 11 Tabla de Amortización Crédito</i>	<i>48</i>

Justificación

Esta idea de negocio tiene como fin brindar a todos aquellos empresarios que deseen tener un control en la parte contable y financiera de su micro, mediana, grande y/o macro empresa, pero especialmente ofrecer nuestros servicios a los micro empresarios que en muchas ocasiones no llevan o no ejercen un control financiero y contable en su negocio, porque en muchas veces lo ven como algo muy tedioso o quizá no encuentran la persona adecuada que realice esta labor, es por ello creemos necesario suplir la necesidad que nace de ellos.

Por otro lado se proyecta ofrecer y/o brindar la oportunidad a todos los recién egresados de entrar al mundo laboral ya que en muchas empresas no suelen ser contratados por su falta de experiencia, es por ello que pretendemos que dichos estudiantes apliquen todos sus conocimientos con profesionalismo y con esto generar empleo y oportunidades a aquellos que lo deseen. (Estudiantes y Microempresarios).

Objetivo General

Brindar a las empresas en general un servicio de asesoramiento profesional y ético en la parte contable y financiera, ofreciendo los servicios laborales como contadores públicos, sin dejar atrás todos aquellos requerimientos que existe por parte del estado, las leyes que los rigen, buscando el beneficio de nuestro clientes y nuestros empleados por ello se prevé la generación de empleo, por ende se desea ofrecer un servicio que satisfaga las necesidades que surgen en las diferentes MIPYME, empresas medianas y grandes ya que son de vital importancia para el éxito de las mismas.

Objetivos Específicos

- Generar empleo en los estudiantes universitarios, que muchas veces por su corta experiencia laboral no son contratados. Ampliar los conocimientos de los empleados por medio de capacitaciones, para que de esta manera se brinde un excelente servicio.

- Ofrecer servicios que suplan las necesidades y que cumplan con todos los requerimientos de los clientes, no dejando atrás la ética profesional que los caracteriza. Lograr aceptación en el mundo empresarial.

- Colaborar de una manera eficiente y oportuna a todos aquellos microempresarios que deseen obtener nuestros servicios.

Planteamiento del Problema

En este momento donde cada año están saliendo cada vez más profesionales a enfrentarse a un mundo laboral cada vez más competitivo y donde las empresas no dan las mismas oportunidades a los estudiantes sin mucha experiencia aun cuando les dan algunos beneficios tributarios por cierta cantidad de aprendices que tenga en su mano de obra fija, lo que nos llevó a pensar porque si no tenemos experiencia no nos contratan pero si tenemos experiencia pero no la edad tampoco nos contratan o totalmente lo opuesto tenemos la edad y la experiencia pero tampoco les sirve a estas empresas porque piensan que pagarle a una persona con este tipo de perfil va a afectar sus finanzas.

Por lo cual estando en este terreno decidimos crear una empresa que solucionara tanto nuestros problemas como los de los demás estudiantes.

Proyecto Asesorías Contables y Financieras

En el siguiente trabajo explicaremos cómo llegamos a la idea de crear una empresa de asesorías contables y financieras puesto que en la ciudad ya existe una oferta bastante considerable de este tipo de actividad. Teniendo en cuenta lo anterior nuestro principal objetivo es generar empleo a aquellos estudiantes que no poseen una gran experiencia pero que tengan la disposición de aprehender y poner en práctica los conocimientos adquiridos en el tiempo que se lleva en la Universidad. Aunque en muchas universidades existen portales de empleo, como el caso de nuestra universidad, tenemos que tener en cuenta que no todas las ofertas se aplican a nuestro perfil o más bien nuestro perfil no aplica para las necesidades de la empresa lo que nos lleva a no llegar a ejercer nuestra profesión.

Misión

Ofrecer los servicios de asesoría en la parte contable y financiera teniendo en cuenta la responsabilidad y compromiso que tenemos con nuestros clientes. Es primordial tener presente las normas y decretos estipulados por la ley, los cuales serán aplicados de la mejor manera para evitar sanciones tanto para ustedes como para nosotros.

Visión

La empresa ASESORÍAS CONTABLES BLGT Y ASOCIADOS, tiene como visión ser en unos años la empresa de asesorías contables y financieras más grande de Bogotá, con una gran cobertura en el mercado, implementado servicios innovadores, con un nivel de profesionalismo alto, contando con profesionales éticos, eficaces, eficientes y competentes en el mundo laboral que respondan a las necesidades y expectativas de los empresarios.

Mercado

Análisis del sector

En un estudio, realizado por el Centro de Investigaciones para el Desarrollo se avanzó en una tipología de empresas ubicadas en seis categorías:¹

¹ Una política pública para el comercio interno de Colombia, Ricardo Bonilla y Jesús Perdomo, <http://institutedeestudiosurbanos.info/univerciudad/ediciones/008/investiga01.htm>

1. Comercio tradicional característico: compuesto por empresas en su gran mayoría de tamaño pequeño, representantes de un comercio tradicional con bajos niveles de incorporación tecnológica y con ningún poder de negociación en los mercados. Representa el 62% del comercio en Colombia de un total registrado en Confecámaras para el año 2000 de 219.925 establecimientos.

2. Comercio tradicional en expansión: Aunque participan un buen número de empresas pequeñas, lo característico de este segmento son empresas de tamaño medio. Es un segmento dinámico con tendencias a involucrar rápidamente elementos modernizantes del comercio, como por ejemplo, la venta a crédito y el pago diferido, la cualificación de los acuerdos con proveedores, el cumplimiento, la sistematización de procesos y los cambios en las formas jurídicas de organización. Representa el 32% del comercio en Colombia.

3. Comercio moderno característico: En este segmento ya se ubican empresas de gran formato y se considera el típico sector moderno del comercio debido a sus estrategias de provisión y competencia, en el sentido de las relaciones sobre elementos de calidad y la búsqueda de productos nuevos para los mercados. Representa el 1% del comercio en Colombia.

4. Comercio moderno en expansión: Siendo un segmento con empresas del denominado comercio moderno, la particularidad de las empresas allí ubicadas es que han asumido el reto de la apertura económica como un factor de expansión y ampliación de los mercados. Representa el 2% del comercio en Colombia.

5. Comercio moderno diversificado: Siendo un segmento de empresas modernas típicas, se identifica con estructuras de comercio minorista bajo el formato de comercio de grandes cadenas de almacenes. Este segmento ha sido tradicionalmente dinámico en la historia del comercio en Colombia, desde la introducción de los formatos de comercio de las Cajas de Compensación. Representa el 2% del comercio en Colombia.

6. Comercio moderno integrado: El grupo de empresas del sector comercio que pertenecen a este segmento se caracterizan por la construcción de mecanismos de integración vertical entre eslabones de la cadena producto-consumo. Representa el 1% del comercio en Colombia.

En Colombia, el sector terciario representa aproximadamente el 50% del Producto; y específicamente el comercio es una de las actividades que más aporta a la actividad económica nacional. En términos de empleo, el sector servicios representaba aproximadamente un 47% en 1989, habiendo aportado tan solo el 36% en 1968. El comercio pasó de aportar un 11.1% del empleo en 1970 a un 25,4% en 1995.

Análisis del mercado

En cuanto al mercado al cual nos vamos a dirigir diría que nuestro perfil de cliente el bastante simple, debe ser una persona que posea un negocio o pequeña empresa la cual puede o no haber tenido alguna clase de asesoría contable, esto nos facilitaría las cosas al momento de

llegar a hacer nuestro trabajo. Aun así podemos decir que muchas de las empresas del sector no tienen ni siquiera una contabilidad básica.

Esto nos da a entender que aquellas empresas estarían un poco más propensas a recibir nuestros servicios.

