



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL ADMINISTRACIÓN

CONSULTORÍA TRIBUTARIA

**PRESENTADO POR
ALEXANDER MENDOZA ROJAS**

PLAN DE NEGOCIOS

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN**

LIMA – PERÚ

2018



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

La autora sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN**

PLAN DE NEGOCIOS

CONSULTORIA TRIBUTARIA

**PARA OPTAR
EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**PRESENTADO POR
ALEXANDER MENDOZA ROJAS**

LIMA-PERÚ

2013

ÍNDICE

	Pág.
INTRODUCCIÓN	5
RESUMEN EJECUTIVO	6
CAPÍTULO I	
ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES	
1.1. Nombre o razón social	8
1.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)	9
1.3. Ubicación y Factibilidad Municipal	9
1.4. Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa característicos	10
1.5. Misión, Visión, Valores, Objetivos y Principio de la Empresa	12
1.6. Cultura Organizacional, políticas	12
1.7. Estructura Orgánica	13
1.8. Cuadro de asignación de personal	15
1.9. Forma Jurídica Empresarial	15
1.10. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI	25
1.11. Requisitos y Trámites Municipales	28
1.12. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades	30
1.13. Registro de Planillas Electrónica (PLAME)	31
1.14. Régimen Laboral Especial y General Laboral	32
1.15. Modalidades de Contratos Laborales	36
1.16. Contratos Comerciales y Responsabilidad Civil de los Accionistas	37
CAPÍTULO II	
ESTUDIO DE MERCADO	
2.1. Descripción del Entorno del Mercado	39
2.2. Ámbito de acción del negocio	49
2.3. Descripción del bien o del servicio	50
2.4. Estudio de la demanda	53
2.5. Estudio de la oferta	65
2.6. Determinación de la demanda insatisfecha	72
2.7. Proyecciones y provisiones para comercializar	73
2.8. Descripción de la política comercial	76
2.9. Cuadro de la demanda proyectada para el negocio	79

CAPÍTULO III

ESTUDIO TECNICO

3.1.	Tamaño del negocio, Factores determinantes	81
3.2.	Proceso y Tecnología	81
3.2.1.	Descripción y diagrama de los procesos	82
3.2.2.	Cuadro de requerimientos de bienes de capital, personal e Insumos	83
3.2.3.	Infraestructura y características físicas	83
3.3.	Localización del negocio, Factores determinantes	84

CAPÍTULO IV

ESTUDIO DE LA INVERSION Y FINANCIAMIENTO

4.1.	Inversión Fija	
4.1.1.	Inversión Tangible	85
4.1.2.	Inversión Intangible	85
4.2.	Capital de Trabajo	85
4.3.	Inversión Total	86
4.4.	Estructura de la inversión y financiamiento	87
4.5.	Fuentes Financieras	87
4.6.	Condiciones de crédito	87

CAPÍTULO V

ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS

5.1.	Presupuesto de los costos	89
5.2.	Punto de equilibrio	91
5.3.	Estado de ganancias y perdidas	91
5.4.	Presupuesto de ingresos	92
5.5.	Presupuesto de egresos	92
5.6.	Flujo de Caja proyectado	93
5.7.	Balance General	94

CAPÍTULO VI

EVALUACION

6.1.	Evaluación Económica, Parámetros de Medición	95
6.2.	Evaluación Financiera, Parámetros de Medición	95
6.3.	Evaluación Social	96
6.4.	Impacto Ambiental	96

CAPÍTULO VII
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1.	Conclusiones	97
7.2.	Recomendaciones	99

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, las PYME representan un estrato muy importante en la estructura productiva del país, tanto por la cantidad de establecimientos como por la generación de empleo, habiéndose desarrollado en los últimos años una presencia mayoritaria, constituyéndose en algunas zonas del interior del país como la única forma de organización empresarial existente sobre la cual gira la actividad económica.

Por otra parte, las PYME se enfrentan a un mundo cada vez más competitivo, producto de la globalización, la conformación de bloques económicos, el desarrollo tecnológico, entre otros. En este contexto sobrevivir, lograr posicionarse en el mercado, obtener una ventaja diferenciada permanente, es una tarea difícil para una empresa que recién se inicia, apreciándose una demanda de apoyo de empresas consultoras especializadas en las vicisitudes de las PYME, que les ayuden a afrontar dicha situación.

En ese sentido, se observa que uno de los principales problemas que afrontan las PYME es el desconocimiento de las normas tributarias, así como de herramientas que coadyuven a una mejor gestión empresarial, hecho que incide de manera determinante en el rendimiento económico de cualquier empresa.

RESUMEN EJECUTIVO

Guía Pyme S.A.C., es una empresa dedicada a brindar servicios de consultoría en materia tributaria, habiendo seleccionado como mercado objetivo las PYME peruanas.

En la actualidad, las PYME representan un estrato muy importante en la estructura productiva del país, tanto por la cantidad de establecimientos como por la generación de empleo, habiéndose desarrollado en los últimos años una presencia mayoritaria, constituyéndose en algunas zonas del interior del país como la única forma de organización empresarial existente sobre la cual gira la actividad económica.

Por otra parte, las PYME se enfrentan a un mundo cada vez más competitivo, producto de la globalización, la conformación de bloques económicos, el desarrollo tecnológico, entre otros. En este contexto sobrevivir, lograr posicionarse en el mercado, obtener una ventaja diferenciada permanente, es una tarea difícil para una empresa que recién se inicia, apreciándose una demanda de apoyo de empresas consultoras especializadas en las vicisitudes de las PYME, que les ayuden a afrontar dicha situación.

En ese sentido, se observa que uno de los principales problemas que afrontan las PYME es el desconocimiento de las normas tributarias, así como de herramientas que coadyuven a una mejor gestión empresarial, hecho que incide de manera determinante en el rendimiento económico de cualquier empresa.

Tomando en cuenta esta problemática, nace el presente proyecto, el cual plantea que es factible invertir en una empresa que ofrece el servicio de consultoría tributaria y de gestión empresarial, teniendo en consideración que hay una tendencia creciente de la demanda de estos servicios en el mercado nacional, para tal fin en el capítulo denominado “Estudio de mercado” se explica cual es la tendencia de este tipo de consultorías. Posteriormente se

analiza la oferta y la demanda de estos servicios, se evalúa el entorno y se determina el mercado objetivo, habiéndose establecido que los clientes en los cuales se centra la atención son las PYME.

Finalmente, luego de identificar nuestro mercado objetivo, se estructura la situación financiera de la empresa de Consultoría “Guía Pyme”, donde veremos la proyección de sus resultados financieros, llegando a apreciar la factibilidad de la empresa consultora en un periodo de tiempo de 1 años.

Asimismo, apreciaremos una estructura de costos basado en el personal, el capital humano necesario para que este tipo de empresa pueda tener éxito en el mercado, basado principalmente en la calidad del servicio y el prestigio de los integrantes de la empresa consultora.

CAPÍTULO I

ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

1.1. Nombre o razón social

Definición:

La razón social es el nombre de la persona jurídica cuando se crea una empresa, ese nombre se registra en registros públicos, y posteriormente, a la SUNAT donde te dan el RUC y nadie más puede tener ese nombre. La razón social obligatoriamente tiene que ir en tus boletas, facturas, guías de remisión, etc.

El nombre o razón social de nuestra empresa es **GUIA PYME**, El cual representa el sentir de la empresa, es decir ser un guía e impulsar el crecimiento empresarial de nuestros clientes, brindándoles herramientas de gestión empresarial y asesoramiento fiscal para que puedan afrontar a un mundo cada vez más competitivo, producto de la globalización, la conformación de bloques económicos, el desarrollo tecnológico, entre otros. En este contexto sobrevivir, lograr posicionarse en el mercado, obtener una ventaja diferenciada permanente, es una tarea difícil para una empresa que recién se inicia, apreciándose una demanda de apoyo de empresas consultoras especializadas en las vicisitudes de las PYME, que les ayuden a afrontar dicha situación.