Análisis de la competencia

Estas son algunas de las empresas en Colombia que son directa competencia para nuestro negocio:

SETA, Servicio Empresarial en Tecnología Administrativa.²

SERVICIO EMPRESARIAL EN TECNOLOGÍA ADMINISTRATIVA, “SETA” es una organización independiente, que pretende ser la fuerza impulsora de los principios de excelencia en nuestro país, de ser el acompañamiento en la gestión y formación del talento humano en reconocimiento a su generación de riqueza; de constituirse en el soporte de todas las operaciones económicas empresariales buscando la efectividad, el ahorro y la ausencia de posibles contingencias que permitan a las empresas generar un crecimiento sostenible a través del tiempo. Nuestros consultores líderes y entusiastas, creen en su capacidad de transformar las cosas, a los demás, a las empresas y a su propia realidad movidos por la fuerza y la certeza de sus acciones. Proviene de diferentes sectores del país: sector privado, sector público, sector salud, sector académico. SETA es el aliado de las organizaciones que quieren avanzar en la cultura de la Excelencia, de la competitividad y de la generación de valor agregado para sí misma y para cada miembro que la compone.

Servicios Contables y Tributarios

² Empresa de software contables y financieros, Servicio Empresarial en Tecnología Administrativa, <http://www.ilikewebsites.com/landing/>

Acompañar los procesos contables y tributarios con SETA genera los siguientes

Beneficios:

Beneficios Económicos:

- Disminución de costos al evitar la creación de estructuras administrativas con capacidad ociosa improductiva.
- Acceso a una herramienta de alta tecnología, y flexible sin tener que hacer una gran inversión en la compra, licenciamiento, mantenimiento, capacitación de usuarios, entre otros.
- Mejora la utilización de los recursos, permitiendo de esta forma un mejor nivel de productividad y eficiencia.

Beneficios Estratégicos:

- Enfoque empresarial en las actividades estratégicas del negocio y no en actividades recurrentes operativo-administrativas.
- Acceso continuo a profesionales especializados en el tema.
- Acceso a procedimientos administrativos funcionales probados.
- La información procesada tiene acceso controlado y se maneja bajo altos estándares de seguridad y confidencialidad.
- Consulta de información 24 horas, 365 días al año.
- Seguridad en el almacenamiento de la información al contar con tecnología de punta que garantiza su conservación en el tiempo.

Beneficios Cualitativos:

- Solución pronta de problemas al contar con personal entrenado en el tema.
- No existe resistencia al cambio.
- Evita dependencia de personal clave y disminuye riesgos operativos.

Teléfono: 311-2896487

La ubicación exacta no se tiene pero la empresa se encuentra en la ciudad de Bogotá.

CR Financial & Legal Services Colombia LTDA³

Ofrece los servicios de un grupo selecto de profesionales en las áreas de Revisoría Fiscal, Auditoría, Consultoría Financiera, Contabilidad, Impuestos, así como servicios legales en materias comerciales y tributarias. Relacionados con las normas y procedimientos de contabilidad internacional, normas de contabilidad de los Estados Unidos de América. Reportes en inglés y español.

Relacionados con las normas y procedimientos de contabilidad internacional (IASB – International Accounting Standards Board), reportes internacionales (IFRS – International Financial Reporting Standards).

Nuestros Servicios son los siguientes:

- Revisoría Fiscal
- Auditoría
- Outsourcing Contable
- Servicios Tributarios
- Servicios Legales
- Gestión de capital humano
- Valoración de Empresas
- Asesoría Financiera
- Due Diligence

³ Empresa de asesorías contables, CR FINANCIAL & LEGAL SERVICES COLOMBIA, <http://crconsultorescolombia.com/index.html>

- Precios de Transferencia

Investigación de Mercados

La investigación de mercados es la recopilación, registro y análisis sistemático de datos relacionados con problemas de mercado de bienes y servicios. Lo de sistemático se refiere a la necesidad de que el proyecto de investigación este bien organizado y planeado. La objetividad implica que la investigación de mercados se esfuerza por ser imparcial e insensible en la realización de sus responsabilidades.

El objetivo primordial de la investigación de mercados es el suministrar información, no datos, al proceso de toma de decisiones, a nivel gerencial.⁴

Tipo de investigación

- A. Investigación exploratoria: Es apropiada para las primeras etapas del proceso de toma de decisiones. Esta investigación se diseña con el objeto de obtener una investigación preliminar de la situación, con un gasto mínimo en dinero y tiempo. Está caracterizado por su flexibilidad para que sea sensible a lo inesperado y para descubrir ideas que no se habían reconocido previamente. Es apropiada en situaciones en las que la gerencia está en busca de problemas u oportunidades potenciales de nuevos enfoques, de ideas o hipótesis relacionadas con la situación; o desea, una formulación más precisa del problema y la identificación de variables relacionadas con la situación de decisión. El objetivo es

⁴ Investigación de Mercados, Moreno Escalona Iván,
<http://www.monografias.com/trabajos11/invmerc/invmerc.shtml>

ampliar el campo de las alternativas identificadas, con la esperanza de incluir la alternativa "mejor".

- B. Investigación concluyente: Suministra información que ayuda al gerente a evaluar y seleccionar la línea de acción. El diseño de la investigación se caracteriza por procedimientos formales. Esto comprende necesidades definidas de objetivos e información relacionados con la investigación. Algunos de los posibles enfoques de investigación incluyen encuesta, experimentos, observaciones y simulación.
- C. Investigación de desempeño: Es el elemento esencial para controlar los programas de mercadeo, en concordancia con los planes. Una desviación del plan puede producir una mala ejecución del programa de mercadeo y/o cambios no anticipados en los factores de situación.⁵
- D. Investigación cualitativa: Sirve para conocer los efectos que produce un estímulo a los encuestados. Además busca descubrir los elementos positivos y negativos de los elementos antes mencionados. Este tipo de investigación averigua si los argumentos de venta o los beneficios del producto/servicio ofrecido y la forma en que se comunican son creíbles.
- E. Investigación cuantitativa: Es la que analiza los aspectos de la oferta y la demanda que pueden ser medidos y cuantificados.
- F. Investigación documental: Este tipo de investigación es la que se realiza, apoyándose en fuentes de carácter documental, esto es, en documentos de cualquier especie. La

⁵ Investigación de Mercados, Moreno Escalona Iván,
<http://www.monografias.com/trabajos11/invmerc/invmerc.shtml#TIPOS>

investigación documental se caracteriza por el empleo predominante de registros gráficos y sonoros como fuentes de información.⁶

- G. Investigación secundaria: La empresa utiliza la información recopilada de otras fuentes que parece aplicable a un producto nuevo o ya existente.⁷

Investigación exploratoria.

Creo que nuestra investigación sería la exploratoria dado que como dice esta, es para la toma de decisión con unos costos más bajos y como la empresa está empezando por el momento sería esta.

Variables aplicadas a la investigación

Variables Demográficas

Las variables demográficas son fáciles de identificar y son usadas generalmente entre la mayoría de mercadólogos y publicistas que diseñan su estrategia basándose en un grupo con un rango de edad determinada, género y nivel socioeconómico.⁸

- a. Sexo
- b. Edad
- c. Profesión
- d. Ocupación
- e. Indicador de estrato

⁶ Investigación de Mercado, SV, Franco de, <http://www.monografias.com/trabajos65/investigacion-mercado/investigacion-mercado2.shtml>

⁷ Investigación de Mercado, <http://www.allstudies.com/investigacion-de-mercado-2.html>

⁸ Base de Segmentación, ANALITIKA Research Blog, <http://analitikasv.blogspot.com/2010/08/base-de-la-segmentacion.html>

f. Nivel Profesional

Variables Psicográficas

El perfil psicográfico describe las características y las respuestas de un individuo ante su medio ambiente (agresividad o pasividad, resistencia o apertura al cambio, necesidad de logro, etcétera.) Los distintos estilos de vida marcan actitudes diferentes ante los estímulos cotidianos como el consumo o la apariencia física. Personas con el mismo perfil demográfico pueden presentar perfiles psicográficos. Al segmentar psicográficamente, los compradores se dividen de acuerdo a su estilo de vida, personalidad y valores principalmente.⁹

Diseño Muestral

Población

La población utilizada para esta muestra fue la de las localidades de Suba y Bosa.

Elementos de muestreo

El elemento de muestreo que utilicé fue la encuesta.

Unidad de muestreo

Tiempo

El tiempo que llevó realizar la encuesta y la tabulación de la misma fue de dos semanas aproximadamente.