Procedimiento para formalizar el nombre:

El proceso es el siguiente:

- Búsqueda del nombre en SUNARP. (Costo S/.4.00)
- Reserva de nombre. (Costo S/.18.00)
- Elaborar minuta. (Costo aprox. Entre S/.200.00 y S/.300.00)
- Presentar ante el notario para elevar a Escritura Pública. (Costo aprox. S/.150.00).
- Elevar Escritura Pública en la SUNARP (Costo aprox. S/.90.00).

1.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)

Definición:

La Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades económicas (CIIU) es la clasificación internacional de referencia de las actividades productivas. Su propósito principal es ofrecer un conjunto de categorías de actividades que se pueda utilizar para la reunión y difusión de datos estadísticos de acuerdo con esas actividades.

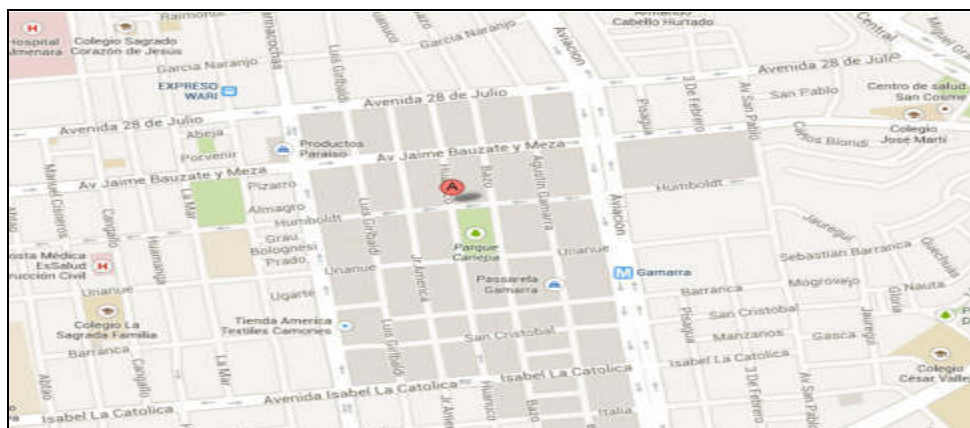
El CIIU 7414 – Revisión III - Actividades de asesoramiento empresarial y en materia de gestión

1.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

Para este punto debemos manifestar que toda empresa formal tiene un domicilio fiscal el cual permite que los clientes puedan ubicar fácilmente a la empresa y adquirir nuestros productos, además al ser una empresa constituida tiene un respaldo y credibilidad, según la factibilidad de parámetros establecidos por la municipalidad y con los permisos correspondientes para el desarrollo de nuestras actividades.

Por lo anteriormente descrito nuestra empresa se establecerá en la ciudad de Lima, en un local de 80 m² que se encuentra ubicado Av. Prolongación Huánuco n° 1826, tienda 207 de galería Unicachi a media cuadra del parque Canepa.

CUADRO N° 01: PLANO DE LOCALIZACIÓN



Esta es la ubicación de mi negocio debido que está en el corazón de Gamarra, lugar de mayor concentración de MYPE en lima.

Guía PYME tienen como target las pequeñas y medianas empresas de Gamarra lo cual es la razón fundamental de ubicarnos en el corazón de este emporio comercial.

Base Legal:

- Ley N° 28976 – Ley Marco de Licencia de Funcionamiento.
- Ordenanza N° 235-MDJM – Ordenanza que regula el otorgamiento de Licencia de Funcionamiento.
- Ordenanza N° 1017 – MML – Que aprueba el reajuste integral de la zonificación de los usos de suelo de los distritos de La victoria, Breña, San Luis que forman parte del área de tratamiento normativo II de Lima Metropolitana.
- TUPA Municipalidad de Jesús María.

1.4. Ley de MYPES, Micro y Pequeña Empresa característicos

DEFINICIÓN

La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Cuando en esta Ley se hace mención a la sigla MYPE, se está refiriendo a las Micro y Pequeñas empresas.

CARACTERÍSTICAS

Las MYPE deben reunir las siguientes características concurrentes:

Microempresa:

De uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive y ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

Pequeña Empresa:

De uno (1) hasta cien (100) trabajadores inclusive y ventas anuales hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

Ventajas:

- Las MYPE se constituyen como personas jurídicas mediante escritura pública sin exigir la presentación de la minuta.
- Reducción de costos registrales y notariales.
- Las municipalidades en un plazo máximo de 7 días le otorgan la licencia de funcionamiento provisional previa conformidad de la zonificación y compatibilidad de uso correspondiente.
- La licencia provisional tiene duración de 12 meses

Política Estatal

El Estado promueve un entorno favorable para la creación, formalización, desarrollo y competitividad de las MYPE y el apoyo a los nuevos emprendimientos, a través de los Gobiernos Nacionales, Regionales y Locales y establece un marco legal e incentiva la inversión privada, generando o promoviendo una oferta de servicios empresariales destinados a mejorarlos niveles de organización, administración, tecnificación y articulación productiva y comercial de las MYPE, estableciendo políticas que permitan la organización y asociación empresarial para el crecimiento económico con empleo sostenido.

Órgano Rector

El Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo definen las políticas nacionales de promoción de las MYPE y coordina con las entidades del sector público y privado la coherencia y complementariedad de las políticas sectoriales.

Una vez de haber hecho análisis de las dos posibles opciones (Micro y Pequeña empresa) tanto legal como de formación y cantidad de trabajadores Guía PYME se inclina por Micro empresa debido a las facilidades (ley PYME) que brinda el estado para hacer empresa, a que se puede acceder a los beneficios del régimen laboral especial, así como a todos los beneficios con los que cuentan las micro empresas

1.5 Misión, Visión, Valores, Objetivos y Principio de la Empresa

Misión: Conducir a nuestros clientes hacia un camino de éxito, productividad y competitividad empresarial apoyados en un modelo de consultoría integral, dinámico, versátil y flexible hecho exclusivamente a la medida de sus necesidades

Visión: Ser reconocidos como un proveedor de servicios de consultoría empresarial e integral destacándose por la calidad del servicio, la efectividad de sus soluciones, la mística y filosofía de trabajo

Valores: Excelencia, Integridad, Confiabilidad, Confidencialidad y Compromiso con sus clientes.

Objetivos: El objetivo prioritario de GUIA PYME es impulsar el crecimiento empresarial de nuestros clientes, brindándoles herramientas de gestión empresarial y asesoramiento fiscal.