⁹ Base de Segmentación, ANALITIKA Research Blog,
<http://analitikasv.blogspot.com/2010/08/base-de-la-segmentacion.html>

Marco Muestral

Muestra (despeje de la formula)

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

$$N = \frac{(1.96)^2 * 0.50 * 0.50 * 1000}{(1.96)^2 * 0.50 * 0.50 + (0.05)^2 (1000 - 1)}$$

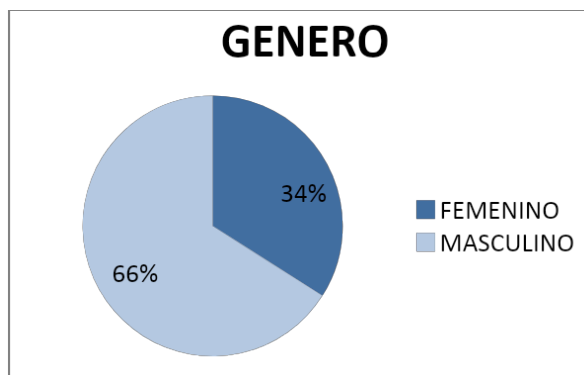
$$N = \frac{3.8416 * 0.50 * 0.50 * 1000}{3.8416 * 0.50 * 0.50 + 2.5 (999)}$$

$$N = \frac{960.4}{0.9604 + 2497.5}$$

$$N = 38$$

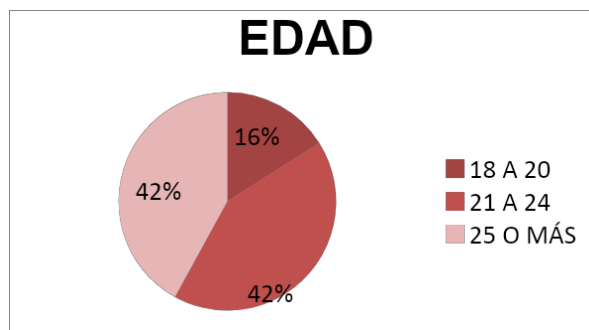
Análisis de la Investigación

Variables



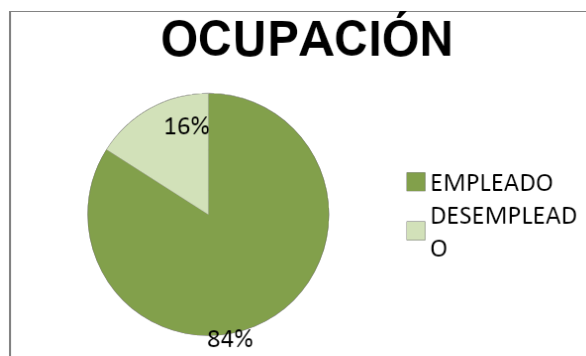
Gráfica 1. Género de la encuesta

En la siguiente gráfica tenemos que un 66% de la población son hombres y que un 34% son mujeres.



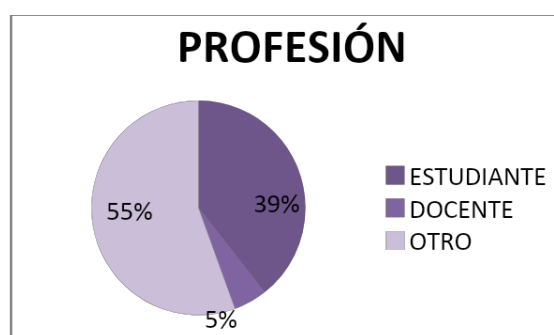
Gráfica 2. Porcentaje de edades de los encuestados

Aquí podemos ver que un 39% son estudiantes, un 5% son docentes y que un 55% tienen otra profesión, un 16% está en un rango de edad de 18 a 20 años, un 42% tienen entre 21 y 24 años y que otro 42% tienen más de 25 o 25 años.



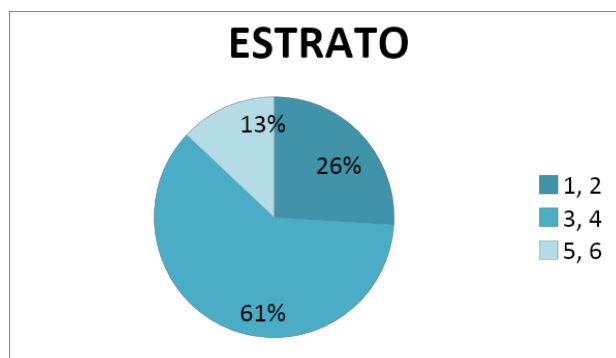
Gráfica 3 Estado laboral actual

En el siguiente gráfico podemos darnos cuenta que el porcentaje de ocupación entre los encuestados está por encima del 80% mientras que tenemos tan solo un poco más del 10% de desempleados.



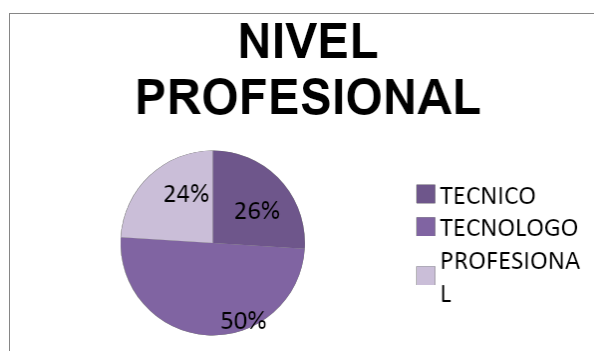
Gráfica 4 Tipo de profesión

Esta gráfica nos indica que de nuestros encuestados más de la mitad tienen una profesión diferente a la de docente y/o estudiante.



Gráfica 5 Estratificación socioeconómica

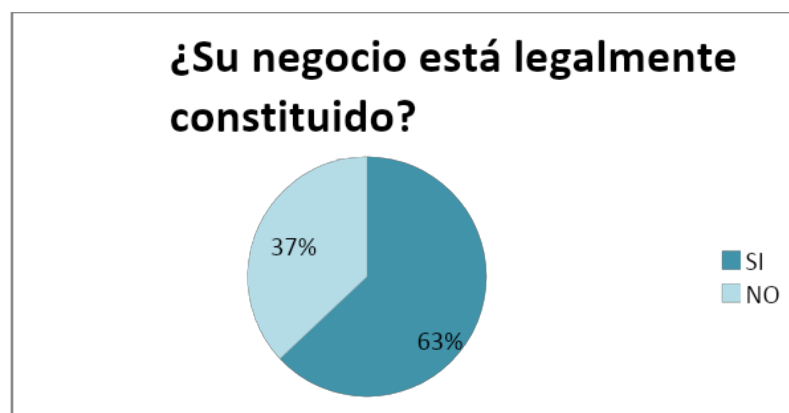
Un 61% de los encuestados viven en estrato 3 o 4, un 26% en el 1 o 2 y que un 13% entre el 5 o 6.



Gráfica 6 Nivel profesional

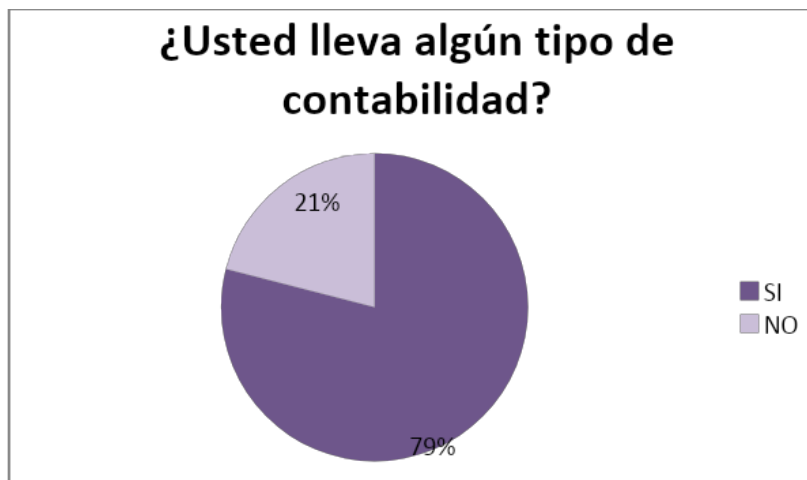
El nivel profesional que predomina es el tecnólogo con un 50% de los encuestados entre los técnicos tenemos un 26% y los profesionales tienen un 24% de participación.