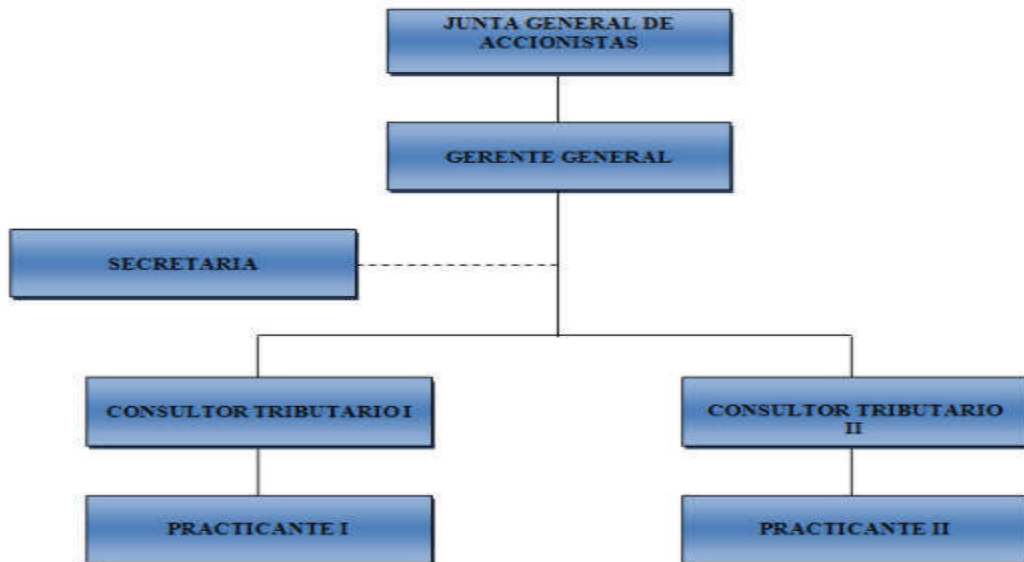
Cultura de Servicio: Promover una actitud de servicio como la base de las relaciones con nuestros clientes, brindando un servicio con calidad, amabilidad y responsabilidad.

Mejoramiento continuo: Generar una cultura de perfeccionamiento en todos los procesos de nuestra organización, prestando de manera eficiente nuestros servicios, siempre dispuestos al cambio y abiertos a nuevas tecnologías.

Trabajo en equipo: Lograr la cohesión, integración, comunicación y compromiso al interior de nuestra organización, que se refleje en la prestación de servicios de calidad, contribuyendo al cumplimiento de los objetivos compartidos.

1.7. Estructura Orgánica

GUIA PYME S.A.C (SIN DIRECTORIO)



JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

Funciones

- Aumentar o reducir el capital social.
- Emitir obligaciones.
- Disponer investigaciones y auditorías especiales.

GERENTE GENERAL

Funciones

- Celebrar y ejecutar los actos y contratos ordinarios correspondientes al objeto social.
- Expedir constancias y certificaciones respecto del contenido de los libros y registros de la sociedad.
- Administración, direccionamiento, consecución directa de clientes.
- Ejecutar las estrategias definidas por la Junta general de Accionistas.
- Cumplimiento de los objetivos de la empresa.

CONSULTOR TRIBUTARIO (I y II)

Funciones

- Elaboración de las estrategias tributarias del cliente.
- Asesorar el tratamiento fiscal de las transacciones comerciales.
- Apoyo al cliente en la fiscalización tributaria y elaboración de recursos impugnativos.
- Evitar o minimizar las contingencias tributarias.

SECRETARIA

Funciones

- Tener conocimientos de contabilidad e informática.

- Recibir documentos, atender llamadas telefónicas, atender visitas.
- Archivar documentos, realizar cálculos elementales.
- Estar al pendiente de la tramitación de expedientes e informar todo lo relativo a la empresa.
- Tener actualizada la agenda, tanto telefónica como de direcciones, y de reuniones.

PRACTICANTE

Funciones

- Análisis de la normativa tributaria para consultas e informes tributarios.
- Apoyo en el armado de documentos de sustentos en procedimientos de fiscalización
- Búsqueda de normas y búsqueda de jurisprudencias
- Elaboración de informes tributarios.
- Apoyo en la revisión de las declaraciones juradas del impuesto a la renta.
- Actualización de base de datos de normas tributarias.

1.8. Cuadro de Asignación de Personal – Micro Empresa.

Cargo	Q	REMUNERACION			Vacaciones	ESSALUD	TOTAL
		Persona	Mensual	Anual 12 sueldos	1/2 Sueldo	9%	ANUAL
Gerente General/ Consultor	1	3,800.00	3,800.00	45,600.00	1,900.00	4,104.00	51,604.00
Consultor	2	3,000.00	6,000.00	72,000.00	3,000.00	6,480.00	81,480.00
Secretaria	1	930.00	930.00	11,160.00	465.00	1,004.40	12,629.40
Practicante	2	750.00	1,500.00	18,000.00	750.00	1,620.00	20,370.00
TOTAL MENSUAL	5	-	12,230.00	146,760.00	6,115.00	13,208.40	166,083.40

Fuente: Elaboración Propia

1.9. Forma Jurídica Empresarial

Es una organización que puede fundar una persona natural; varias personas naturales o varias personas jurídicas.

La persona jurídica, a diferencia de la persona natural no tiene existencia física y debe ser representada por una o más personas naturales.

Entre las modalidades empresariales tenemos:

Empresa Individual de Responsabilidad Limitada E.I.R.L.

Características

- Es una persona jurídica de derecho privado.
- Constituida por la voluntad de una sola persona (voluntad unipersonal).
- El Capital de la empresa deberá estar íntegramente suscrito y pagado al momento de constituirse la empresa.
- La empresa tiene patrimonio propio (conjunto de bienes a su nombre), que es distinto al patrimonio del titular o dueño.
- La responsabilidad de la empresa está limitada a su patrimonio. El titular del negocio no responde personalmente por las obligaciones de la empresa.
- El titular será solidariamente responsable con el gerente de los actos infractores de la Ley practicados por su gerente. Siempre que consten en el Libro de Actas y no hayan sido anulados.
- En los demás casos la responsabilidad del Titular y del Gerente será personal.
- Las acciones legales contra las infracciones del Gerente, prescriben a los dos años, a partir de la comisión del acto que les dio lugar.

- Se constituye para el desarrollo exclusivo de actividades económicas de pequeña empresa.

Sociedad Anónima Cerrada S.A.C.

Características

- El número de accionistas no puede ser menor de dos y como máximo tendrá 20 accionistas.
- Se impone el derecho de adquisición preferente por los Socios, salvo que el estatuto disponga lo contrario.
- Se constituye por los fundadores al momento de otorgarse la escritura pública que contiene el pacto social y el estatuto, en cuyo caso suscriben íntegramente las acciones.
- El Capital Social está representado por acciones nominativas y se conforma con los aportes (en bienes y/o en efectivo) de los socios, quienes no responden personalmente por las deudas sociales.
- Es una persona jurídica de Responsabilidad Limitada.
- No puede inscribir sus acciones en el Registro Público del Mercado de Valores.
- Surge como reemplazo de la Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada – S.R.L.
- Es la alternativa ideal para empresas familiares.

La Empresa se constituirá como GUIA PYME S.A.C. sin Directorio.

GUIA PYME S.A.C SIN DIRECTORIO EN EFECTIVO

SEÑOR NOTARIO

SÍRVASE EXTENDER EN SU REGISTRO DE ESCRITURAS PÚBLICAS UNA CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA, SIN MINUTA, DE CONFORMIDAD CON EL ARTICULO 58 LITERAL I) DEL D. LEG. N° 1049, DECRETO LEGISLATIVO DEL NOTARIADO, CONCORDADO CON EL DECRETO SUPREMO N° 007-2008-TR – TUO DE LA LEY DE PROMOCIÓN DE LA COMPETITIVIDAD, FORMALIZACIÓN Y DESARROLLO DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA Y DEL ACCESO AL EMPLEO DECENTE, LEY MYPE, QUE OTORGAN: **ALEXANDER MENDOZA ROJAS DE NACIONALIDAD PERUANA, PROFESION ADMINISTRADOR DE EMPRESAS CON DNI 41758474, ESTADO CIVIL SOLTERO; ALEJANDRO CAMARENA CARLO DE NACIONALIDAD PERUANA, PROFESION ABOGADO CON DNI 41742843, ESTADO CIVIL SOLTERO, SEÑALANDO DOMICILIO COMUN PARA EFECTOS DE ESTE INSTRUMENTO EN: AV. GARCILAZO DE LA VEGA 201, DISTRITO DE SANTIAGO DE SURCO, PROVINCIA DE LIMA Y DEPARTAMENTO DE LIMA.**

EN LOS TERMINOS SIGUIENTES:

PRIMERO.- POR EL PRESENTE PACTO SOCIAL, LOS OTORGANTES MANIFIESTAN SU LIBRE VOLUNTAD DE CONSTITUIR UNA SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA, BAJO LA DENOMINACIÓN DE “GUIA PYME SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA”; SE OBLIGAN A EFECTUAR LOS APORTES PARA LA FORMACIÓN DEL CAPITAL SOCIAL Y A FORMULAR EL CORRESPONDIENTE ESTATUTO.