Resultados



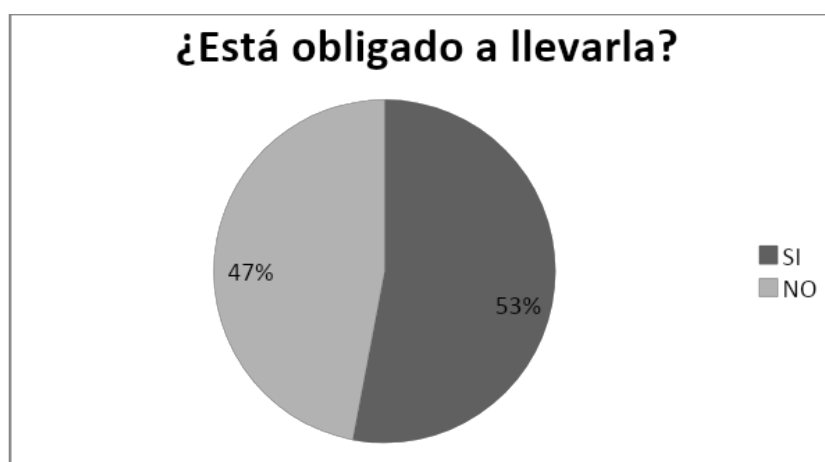
Gráfica 7 Primera pregunta encuesta

Aquí podemos ver cómo un 63% de la población encuestada tienen legalizado su negocio mientras que un 37% no, esto nos dice que la mayoría de las empresas comerciales, pequeñas y medianas, están legalizando aprovechando los amparos que da el gobierno y muchas veces el distrito para la legalización de dichas empresas. Por el otro lado vemos como la falta de información de los dueños de estas empresas o el mismo miedo de que si legalizan sus empresas tienen que pagar mucho más impuestos.



Gráfica 8 Segunda pregunta encuesta

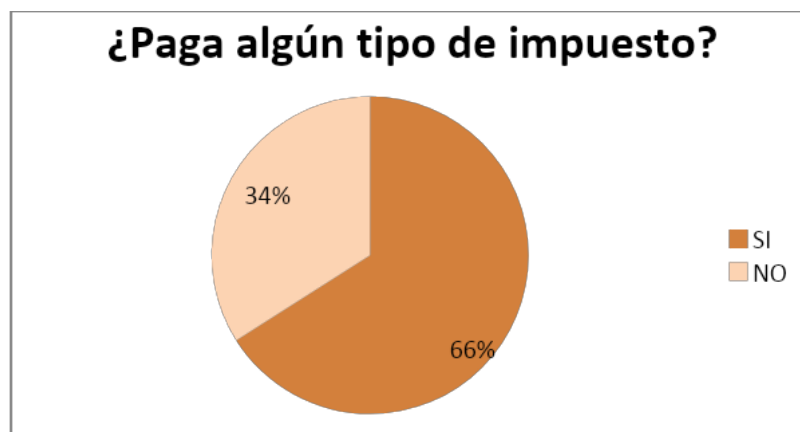
En respuesta a esta pregunta estas mismas empresas nos dijeron que un 79% si lleva algún tipo de contabilidad en su compañía esto es realmente bueno no solo para ellos como empresa sino para futuros inversionistas pues al ver una empresa organizada tienden a invertir más. Por el otro lado vemos que tan solo un 21% no lleva algún tipo de contabilidad lo cual nos da un poco de ventaja al saber que podemos aprovechar este espacio que deja para nuestro negocio.



Gráfica 9 Tercera pregunta encuesta

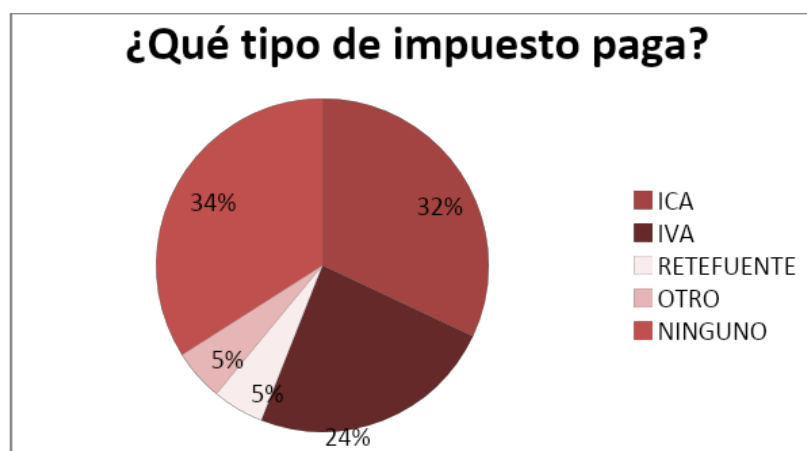
En esta pregunta nos centramos en aquellas empresas que por obligación deben llevar contabilidad casi siempre tienden a ser las que están legalmente constituidas las que tienen esta

obligación. Así pues los resultados nos dicen que el 53% de la población sí debe llevar contabilidad por obligación mientras que un 47% no.



Gráfica 10 Cuarta pregunta encuesta

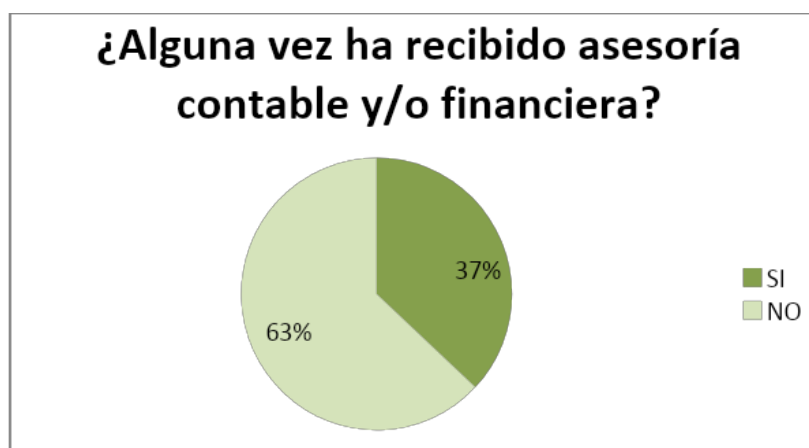
Acá nos centramos en aquellas empresas que son manejadas por personas naturales y que por consiguiente deben presentar o declarar alguna clase de impuesto y no necesariamente la empresa. Para este efecto obtuvimos un 66% de la población si debe presentar o pagar algún tipo de impuesto mientras que un 34% no.



Gráfica 11 Quinta pregunta encuesta

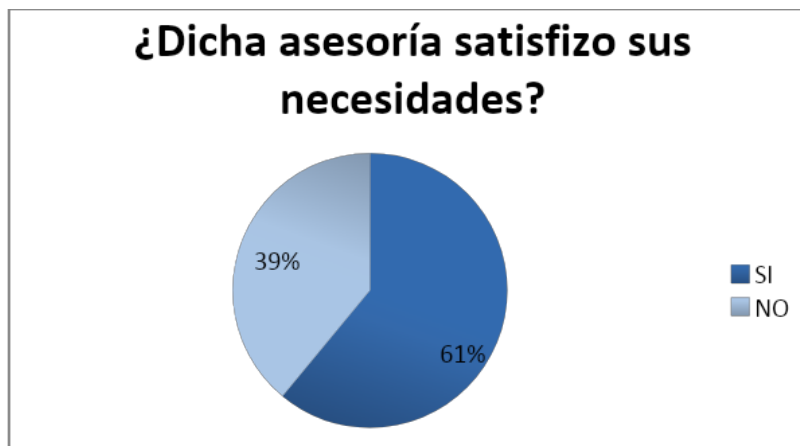
Esta pregunta esta llevada mas a la respuesta descriptiva dado que preguntamos específicamente que tipo de impuesto paga, para el ICA tenemos un 32%, el IVA posee un 24%, la RETEFUENTE tiene un 5% al igual que los otros impuestos y por el ultimo aquellos que no pagan ningún impuesto que tienen un 34%.