SEGUNDO.- EL MONTO DEL CAPITAL DE LA SOCIEDAD ES DE S/. 10,000.00 (DIEZ MIL Y 00/100 NUEVOS SOLES)

REPRESENTADO POR 10,000 ACCIONES NOMINATIVAS DE UN VALOR NOMINAL DE S/ 1.00 CADA UNA, SUSCRITAS Y PAGADAS DE LA SIGUIENTE MANERA:

1. ALEXANDER MENDOZA ROJOS, SUSCRIBE 5,000 ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA S/. 5,000.00 MEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS.
2. ALEJANDRO CAMARENA CARLO, SUSCRIBE 5,000 ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA S/. 5,000.00 MEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS.

EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO

TERCERO.- LA SOCIEDAD SE REGIRÁ POR EL **ESTATUTO** SIGUIENTE Y EN TODO LO NO PREVISTO POR ESTE, SE ESTARÁ A LO DISPUESTO POR LA LEY GENERAL DE SOCIEDADES – LEY 26887 – QUE EN ADELANTE SE LE DENOMINARA LA “LEY”.

ESTATUTO

ARTÍCULO 1.- DENOMINACIÓN-DURACIÓN-DOMICILIO: LA SOCIEDAD SE DENOMINA: “GUIA PYME SOCIEDAD ANONÍMA CERRADA”.

TIENE UNA DURACIÓN INDETERMINADA, INICIA SUS OPERACIONES EN LA FECHA DE ESTE PACTO Y ADQUIERE PERSONALIDAD JURÍDICA DESDE SU INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS DE LIMA, SU DOMICILIO ES LA PROVINCIA DE LIMA, DEPARTAMENTO DE LIMA PUDIENDO ESTABLECER SUCURSALES U OFICINAS EN CUALQUIER LUGAR DEL PAIS O EN EL EXTRANJERO.

ARTÍCULO 2.- OBJETO SOCIAL: LA SOCIEDAD TIENE POR OBJETO DEDICARSE A: BRINDAR SERVICIO DE CONSULTORIA TRIBUTARIA.

SE ENTIENDEN INCLUIDOS EN EL OBJETO SOCIAL LOS ACTOS RELACIONADOS CON EL MISMO QUE COADYUVEN A LA REALIZACIÓN DE SUS FINES. PARA CUMPLIR DICHO OBJETO, PODRA REALIZAR TODOS AQUELLOS ACTOS Y CONTRATOS QUE SEAN LÍCITOS, SIN RESTRICCIÓN ALGUNA.

ARTÍCULO 3.- CAPITAL SOCIAL: EL MONTO DEL CAPITAL DE LA SOCIEDAD ES DE 10,000.00 (DIEZ MIL Y 00/100 NUEVOS SOLES) REPRESENTADO POR 10,000 ACCIONES NOMINATIVAS DE UN VALOR NOMINAL DE S/.1.00 CADA UNA.

EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO.

ARTÍCULO 4.- TRANSFERENCIA Y ADQUISICIÓN DE ACCIONES: LOS OTORGANTES ACUERDAN SUPRIMIR EL DERECHO DE PREFERENCIA PARA LA ADQUISICIÓN DE ACCIONES, CONFORME A LO PREVISTO EN EL ÚLTIMO PARRAFO DEL ARTICULO 237° DE LA "LEY".

ARTÍCULO 5.- ORGANOS DE LA SOCIEDAD: LA SOCIEDAD QUE SE CONSTITUYE TIENE LOS SIGUIENTES ÓRGANOS: LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS; Y LA GERENCIA.
LA SOCIEDAD NO TENDRÁ DIRECTORIO.

ARTICULO 6.- JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS: LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS ES EL ÓRGANO SUPREMO DE LA SOCIEDAD. LOS ACCIONISTAS CONSTITUIDOS EN JUNTA GENERAL DEBIDAMENTE CONVOCADA, Y CON EL QUORUM CORRESPONDIENTE, DECIDEN POR LA MAYORIA QUE ESTABLECE LA "LEY" LOS ASUNTOS PROPIOS DE SU

COMPETENCIA. TODOS LOS ACCIONISTAS INCLUSO LOS DISIDENTES Y LOS QUE NO HUBIERAN PARTICIPADO EN LA REUNIÓN, ESTÁN SOMETIDOS A LOS ACUERDOS ADOPTADOS POR LA JUNTA GENERAL.

LA CONVOCATORIA A JUNTA DE ACCIONISTAS SE SUJETA A LO DISPUESTO EN EL ART. 245° DE LA "LEY".

EL ACCIONISTA PODRA HACERSE REPRESENTAR EN LAS REUNIONES DE JUNTA GENERAL POR MEDIO DE OTRO ACCIONISTA, SU CÓNYUGE, O ASCENDIENTE O DESCENDIENTE EN PRIMER GRADO, PUDIENDO EXTENDERSE LA REPRESENTACIÓN A OTRAS PERSONAS.

ARTÍCULO 7.- JUNTAS NO PRESENCIALES: LA CELEBRACIÓN DE JUNTAS NO PRESENCIALES SE SUJETA A LO DISPUESTO POR EL ARTICULO 246° DE LA "LEY".

ARTÍCULO 8.- LA GERENCIA: NO HABIENDO DIRECTORIO, TODAS LAS FUNCIONES ESTABLECIDAS EN LA "LEY" PARA ESTE ÓRGANO SOCIETARIO SERAN EJERCIDAS POR EL GERENTE GENERAL.

LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS PUEDE DESIGNAR UNO O MÁS GERENTES SUS FACULTADES REMOCIÓN Y RESPONSABILIDADES SE SUJETAN A LO DISPUESTO POR LOS ARTICULOS 185° AL 197 DE LA "LEY".