Así pues el impuesto que más pagan estas empresas es el de INDUSTRIA Y COMERCIO el cual es de carácter distrital.



Gráfica 12 Sexta pregunta encuesta

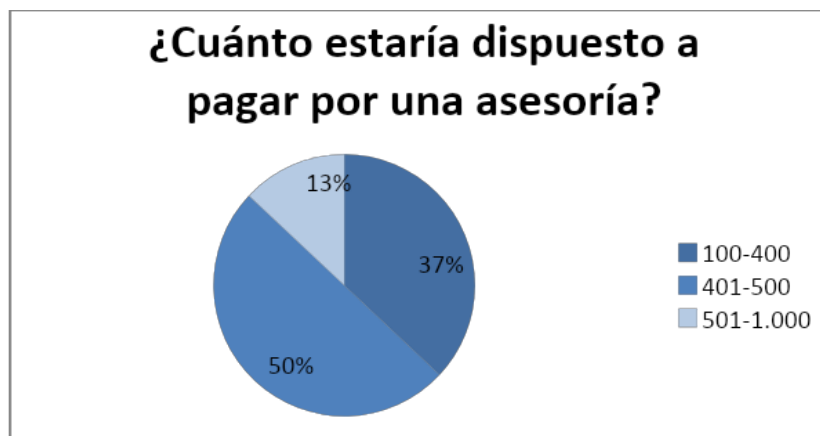
Acá nos centramos en nuestro propósito para esta encuesta las asesorías contables aquí el 63% no ha recibido ningún tipo de asesoría en el campo contable, tributario y/o contable mientras que tan solo un 37% si lo ha hecho.



Gráfica 13 Séptima pregunta encuesta

En esta pregunta vemos algo muy interesante dado que su respuesta tiene que ir un poco ligada a la anterior pregunta puesto que su respuesta está implícita nos da un 61% de insatisfacción en una asesoría y un 39% de satisfacción debió haber sido mayor el porcentaje de insatisfacción dado que el 37% que si ha recibido asesoría no siempre ha sido buena.

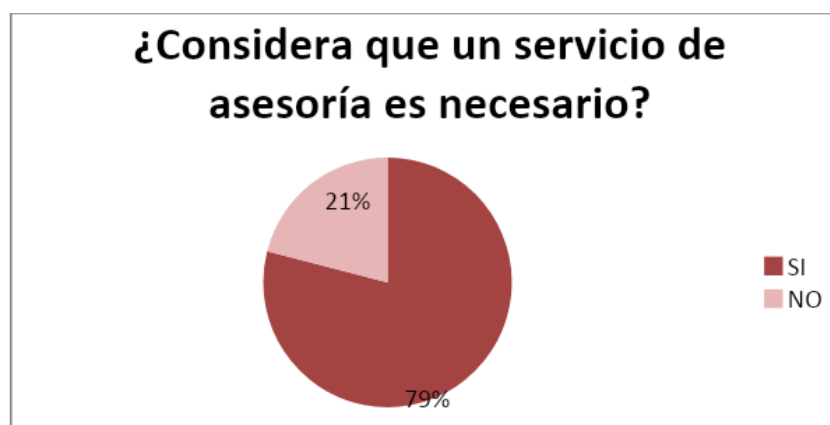
Esto se pudo haber dado por el hecho de que la pregunta pudiera estar mal formulada o no se entendió bien el propósito.



Gráfica 14 Octava pregunta encuesta

Aquí nos centramos en el valor que le darían aquellos dueños a esta asesoría tenemos que un 50% pagaría en un rango de 401.000 y 500.000 pesos por una asesoría mientras que un 37%

pagaría un rango de 100.000 y 400.000 pesos y solo un 13% estaría dispuesto a pagar entre 501.000 pesos y 1.000.000 pesos por esta asesoría.



Gráfica 15 Novena pregunta encuesta

En esta se les preguntó a los encuestados qué tan necesario ven este servicio un 79% nos dijo que sí es muy necesario y tan solo un 21% dijo que no.

Viabilidad del Mercado

Creemos que el proyecto si puede ser viable dado que el mercado donde se va a situar la empresa no hay mucha competencia y no hay una estructura básica del tema. Esto nos sirve puesto que podemos empezar de cero y generar confianza en el sector y consolidarnos en el mismo.

Obviamente en los dos primeros años va a ser un poco difícil dado que sería una empresa nueva y hay que generar confianza en los comerciantes y en el mercado.

Estrategias de Mercado

Concepto del producto o servicio

Nuestro servicio se trata de dar asesoría contable, financiera y tributaria a las micro, pequeñas y medianas empresas. De esta manera podremos abarcar un mercado que está un poco en aumento dadas todas las condiciones que hay en el país para la creación de nuevas empresas.

Matriz Dofa

	<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Personal con experiencia ● Oportunidad de crecimiento ● Confianza en el personal 	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ● División del trabajo ● Personal no motivado ● Falta de comunicación
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Buena relación con clientes ● Líder en el mercado ● Demanda suficiente 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIA (FO)</p> <p>Los productos de calidad han creado una buena demanda por lo que se ha generado al mercado nacional.</p>	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIA (DO)</p> <p>La falta de motivación en el personal ha creado solo una demanda suficiente pudiendo generar más.</p>

AMENAZAS	ESTRATEGIA	ESTRATEGIA
<ul style="list-style-type: none"> ● Competencia ● Temporada de ventas ● Falta de publicidad 	(FA) La confianza en el personal mantiene las ventas aprovechando las temporadas altas.	(DA) La falta de comunicación ha llevado a que la competencia nos haya tomado una pequeña ventaja en el mercado.

Tabla 1 Esquema de matriz dofa para la identificación de debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas.

Estrategias de distribución

Nuestra estrategia de distribución es directa dado que no es por medio de intermediarios puesto que nuestro servicio se da directamente a nuestros clientes.

Canal de distribución

El canal de distribución de nuestra empresa va a ser aquel que se aplique al momento de producirse, es decir, que se da en el momento en que el cliente solicite nuestros servicios.

Cobertura Geográfica

El proyecto se ejecutara en Colombia en la ciudad de Bogotá, inicialmente en la Localidad de Suba, para así aprovechar un poco el déficit de empresas de asesorías en este sector donde hay bastantes comerciantes.

Lo que nos lleva a un mercado sin cubrimiento de más o menos un 75% dados los resultados de las encuestas.

Estrategias de Ventas

Pues la verdad en este tipo de proyecto no puede haber un tipo definido de ofertas, descuentos o cualquier tipo. Dado que en este negocio se cobraría por servicio prestado y por volumen de trabajo.

Estrategias de precio

Revisoría Fiscal:

- a. Empresa con más de 35 empleados \$ 450.000
- b. Empresa con más de 55 empleados \$ 525.000
- c. Empresa con más de 100 empleados \$ 750.000

Asesoría básica contable:

- a. Empresa con más de 35 empleados \$ 350.000
- b. Empresa con más de 55 empleados \$ 425.000
- c. Empresa con más de 100 empleados \$ 650.000

Asesoría tributaria:

- a. Empresa con más de 35 empleados \$ 500.000
- b. Empresa con más de 55 empleados \$ 650.000
- c. Empresa con más de 100 empleados \$ 900.000

Mano de Obra

- a. Contador \$ 1.000.000 a \$ 1.500.000
- b. Contadores Junior \$ 900.000
- c. Auxiliares \$ 750.000 a 850.000

Condiciones de Pago

Las condiciones de pago en nuestro negocio por obvias razones serian principalmente de contado, pero sabemos que no todos nuestros clientes estarán o podrán pagarnos de esta manera así que será de la siguiente manera:

- a. 50% al inicio de la prestación del servicio, 25% a la mitad del servicio y 25% al finalizar el trabajo.

Estrategias de promoción

La estrategia de promoción básicamente será la de un descuento del 10% por pronto pago, ya que nuestro negocio no se puede dar el lujo de dar muchos días de plazo para el pago puesto que nuestro servicio es directo y de forma casi inmediata,

Nuestro cubrimiento geográfico inicial va a ser local, pues como dije al principio nos vamos a enfocar en la Localidad de Suba. Si después el negocio continúa en crecimiento entonces nos expandiremos a nivel total de Bogotá.

En este momento no podría dar un tiempo exacto de cuando nos vamos a expandir a nivel nacional pero esperamos primero “conquistar” Bogotá y después si dedicarnos al país.

Estrategias de comunicación

En un principio utilizaremos la prensa escrita dado que es un poco más económica y más para un negocio que empieza. Tenemos un estimado de la publicidad de acuerdo a una cotización con la empresa encargada de colocar la publicidad en los paraderos, la cotización se presenta junto con algunos ejemplos de los productos que nos ofrecen:

Eucoles:

El valor de la cara durante una catorcena es de \$575.000 más IVA.



Ilustración 1 Eucoles

Tamaño del Cartel: 121 X 177 CMS

Superficie de Impresión: 118.5X 174 CMS

Superficie visible útil: 116 X 171 CMS

Proyectos Especiales:



Ilustración 2 Proyectos Especiales

Tamaño del Cartel: 121 X 177 CMS

Superficie de Impresión: 118.5X 174 CMS

Superficie visible útil: 116 X 171 CMS

Mupis en Movimiento:

El valor de arrendamiento de una caravana (3 motos + tráiler) es de \$5.175.000 más IVA más la producción de 6 carteles 318.000 más IVA.



Ilustración 3 Mupis en Movimiento

Tamaño del Cartel: 121X177 CMS

Superficie de Impresión: 118.5X174 CMS

Superficie visible útil: 116X171 CMS

Mupis Peatonales:

El costo es de \$3.500.000 incluida la producción. Puede hacer volanteo sin costo adicional.

Volantes suministrados por el cliente.



Ilustración 4 Mupis Peatonales

Tamaño del Cartel: 121X177 CMS

Superficie de Impresión: 118.5X174 CMS

Superficie visible útil: 116X171 CMS

Clean Graffiti:

Cada paquete de 10 marcas cuesta \$375.000 mas IVA (Incluye la plantilla)



Ilustración 5 Clean Graffiti

Tamaño del Cartel: 121 X 177 CMS

Superficie de Impresión: 118.5X 174 CMS

Superficie visible útil: 116 X 171 CMS

Acción en Calle:

Se trata de hacer un desarrollo en la calle con personas o elementos que permitan congregarse mucho público. Se cotiza de acuerdo a las necesidades del cliente.



Ilustración 6 Acción en Calle

Estrategias de servicio

Al momento de finalizar el contrato con nuestro cliente se le dará una garantía de 2 meses después de realizado el trabajo.

No se dará una extensión de garantía puesto que esto generaría unos costos demasiados altos para nuestra empresa y al ser una nueva compañía los recursos no nos alcanzarían para este tipo de servicio posventa.

En el caso de la garantía de 2 meses, se da así por lo dicho anteriormente dado que una garantía es un costo demasiado alto para cualquier empresa.

Presupuestos

Tablas por Servicio

<u>Revisoría Fiscal</u>	Precio
<i>Empresa con + de 35 empleados</i>	450.000
<i>Empresa con + de 55 empleados</i>	525.000
<i>Empresa con + de 100 empleados</i>	750.000
<u>Asesoría Básica Contable</u>	
<i>Empresa con + de 35 empleados</i>	350.000
<i>Empresa con + de 55 empleados</i>	425.000
<i>Empresa con + de 100 empleados</i>	650.000
<u>Asesoría Tributaria</u>	
<i>Empresa con + de 35 empleados</i>	500.000
<i>Empresa con + de 55 empleados</i>	650.000
<i>Empresa con + de 100 empleados</i>	900.000

Tabla 2 Valores por Servicio

Costos de Implementación

<i><u>Elementos</u></i>	Unidades	Precio Unitario	Valor Total
<i><u>Activos</u></i>			
<i>Computadores</i>	4	1.200.000	4.800.000
<i>Escritorios</i>	4	200.000	800.000
<i>Sillas de Oficina</i>	4	95.000	380.000
<i>Teléfonos</i>	4	65.000	260.000
<i>Sofás</i>	2	1.000.000	2.000.000
<i>Mesa Centro</i>	1	100.000	100.000
<i>Archivadores</i>	8	80.000	640.000
<i><u>Total Activos</u></i>			<i><u>8.980.000</u></i>
<i><u>Gastos Legales</u></i>			
<i>Inscripción Cámara Ccio</i>	1	30.000	30.000
<i><u>Total Gastos Legales</u></i>			<i><u>30.000</u></i>

Tabla 3 Costos al Inicio de la Empresa

<u>Concepto</u>	<u>Año 1</u>	<u>Año 2</u>	<u>Año 3</u>	<u>Año 4</u>	<u>Año 5</u>
<i>Arriendo Oficina</i>	750.000	9.000.000	9.000.000	9.000.000	9.000.000
<i>Sueldos Administrativos</i>	2.500.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000
<i>Seguridad Social</i>	600.000	7.200.000	7.200.000	7.200.000	7.200.000
<i>Crédito</i>	-	7.213.994	7.213.994	7.213.994	7.213.994
<i>Agua</i>	95.000	1.142.850	1.177.136	1.212.450	1.248.823
<i>Teléfono</i>	75.000	902.850	929.936	957.834	986.569
<i>Internet</i>	95.000	1.142.850	1.177.136	1.212.450	1.248.823
<i>Luz</i>	145.000	1.742.850	1.795.136	1.848.990	1.904.459
<i>Gas Natural</i>	30.000	362.850	373.736	384.948	396.496
<i>Elementos Aseo y Cafetería</i>	350.000	4.202.850	4.328.936	4.458.804	4.592.568
<i>Papelería</i>	200.000	2.402.850	2.474.936	2.549.184	2.625.659
<i>Publicidad</i>	10.672.000	43.008.160	44.298.405	45.627.357	46.996.178
<u>Total Gastos</u>	<u>15.512.000</u>	<u>108.322.104</u>	<u>109.969.347</u>	<u>111.666.008</u>	<u>113.413.568</u>

Tabla 4 Presupuesto de Gastos por Año

Presupuesto Ingresos

<u>Revisoría Fiscal</u>	<u>Año 1</u>	<u>Año 2</u>	<u>Año 3</u>	<u>Año 4</u>	<u>Año 5</u>
<i>Empresa con + de 35 empleados</i>	-	4.200.000	4.284.000	4.369.680	4.457.074
<i>Empresa con + de 55 empleados</i>	-	8.500.000	8.670.000	8.843.400	9.020.268
<i>Empresa con + de 100 empleados</i>	-	5.200.000	5.304.000	5.410.080	5.518.282
<u>Asesoría Básica Contable</u>					
<i>Empresa con + de 35 empleados</i>	-	1.400.000	1.428.000	1.456.560	1.485.691
<i>Empresa con + de 55 empleados</i>	5.100.000	6.800.000	6.936.000	7.074.720	7.216.214
<i>Empresa con + de 100 empleados</i>	7.800.000	13.000.000	13.260.000	13.525.200	13.795.704
<u>Asesoría Tributaria</u>					
<i>Empresa con + de 35 empleados</i>	8.400.000	7.000.000	7.140.000	7.282.800	7.428.456
<i>Empresa con + de 55 empleados</i>	5.100.000	5.100.000	5.202.000	5.306.040	5.412.161
<i>Empresa con + de 100 empleados</i>	7.800.000	2.600.000	2.652.000	2.705.040	2.759.141
<u>Total Ingresos</u>	<u>34.200.000</u>	<u>53.800.000</u>	<u>54.876.000</u>	<u>55.973.520</u>	<u>57.092.990</u>