EL GERENTE GENERAL ESTÁ FACULTADO PARA LA EJECUCIÓN DE TODO ACTO Y/O CONTRATO

CORRESPONDIENTES AL OBJETO DE LA SOCIEDAD, PUDIENDO ASIMISMO, REALIZAR LOS SIGUIENTES ACTOS:

- A. DIRIGIR LAS OPERACIONES COMERCIALES Y ADMINISTRATIVAS.
- B. REPRESENTAR A LA SOCIEDAD ANTE TODA CLASE DE AUTORIDADES. EN LO JUDICIAL GOZARÁ DE LAS FACULTADES SEÑALADAS EN LOS ARTICULOS 74, 75, 77 Y 436 DEL CODIGO PROCESAL CIVIL, ASI COMO LA FACULTAD DE REPRESENTACIÓN PREVISTA EN EL ARTÍCULO 10 DE LA LEY 26636 Y DEMAS NORMAS CONEXAS Y COMPLEMENTARIA; TENIENDO EN TODOS LOS CASOS FACULTAD DE DELEGACIÓN O SUSTITUCIÓN. ADEMÁS, PODRA CELEBRAR CONCILIACIÓN EXTRAJUDICIAL, PUDIENDO SUSCRIBIR EL ACTA CONCILIATORIA, GOZANDO DE LAS FACULTADES SENALADAS EN LAS DISPOSICIONES LEGALES QUE LO REGULAN. ADEMAS PODRA CONSTITUIR Y REPRESENTAR A LAS ASOCIACIONES QUE CREA CONVENIENTE Y DEMÁS NORMAS CONEXAS Y COMPLEMENTARIAS.
- C. ABRIR, TRANSFERIR, CERRAR Y ENCARGARSE DEL MOVIMIENTO DE TODO TIPO DE CUENTA BANCARIA; GIRAR, COBRAR, RENOVAR, ENDOSAR, DESCONTAR Y PROTESTAR, ACEPTAR Y REACEPTAR CHEQUES, LETRAS DE CAMBIO, PAGARES, CONOCIMIENTO DE EMBARQUE, CARTA DE PORTE, POLIZAS, CARTAS FIANZAS Y CUALQUIER CLASE DE TITULOS VALORES, DOCUMENTOS MERCANTILES Y CIVILES; OTORGAR RECIBOS CANCELACIONES, SOBREGIRARSE EN CUENTA CORRIENTE CON GARANTIA O SIN ELLA, SOLICITAR TODA CLASE DE PRÉSTAMOS CON GARANTIA HIPOTECARIA,
- D. ADQUIRIR Y TRANSFERIR BAJO CUALQUIER TITULO; COMPRAR, VENDER, ARRENDAR, DONAR, DAR EN COMODATO, ADJUDICAR Y GRAVAR LOS BIENES DE LA

SOCIEDAD SEAN MUEBLES O INMUEBLES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS YA SEAN PRIVADOS O PÚBLICOS. EN GENERAL PODRA CONSTITUIR GARANTIA HIPOTECARIA, MOBILIARIA Y DE CUALQUIER FORMA. PODRÁ CELEBRAR TODA CLASE DE CONTRATOS NOMINADOS E INNOMINADOS, INCLUSIVE LOS DE LEASING O ARRENDAMIENTO FINANCIERO, LEASE BACK, FACTORY Y/O UNDERWRITING, CONSORCIO, ASOCIACIÓN EN PARTICIPACIÓN Y CUALQUIER OTRO CONTRATO DE COLABORACIÓN EMPRESARIAL, VINCULADOS CON EL OBJETO SOCIAL. ADEMÁS PODRA SOMETER LAS CONTROVERSIAS A ARBITRAJE Y SUSCRIBIR LOS RESPECTIVOS CONVENIOS ARBITRALES.

E. SOLICITAR, ADQUIRIR, TRANSFERIR REGISTROS DE PATENTE, MARCAS, NOMBRES COMERCIALES CONFORME A LEY, SUSCRIBIENDO CUALQUIER CLASE DE DOCUMENTOS VINCULADOS A LA PROPIEDAD INDUSTRIAL O INTELECTUAL.

F. PARTICIPAR EN LICITACIONES, CONCURSOS PÚBLICOS Y/O ADJUDICACIONES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS, QUE CONLLEVE A LA REALIZACIÓN DEL OBJETO SOCIAL.

EL GERENTE GENERAL PODRÁ REALIZAR TODOS LOS ACTOS NECESARIOS PARA LA ADMINISTRACIÓN DE LA SOCIEDAD, SALVO LAS FACULTADES RESERVADAS A LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS.

ARTÍCULO 9.- MODIFICACIÓN DEL ESTATUTO, AUMENTO Y REDUCCIÓN DEL CAPITAL: LA MODIFICACIÓN DEL PACTO SOCIAL, SE RIGE POR LOS ARTÍCULOS 198 Y 199 DE LA “LEY”,

ASÍ COMO EL AUMENTO Y REDUCCIÓN DEL CAPITAL SOCIAL, SE SUJETA A LO DISPUESTO POR LOS ARTICULOS 201 AL 206 Y 215 AL 220, RESPECTIVAMENTE DE LA “LEY”.

ARTÍCULO 10.- ESTADOS FINANCIEROS Y APLICACIÓN DE UTILIDADES: SE RIGE POR LO DISPUESTO EN LOS ARTÍCULOS 40, 221 AL 233 DE LA “LEY”.

ARTÍCULO 11.- DISOLUCIÓN, LIQUIDACIÓN Y EXTINCIÓN: EN CUANTO A LA DISOLUCIÓN, LIQUIDACIÓN Y EXTINCIÓN DE LA SOCIEDAD, SE SUJETA A LO DISPUESTO POR LOS ARTÍCULOS 407, 409, 410, 412, 413 A 422 DE LA “LEY”.

CUARTO.- QUEDA DESIGNADO COMO GERENTE GENERAL: ALEJANDRO AMARENA CARLO CON DNI **41742843**, CON DOMICILIO EN: AV. GARCILAZO DE LA VEGA 201, DISTRITO DE SANTIAGO DE SURCO, PROVINCIA DE LIMA, DEPARTAMENTO DE LIMA.

CLAUSULA ADICIONAL I.- SE DESIGNA COMO SUB-GERENTE DE LA SOCIEDAD A LISSETH CORREA ORTEGA CON DNI 41743844, CON DOMICILIO EN: CALLE GRITO DE HUAURA 185, DISTRITO DE SAN MIGUEL, PROVINCIA DE LIMA, DEPARTAMENTO DE LIMA, QUIEN TENDRA LAS SIGUIENTES FACULTADES:

- REEMPLAZAR AL GERENTE EN CASO DE AUSENCIA.
- INTERVENIR EN FORMA INDIVIDUAL O CONJUNTA CON EL GERENTE GENERAL, EN LOS CASOS PREVISTOS EN LOS INCISOS C, D, E Y F DEL ARTICULO 8 DEL ESTATUTO.

LIMA, 24 DE AGOSTO DEL 2013

1.10. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI

Nombre Comercial: Guía Pyme

Lema Comercial: Tú (guía/socio/opción) en negocios

Proceso Anterior Al Registro De Marca

El proceso anterior al registro de una marca consta de las siguientes partes:

1. Búsqueda De Antecedentes

Antes de presentar una solicitud de registro se averiguará si existe un signo registrado o solicitado con anterioridad, que pudiera ser confundible con la marca que se pretende registrar, para lo cual existen 02 Servicios de Búsquedas Fonéticas y Búsqueda Figurativas en la Dirección de Signos Distintivos.

Búsqueda Fonética: El costo que tiene este tipo de búsqueda por INDECOPI es de un valor de S/. 31.00, el cual tiene una duración de búsqueda de 30 minutos. Permite obtener información respecto de signos que se pronuncien de manera idéntica o semejante, aun cuando difieran en su escritura.

Búsqueda Figurativa: El costo que tiene este tipo de búsqueda por INDECOPI es de un valor de S/. 38.46, el cual tiene una duración de búsqueda de 3 días. Permite obtener información respecto de signos que incluyan elementos figurativos idénticos o similares, aun cuando el elemento denominativo sea distinto uno del otro.

Los servicios de búsqueda fonética y de búsqueda figurativa son opcionales y sus resultados “ES REFERENCIAL”, toda vez que el otorgamiento o la denegatoria del registro solicitado, dependerá de la evaluación que en cada caso realice la Dirección, conforme a las normas vigentes.

2. Clasificación De Productos o Servicios

De conformidad con lo establecido en el artículo 151 de la decisión 486, para clasificar los productos y los servicios a los cuales se aplican las marcas, se deberá utilizar la Clasificación Internacional de Productos y Servicios para el Registro de las Marcas, establecidas por el Arreglo de Niza del 15 de junio de 1957, con sus modificaciones vigentes.