Tabla 5 Presupuesto de Ingresos Anual

Presupuesto Cartera

<u>Revisoría Fiscal</u>	<u>Año 1</u>	<u>Año 2</u>	<u>Año 3</u>	<u>Año 4</u>	<u>Año 5</u>
<i>Empresa con + de 35 empleados</i>	-	630.000	642.600	655.452	668.561
<i>Empresa con + de 55 empleados</i>	-	1.275.000	1.300.500	1.326.510	1.353.040
<i>Empresa con + de 100 empleados</i>	-	780.000	795.600	811.512	827.742
<u>Asesoría Básica Contable</u>					
<i>Empresa con + de 35 empleados</i>	-	210.000	214.200	218.484	222.854
<i>Empresa con + de 55 empleados</i>	765.000	1.020.000	1.040.400	1.061.208	1.082.432
<i>Empresa con + de 100 empleados</i>	1.170.000	1.950.000	1.989.000	2.028.780	2.069.356
<u>Asesoría Tributaria</u>					
<i>Empresa con + de 35 empleados</i>	1.260.000	1.050.000	1.071.000	1.092.420	1.114.268
<i>Empresa con + de 55 empleados</i>	765.000	765.000	780.300	795.906	811.824
<i>Empresa con + de 100 empleados</i>	1.170.000	390.000	397.800	405.756	413.871
<u>Total Cartera</u>	<u>5.130.000</u>	<u>8.070.000</u>	<u>8.231.400</u>	<u>8.396.028</u>	<u>8.563.949</u>

Tabla 6 Presupuesto de Cartera Anual.

Costos Fijos

<u>Concepto</u>	<u>Año 1</u>	<u>Año 2</u>	<u>Año 3</u>	<u>Año 4</u>	<u>Año 5</u>
<i>Arriendo Oficina</i>	750.000	9.000.000	9.000.000	9.000.000	9.000.000
<i>Sueldos Administrativos</i>	2.500.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000
<i>Seguridad Social</i>	600.000	7.200.000	7.200.000	7.200.000	7.200.000
<i>Crédito</i>	-	7.213.994	7.213.994	7.213.994	7.213.994
<u>Total Costos Fijos</u>	<u>3.850.000</u>	<u>53.413.994</u>	<u>53.413.994</u>	<u>53.413.994</u>	<u>53.413.994</u>

Tabla 7 Costos Fijos Anuales

Costos Variables

<u>Concepto</u>	<u>Año 1</u>	<u>Año 2</u>	<u>Año 3</u>	<u>Año 4</u>	<u>Año 5</u>
------------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------

<i>Agua</i>	95.000	1.142.850	1.177.136	1.212.450	1.248.823
<i>Teléfono</i>	75.000	902.850	929.936	957.834	986.569
<i>Internet</i>	95.000	1.142.850	1.177.136	1.212.450	1.248.823
<i>Luz</i>	145.000	1.742.850	1.795.136	1.848.990	1.904.459
<i>Gas Natural</i>	30.000	362.850	373.736	384.948	396.496
<i>Elementos Aseo y Cafetería</i>	350.000	4.202.850	4.328.936	4.458.804	4.592.568
<i>Papelería</i>	200.000	2.402.850	2.474.936	2.549.184	2.625.659
<i>Publicidad</i>	10.672.000	43.008.160	44.298.405	45.627.357	46.996.178
<i>Total Costos Variables</i>	<i>11.662.000</i>	<i>54.908.110</i>	<i>56.555.353</i>	<i>58.252.014</i>	<i>59.999.574</i>

Tabla 8 Costos Variables Anuales

Ventas Totales

<i>Concepto</i>	<i>Año 1</i>	<i>Año 2</i>	<i>Año 3</i>	<i>Año 4</i>	<i>Año 5</i>
<i>Revisoría Fiscal</i>	-	17.900.000	18.258.000	18.623.160	18.995.623
<i>Asesoría Básica Contable</i>	2.150.000	21.200.000	21.624.000	22.056.480	22.497.610
<i>Asesoría Tributaria</i>	3.550.000	14.700.000	14.994.000	15.293.880	15.599.758
<i>Total Ventas</i>	<i>5.700.000</i>	<i>53.800.000</i>	<i>54.876.000</i>	<i>55.973.520</i>	<i>57.092.990</i>

Tabla 9 Ventas Anuales

Punto de Equilibrio en Valor

<i>Concepto</i>	<i>Año 1</i>	<i>Año 2</i>	<i>Año 3</i>	<i>Año 4</i>	<i>Año 5</i>
------------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------

<i>Total Costos Fijos</i>	3.850.000	53.413.994	53.413.994	53.413.994	53.413.994
<i>Total Costos Variables</i>	11.662.000	54.908.110	56.555.353	58.252.014	59.999.574
<i>Total Ventas</i>	5.700.000	53.800.000	54.876.000	55.973.520	57.092.990

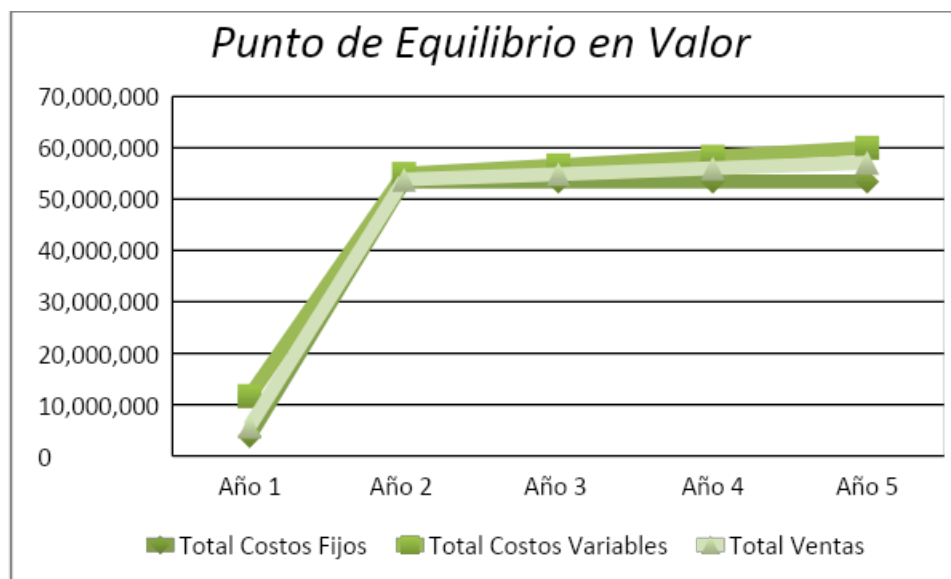
<i>Concepto</i>	<i>Año 1</i>	<i>Año 2</i>	<i>Año 3</i>	<i>Año 4</i>	<i>Año 5</i>
<i>Punto de Equilibrio en Valor</i>	\$ 7.070.667	\$ 54.040.701	\$ 54.948.449	\$ 55.879.843	\$ 56.835.520
<i>Total Punto de Equilibrio</i>	\$ 7.070.667	\$ 54.040.701	\$ 54.948.449	\$ 55.879.843	\$ 56.835.520

Tabla 10 Punto de Equilibrio Valor en Millones de peso

Al obtener el punto de equilibrio en valor, se considera la siguiente formula:¹⁰

$$\text{P.E. \$} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas Totales}}}$$

¹⁰ <http://www.gerencie.com/punto-de-equilibrio.html>



Grafica 16 Diagrama Punto de Equilibrio Valor en Pesos

Amortización Crédito

MONTO \$ 5.000.000,00 Capital
 PERIOD 60 Meses
 TASA 12% Interés
 CUOTA \$ 601.166,17 Mensual

Tabla Amortización Crédito					
n	Saldo que Viene	Cuota	Abono Capital	Interés	Saldo que Pasa
0	0	0	0	0	\$ 5.000.000,00
1	\$ 5.000.000,00	\$ 601.166,17	\$ 666,17	\$ 600.500,00	\$ 4.999.333,83
2	\$ 4.999.333,83	\$ 601.166,17	\$ 746,18	\$ 600.419,99	\$ 4.998.587,65
3	\$ 4.998.587,65	\$ 601.166,17	\$ 835,80	\$ 600.330,38	\$ 4.997.751,85
4	\$ 4.997.751,85	\$ 601.166,17	\$ 936,18	\$ 600.230,00	\$ 4.996.815,68
5	\$ 4.996.815,68	\$ 601.166,17	\$ 1.048,61	\$ 600.117,56	\$ 4.995.767,07
6	\$ 4.995.767,07	\$ 601.166,17	\$ 1.174,55	\$ 599.991,62	\$ 4.994.592,52
7	\$ 4.994.592,52	\$ 601.166,17	\$ 1.315,61	\$ 599.850,56	\$ 4.993.276,91
8	\$ 4.993.276,91	\$ 601.166,17	\$ 1.473,62	\$ 599.692,56	\$ 4.991.803,29

9	\$ 4.991.803,29	\$ 601.166,17	\$ 1.650,60	\$ 599.515,58	\$ 4.990.152,70
10	\$ 4.990.152,70	\$ 601.166,17	\$ 1.848,83	\$ 599.317,34	\$ 4.988.303,86
11	\$ 4.988.303,86	\$ 601.166,17	\$ 2.070,88	\$ 599.095,29	\$ 4.986.232,98
12	\$ 4.986.232,98	\$ 601.166,17	\$ 2.319,59	\$ 598.846,58	\$ 4.983.913,39
		\$ 7.213.994	\$ 16.086,61	\$ 7.197.907,46	
13	\$ 4.983.913,39	\$ 601.166,17	\$ 2.598,17	\$ 598.568,00	\$ 4.981.315,22
14	\$ 4.981.315,22	\$ 601.166,17	\$ 2.910,21	\$ 598.255,96	\$ 4.978.405,00
15	\$ 4.978.405,00	\$ 601.166,17	\$ 3.259,73	\$ 597.906,44	\$ 4.975.145,27
16	\$ 4.975.145,27	\$ 601.166,17	\$ 3.651,23	\$ 597.514,95	\$ 4.971.494,04
17	\$ 4.971.494,04	\$ 601.166,17	\$ 4.089,74	\$ 597.076,43	\$ 4.967.404,31
18	\$ 4.967.404,31	\$ 601.166,17	\$ 4.580,92	\$ 596.585,26	\$ 4.962.823,39
19	\$ 4.962.823,39	\$ 601.166,17	\$ 5.131,08	\$ 596.035,09	\$ 4.957.692,31
20	\$ 4.957.692,31	\$ 601.166,17	\$ 5.747,33	\$ 595.418,85	\$ 4.951.944,98
21	\$ 4.951.944,98	\$ 601.166,17	\$ 6.437,58	\$ 594.728,59	\$ 4.945.507,40
22	\$ 4.945.507,40	\$ 601.166,17	\$ 7.210,73	\$ 593.955,44	\$ 4.938.296,67
23	\$ 4.938.296,67	\$ 601.166,17	\$ 8.076,74	\$ 593.089,43	\$ 4.930.219,93
24	\$ 4.930.219,93	\$ 601.166,17	\$ 9.046,76	\$ 592.119,41	\$ 4.921.173,17
		\$ 7.213.994,07	\$ 62.740,22	\$ 7.151.253,85	
25	\$ 4.921.173,17	\$ 601.166,17	\$ 10.133,28	\$ 591.032,90	\$ 4.911.039,89
26	\$ 4.911.039,89	\$ 601.166,17	\$ 11.350,28	\$ 589.815,89	\$ 4.899.689,61
27	\$ 4.899.689,61	\$ 601.166,17	\$ 12.713,45	\$ 588.452,72	\$ 4.886.976,16
28	\$ 4.886.976,16	\$ 601.166,17	\$ 14.240,34	\$ 586.925,84	\$ 4.872.735,82
29	\$ 4.872.735,82	\$ 601.166,17	\$ 15.950,60	\$ 585.215,57	\$ 4.856.785,22
30	\$ 4.856.785,22	\$ 601.166,17	\$ 17.866,27	\$ 583.299,91	\$ 4.838.918,96
31	\$ 4.838.918,96	\$ 601.166,17	\$ 20.012,01	\$ 581.154,17	\$ 4.818.906,95
32	\$ 4.818.906,95	\$ 601.166,17	\$ 22.415,45	\$ 578.750,72	\$ 4.796.491,50
33	\$ 4.796.491,50	\$ 601.166,17	\$ 25.107,54	\$ 576.058,63	\$ 4.771.383,96
34	\$ 4.771.383,96	\$ 601.166,17	\$ 28.122,96	\$ 573.043,21	\$ 4.743.261,00
35	\$ 4.743.261,00	\$ 601.166,17	\$ 31.500,53	\$ 569.665,65	\$ 4.711.760,48
36	\$ 4.711.760,48	\$ 601.166,17	\$ 35.283,74	\$ 565.882,43	\$ 4.676.476,74
		\$ 7.213.994,07	\$ 244.696,43	\$ 6.969.297,64	
37	\$ 4.676.476,74	\$ 601.166,17	\$ 39.521,32	\$ 561.644,86	\$ 4.636.955,42
38	\$ 4.636.955,42	\$ 601.166,17	\$ 44.267,83	\$ 556.898,35	\$ 4.592.687,59
39	\$ 4.592.687,59	\$ 601.166,17	\$ 49.584,39	\$ 551.581,78	\$ 4.543.103,20
40	\$ 4.543.103,20	\$ 601.166,17	\$ 55.539,48	\$ 545.626,69	\$ 4.487.563,72
41	\$ 4.487.563,72	\$ 601.166,17	\$ 62.209,77	\$ 538.956,40	\$ 4.425.353,95
42	\$ 4.425.353,95	\$ 601.166,17	\$ 69.681,16	\$ 531.485,01	\$ 4.355.672,79
43	\$ 4.355.672,79	\$ 601.166,17	\$ 78.049,87	\$ 523.116,30	\$ 4.277.622,92
44	\$ 4.277.622,92	\$ 601.166,17	\$ 87.423,66	\$ 513.742,51	\$ 4.190.199,26

45	\$ 4.190.199,26	\$ 601.166,17	\$ 97.923,24	\$ 503.242,93	\$ 4.092.276,02
46	\$ 4.092.276,02	\$ 601.166,17	\$ 109.683,82	\$ 491.482,35	\$ 3.982.592,20
47	\$ 3.982.592,20	\$ 601.166,17	\$ 122.856,85	\$ 478.309,32	\$ 3.859.735,35
48	\$ 3.859.735,35	\$ 601.166,17	\$ 137.611,96	\$ 463.554,22	\$ 3.722.123,39
		\$ 7.213.994,07	\$ 954.353,34	\$ 6.259.640,73	
49	\$ 3.722.123,39	\$ 601.166,17	\$ 154.139,15	\$ 447.027,02	\$ 3.567.984,24
50	\$ 3.567.984,24	\$ 601.166,17	\$ 172.651,27	\$ 428.514,91	\$ 3.395.332,97
51	\$ 3.395.332,97	\$ 601.166,17	\$ 193.386,68	\$ 407.779,49	\$ 3.201.946,29
52	\$ 3.201.946,29	\$ 601.166,17	\$ 216.612,42	\$ 384.553,75	\$ 2.985.333,87
53	\$ 2.985.333,87	\$ 601.166,17	\$ 242.627,57	\$ 358.538,60	\$ 2.742.706,30
54	\$ 2.742.706,30	\$ 601.166,17	\$ 271.767,15	\$ 329.399,03	\$ 2.470.939,15
55	\$ 2.470.939,15	\$ 601.166,17	\$ 304.406,38	\$ 296.759,79	\$ 2.166.532,77
56	\$ 2.166.532,77	\$ 601.166,17	\$ 340.965,59	\$ 260.200,59	\$ 1.825.567,18
57	\$ 1.825.567,18	\$ 601.166,17	\$ 381.915,55	\$ 219.250,62	\$ 1.443.651,63
58	\$ 1.443.651,63	\$ 601.166,17	\$ 427.783,61	\$ 173.382,56	\$ 1.015.868,01
59	\$ 1.015.868,01	\$ 601.166,17	\$ 479.160,42	\$ 122.005,75	\$ 536.707,59
60	\$ 536.707,59	\$ 601.166,17	\$ 536.707,59	\$ 64.458,58	(\$ 0,00)

Tabla 11 Tabla de Amortización Crédito