Para solicitar el registro de una marca, deberá definir qué productos y/o servicios desea distinguir con su marca, y ubicar en qué clase de la clasificación internacional se encuentran dichos productos y/o servicios, luego se debe de presentar la solicitud para el registro de marca, para lo cual se debe realizar el pago de S/. 535.00. La solicitud se presenta en un formato con 3 ejemplares

3. Evaluación de los Requisitos

Dentro de los 15 días útiles de recibida a solicitud, la dirección examinará si la misma cumple con los requisitos formales señalados.

Requisitos Mínimos

- Los datos de identificación de solicitante o de la persona que presenta la solicitud, que permitan efectuar las notificaciones correspondientes.
- La marca cuyo registro se solicita
- La indicaron expresa de los productos y/o servicios para los cuales se solicita el registro.
- El pago de las tasas respectivas.

Otros Requisitos:

- Documento de poder
- Indicación de la case
- Precisión o exclusión de productos y/o servicios

4. Publicación de la Solicitud

Cumplidos los requisitos formales de la solicitud, a dirección ordenara la publicación de la misma. La publicación de la solicitud de registro se realizara por una sola vez en el diario El Peruano, a coso de solicitante, reproduciendo por lo menos la información siguiente:

- a) Numero de solicitud.
- b) Nombre y país del solicitante.
- c) Reproducción del nombre comercial, de la marca, si se trata de signos mixtos, figurativos, o representación de la marca cuando se trate de una marca tridimensional o de una marca no perceptible por el sentido de la vista. Se consignara el enlace a la Web de INDECOPI, en la cual se podrá visualizar el signo solicitado a registro.
- d) Los productos y/o servicios para los cuales se solicita el registro de marca o nombre comercial.
- e) La clase o clases a la que pertenecen los productos y/o servicios.
- f) De ser el caso, si se reivindica prioridad o se ejerce un derecho preferente.

En la publicación se deberán designar los productos y/o servicios por sus nombres, agrupados según las clases de la Clasificación Internacional de Productos y Servicios de Niza, precedidos cada grupo por el número de la clase a que pertenezca. Asimismo se deberán consignar en el orden de las clases de dicha clasificación.

El plazo para hechura la publicación es de 30 días hábiles, contado desde el día siguiente de notifica la orden de publicación. Si no se publica, o se

publica fuera del plazo señalado, el expediente caerá en abandono y archivara.

5. Oposición a la solicitud de registro de marca o nombre comercial

Dentro de los 30 días hábiles siguientes a la publicación de la solicitud, quien tenga legítimo interés podrá formular oposición.

Si se presenta oposición, se notificara al solicitante, quien contara con un plazo de 30 días hábiles para absolver e traslado de la posición formulada.

Requisitos:

- La identificación correcta del expediente.
- El nombre y domicilio de la persona que presenta la oposición.
- Poder que acredite la representación que se invoca.
- Los fundamentos en que se sustenta la oposición.
- El ofrecimiento de las pruebas que se deseen hacer valer.
- El comprobante de pago de los derechos respectivos (S/. 297.00).

Cuando la oposición se basa en signos gráficos o mixtos, deberá adjuntarse una reproducción exacta y nítida de los mismos, tal como fueron registrados o solicitados.

1.11. Requisitos y Trámites Municipales

Se deberá tramitar la obtención de la licencia de funcionamiento de la consultora, acudiendo a la municipalidad del distrito de la Victoria.

Para obtener la licencia de funcionamiento se realizan los siguientes procedimientos:

Solicitud de zonificación: Consiste en verificar la ubicación del negocio, de acuerdo a las categorías de áreas geográficas establecidas, conforme a normas técnicas urbanísticas que regulan el uso del suelo.

Certificado de compatibilidad de uso: Es la evaluación que realiza el municipio con el fin de verificar si el tipo de actividad económica que se desarrollará resulta compatible o no con la categorización establecida en la zonificación vigente.

Inspección técnica de seguridad de Defensa Civil: Es la verificación de las condiciones de seguridad efectuada por inspectores de la municipalidad acreditados por Defensa Civil.

- Requisitos para obtener la Licencia de Funcionamiento:
- Presentar una solicitud de licencia de funcionamiento con carácter de declaración jurada, que incluya:
- Numero de RUC si se trata de una persona jurídica y documento de identidad si se trata de persona natural.
- Documento de identidad del representante legal en caso de persona jurídica u otros entes colectivos, así como de personas naturales mediante representación.
- Vigencia de poder del representante legal, en el caso de personas jurídicas u otros entes colectivos. Si se trata de representación de personas naturales, se requerirá de una carta poder con firma legalizada.
- Declaración Jurada de Observancia de las Condiciones de Seguridad o Inspección Técnica de Seguridad de Defensa Civil de Detalle (o Multidisciplinaria) según corresponda.
- Adicionalmente, podrían exigirse estos requisitos:
- Copia simple del título Profesional en el caso de servicios relacionados con la salud.

- Informar en la declaración jurada sobre el número de estacionamientos de acuerdo a la normativa vigente.
- Copia simple de la autorización sectorial en el caso de aquellas actividades que la requieran como requisito para obtener la licencia de funcionamiento.
- Copia simple de la autorización expedida por el Instituto Nacional de Cultura.
- Verificados estos requisitos se procederá al pago de la tasa para la obtención de la licencia de funcionamiento municipal.

1.12. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades

Luego de inscrita la empresa en Registros Públicos, se deberá tramitar el registro único del contribuyente (RUC) y seleccionar el régimen tributario, para lo cual debe de seguir los siguientes pasos:

Primer Paso: Obtener el Registro único de contribuyentes

Este número lo identificará como contribuyente fiscal; lo obtiene inscribiéndose en el registro único de contribuyentes en las oficinas de la SUNAT en lima o en provincias. Para obtener este registro (RUC) el titular deberá presentar los siguientes documentos:

- Original y copia del documento de identidad
- Original y copia del recibo de agua y/o luz y/o teléfono, con antigüedad máxima de 2 meses
- La partida registral certificada (ficha o partida electrónica) por los Registros Públicos, con antigüedad no mayor a 30 días

Segundo Paso: Elegir un Régimen Tributario

Se podrá elegir el régimen tributario que más convenga, acorde con el negocio que se va desempeñar, se deberá poner énfasis en este paso ya que

dependiendo del régimen tributario se pagan tributos y se podrá acceder a beneficios. En este paso el personal de SUNAT apoyara en la elección, le indicara los beneficios de uno y otro régimen. Los Regímenes tributarios son:

1. El nuevo régimen único simplificado (Nuevo RUS)
2. El régimen especial de renta (RER)
3. El régimen general del impuesto a la renta

Tercer Paso: Solicitar la autorización para impresión de comprobantes de pago.

Al momento de solicitar la activación del RUC, en un plazo no mayor de 7 días y una vez verificado el domicilio donde funcionará el negocio indicado, llegará al mismo el RUC y la clave sol la misma que permitirá realizar diversos trámites a través de internet, tales como pagar y presentar declaraciones, solicitar autorización de impresión de comprobantes de pago a través de imprentas conectadas a este sistema, entre otros.

Con esta información Guía Pyme ha optado por el Régimen General.

1.13. Registro de Planillas Electrónica (PLAME).

Se denomina PLAME a la planilla mensual de pagos, segundo componente de la planilla electrónica, que comprende información mensual de los ingresos de los sujetos inscritos en el registro de información laboral (T-REGISTRO), así como de los prestadores de servicios que obtengan rentas de 4ta categoría; los descuentos, los días laborados y no laborados, horas ordinarias y en sobretiempo del trabajador; así como información correspondiente a la base de cálculo y la determinación de los conceptos tributarios y no tributarios cuya recaudación le haya sido encargada a la SUNAT.

A partir del período enero 2013 todos los contribuyentes se encuentran obligados al uso del PDT PLAME para la declaración de sus obligaciones como Empleadores (Aportes a ESSALUD, retenciones de ONP así como de rentas de cuarta y quinta categorías, entre otros conceptos).

1.14. Régimen Laboral Especial y General Laboral.

Guía PYME opta por el régimen laboral de las Micro empresas (Régimen Laboral Especial) debido a los beneficios que da a los pequeños empresarios.

A continuación, vamos a dar a conocer los beneficios que corresponden a los trabajadores de dos de los regímenes laborales que más se utilizan en el Perú, nos referimos al régimen laboral general de la actividad privada, contemplado en el Decreto Legislativo N° 708 (Texto Único Ordenado aprobado por Decreto Supremo N° 003-97-TR); y al régimen laboral especial de la micro y pequeña empresa, contemplado en el Decreto Legislativo N° 1086 (Texto Único Ordenado aprobado por Decreto Supremo N° 007-2008-TR) y su reglamento aprobado por Decreto Supremo N° 008-2008-TR.

BENEFICIOS DE LOS TRABAJADORES	REGIMEN LABORAL GENERAL O COMÚN	REGIMEN LABORAL ESPECIAL	
		MICRO EMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
Remuneración Mínima Vital	Si: S/. 750.00 en la medida que laboren 4 o más horas diarias	Si: S/. 750.00 en la medida que laboren 4 o más horas diarias	Si: S/. 750.00 en la medida que laboren 4 o más horas diarias

Compensación por Tiempo de Servicios (CTS)	Si: 1 remuneración mensual + 1/6 de las gratificaciones legales por cada año de servicios, depositada en dos armadas semestrales: 15 de mayo y 15 de noviembre – TUO D. Legislativo N° 650	No	Si: 15 remuneraciones diarias + 1/6 de las gratificaciones legales por cada año de servicios (hasta un máximo de 90 RD), depositada en dos armadas semestrales: 15/05 y 15/11 – TUO D. Leg. N° 650
Descanso Semanal Obligatorio	Si: (D. Legislativo N° 713)	Si: (D. Legislativo N° 713)	Si: (D. Legislativo N° 713)
Feridos no Laborables	Si: (D. Legislativo N° 713)	Si: (D. Legislativo N° 713)	Si: (D. Legislativo N° 713)
Vacaciones	Si: 30 días al año – D. Legislativo N° 713	Si: 15 días al año – D. Legislativo N° 713	Si: 15 días al año – D. Legislativo N° 713
Reducción Descanso Vacacional	Si: 15 días previo acuerdo de partes	Si: 15 días previo acuerdo de partes	Si: 15 días previo acuerdo de partes
Vacaciones Truncas	Si: (D. Legislativo N° 713)	Si: (D. Legislativo N° 713)	Si: (D. Legislativo N° 713)
Gratificación de Fiestas Patrias y Navidad	Si: 1 remuneración – Ley N° 27735, Reglamento D.S. N° 005-2002-TR y modificatoria D.S. N° 017-2012-TR	No	Si: Media remuneración en cada oportunidad
Jornada Máxima	Si: 8 horas diarias o 48 horas a la semana	Si: 8 horas diarias o 48 horas a la semana	Si: 8 horas diarias o 48 horas a la semana
Seguro Social de Salud	Si: ESSALUD 9% – lo aporta en su integridad el empleador	Si: Existen dos alternativas: (i) Sistema Semi subsidiado del SIS; o, (ii) ESSALUD 9%	Si: ESSALUD 9% – lo aporta en su integridad el empleador

Sistema Pensionario	Si: ONP 13% o AFP 10% más comisiones – lo aporta en su integridad el trabajador	Si: Existen dos alternativas: (i) Sistema de Pensiones Sociales (SPS) que es semi subsidiado; o, (ii) ONP, AFP	Si: ONP 13% o AFP 10% más comisiones – lo aporta en su integridad el trabajador
Participación de las utilidades	Si: (D. Legislativo N° 892)	No	Si: (D. Legislativo N° 892)
Seguro de Vida	Si: Obligatorio a partir del 4to año de trabajo – Ley de Consolidación de Beneficios Sociales, D. Leg. N° 688	No	Si: Obligatorio a partir del 4to año de trabajo – Ley de Consolidación de Beneficios Sociales, D. Leg. N° 688
Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo	Si: Para actividades de alto riesgo, de acuerdo a la Ley N° 26790 y al Decreto Supremo N° 003-98-SA	No	Si: Para actividades de alto riesgo, de acuerdo a la Ley N° 26790 y al Decreto Supremo N° 003-98-SA
Asignación Familiar	Si: 10% de la RMV – Ley N° 25129	No	No
Indemnización por Vacaciones no Gozadas	Si: (D. Legislativo N° 713)	Si: (D. Legislativo N° 713)	Si: (D. Legislativo N° 713)
Indemnización por Despido Arbitrario	Si: Un sueldo y medio por cada año de servicios o por cada mes completo que falte para culminar el contrato, de ser el caso, con un tope de 12 remuneraciones	Si: 10 remuneraciones diarias por cada año de servicios completos, con un tope de 90 remuneraciones diarias	Si: 20 remuneraciones diarias por cada año de servicios completos, con un tope de 120 remuneraciones diarias
Derechos Colectivos	Sí: (Decreto Supremo N° 010-2003-TR y Reglamento de la Ley)	No	Sí: (Decreto Supremo N° 010-2003-TR y Reglamento de la Ley)

Trabajo en Sobretiempo	Si: Recargo a convenir, de lo contrario por las dos primeras horas 25% adicional, y a partir de la tercera hora 35% adicional – Decreto Supremo N° 007-2002-TR	Si: Recargo a convenir, de lo contrario por las dos primeras horas 25% adicional, y a partir de la tercera hora 35% adicional – Decreto Supremo N° 007-2002-TR	Si: Recargo a convenir, de lo contrario por las dos primeras horas 25% adicional, y a partir de la tercera hora 35% adicional – Decreto Supremo N° 007-2002-TR
Jornada Nocturna	Si: Sobretasa del 35% de la RMV	Si: Sobretasa del 35% de la RMV. No: Sobretasa del 35%, cuando la jornada laboral se desarrolle habitualmente en horario nocturno	Si: Sobretasa del 35% de la RMV
Licencia Pre Natal y Post Natal	Si: 45 días naturales de descanso pre natal y 45 días de descanso post natal. Tratándose de nacimiento múltiple el descanso post natal se extiende por 30 días adicionales – Decreto Supremo N° 005-2011-TR	Si: 45 días naturales de descanso pre natal y 45 días de descanso post natal. Tratándose de nacimiento múltiple el descanso post natal se extiende por 30 días adicionales – Decreto Supremo N° 005-2011-TR	Si: 45 días naturales de descanso pre natal y 45 días de descanso post natal. Tratándose de nacimiento múltiple el descanso post natal se extiende por 30 días adicionales – Decreto Supremo N° 005-2011-TR
Licencia por paternidad	Si: Licencia remunerada por 4 días hábiles consecutivos, en caso de alumbramiento del cónyuge o conviviente – Ley N° 29409	Si: Licencia remunerada por 4 días hábiles consecutivos, en caso de alumbramiento del cónyuge o conviviente – Ley N° 29409	Si: Licencia remunerada por 4 días hábiles consecutivos, en caso de alumbramiento del cónyuge o conviviente – Ley N° 29409
Licencia por Adopción	Si: Licencia remunerada por 30 días naturales, siempre que el niño a ser adoptado no	Si: Licencia remunerada por 30 días naturales, siempre que el niño a ser adoptado no	Si: Licencia remunerada por 30 días naturales, siempre que el niño a ser adoptado no

	tenga más de 12 años de edad – Ley N° 27409	tenga más de 12 años de edad – Ley N° 27409	tenga más de 12 años de edad – Ley N° 27409
--	---	---	---

1.15. Modalidades de Contratos Laborales.

A continuación se detalla las principales modalidades de contratación:

<p>POR INICIO O INCREMENTO DE ACTIVIDAD</p> <p>Origen: Inicio de una actividad empresarial, la posterior instalación o apertura de nuevos establecimientos o mercados, o el incremento de las ya existentes dentro de la misma empresa.</p> <p>Duración máxima: tres (03) años. Art. 57 del D.S. N° 003-97-TR.</p>	<p>POR NECESIDAD DE MERCADO</p> <p>Origen: Atender incrementos coyunturales de la producción, origen en variaciones sustanciales de la demanda aún en labores ordinarias. El incremento es temporal e imprevisible, se excluye las variaciones de carácter cíclico o de temporada.</p> <p>Duración máxima: cinco (05) años. Art. 58 del D.S. N° 003-97-TR</p>
<p>POR RECONVERSIÓN EMPRESARIAL</p> <p>Origen: Sustitución, ampliación o modificación de las actividades desarrolladas en la empresa, y toda variación tecnológica en las maquinarias, equipos, instalaciones, medios de producción, sistemas, métodos y procedimientos productivos y administrativos.</p> <p>Duración máxima: dos (02) años. Art. 59° del D.S. N° 003-97-TR.</p>	<p>PARA OBRA DETERMINADA O SERVICIO</p> <p>Objeto previamente establecido y de duración determinada.</p> <p>Duración: La que resulte necesaria, pudiéndose celebrar las renovaciones que resulten necesarias.</p>
<p>CONTRATO OCASIONAL</p> <p>Origen: Atender necesidades transitorias distintas a la actividad habitual del centro de Trabajo.</p> <p>Duración máxima: seis (06) meses. Art. 60 del D.S. N° 003-97-TR</p> <p>CONTRATO DE SUPLENCIA</p> <p>Origen: Sustituir a un trabajador estable de la empresa cuyo vínculo está suspendido.</p> <p>Duración: La que resulte necesaria según la circunstancia.</p> <p>CONTRATO DE EMERGENCIA</p> <p>Cubrir las necesidades originadas por caso fortuito o fuerza mayor coincidiendo su duración con la de la emergencia</p>	<p>DES NATURALIZACIÓN DE LOS CONTRATOS</p> <p>i) Si el trabajador continua laborando luego del vencimiento del contrato, o las prórrogas exceden el límite;</p> <p>ii) Si en los contratos de obra determinada o servicio específico, el trabajador continúa prestando servicios, luego de concluida la obra sin que haya sido renovado;</p> <p>iii) Si el titular del puesto sustituido no se reincorpora y el trabajador continúa laborando;</p> <p>iv) Si se demuestra la existencia de simulación o fraude al D.S. N° 003-97-TR, entonces, los contratos de trabajo sujetos a modalidad se considerarán como de duración indeterminada.</p>

1.16. Responsabilidad civil de los accionistas.

Los accionistas tienen responsabilidad limitada; es decir, que su responsabilidad se encuentra restringida al capital que aportan. La sociedad anónima cerrada se rige por las normas de la sociedad anónima, en cuanto le sean aplicables.

1.17. FODA

Fortaleza:

- Contar con personal profesional altamente capacitado (Consultores).
- Responsabilidad social
- Trabajar en equipo
- Tener capacidad de liderazgo
- Tener capacidad de respuesta rápida ante los problemas de las diferentes empresas
- Conocimiento de los procesos tributarios y de gestión administrativa

Debilidades:

- Estamos iniciando labores de consultoría y aun no somos reconocidos
- Nuestra empresa no tiene presencia ni reputación en el mercado
- Existen consultorías reconocidas en Tributaria, contable y en gestión administrativa

Oportunidades:

- Necesidad de las empresas de cubrir ineficiencias de áreas importantes de la empresa como el Área contable, legal y administrativa.

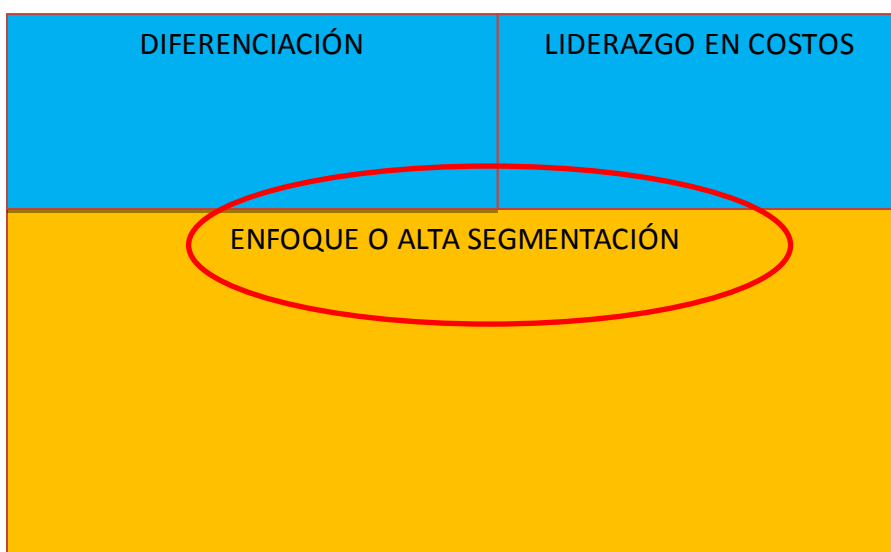
- Contar con profesionales titulados con estudios de especialización en los temas relacionados a nuestra consultoría.
- Actualizaciones constantes en temas tributarios y contables.
- Desarrollo de un plan de trabajo direccionado para las PYME
- Competitividad
- Nuestro sector de negocios está en expansión (creación de nuevas PYME), con muchas oportunidades futuras de éxito.
- Apoyo de PROMPERU y PROMPYME al desarrollo de las pequeñas y medianas empresas.
- No existen consultoras integrales (tributaria, administrativa y contable)
- Mayor fiscalización de SUNAT

Amenazas:

- Competidores nacionales con gran reconocimiento.
- Cambio de políticas fiscales (código tributario)
- Incremento de pequeñas consultoras en pyme
- Informalidad de las empresas.

VENTAJA ESTRATÉGICA

La ventaja competitiva de la GUIA PYME es por enfoque o alta segmentación



CAPÍTULO II

ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Descripción del Entorno del Mercado

El actual entorno competitivo obliga a las pequeñas y medianas empresas ser más eficientes independientemente del lugar donde se ubiquen, motivo por el cual, cada vez un número creciente de PYME contratan los servicios de consultores para ayudarles a incursionar en nuevos mercados, consolidarse en los existentes o simplemente para sobrevivir. Estos cambios en el medio empresarial y sus necesidades han cambiado la percepción que se tiene acerca de los consultores hoy en día, ellos ya no sólo escriben reportes basados en la información suministrada por sus clientes y formulan recomendaciones que el cliente tiene que llevar a la práctica por sí mismo, sino que tienen un rol más participativo dentro de las PYME; poseen amplios conocimientos sobre industrias y mercados específicos, lo que les permite evaluar los problemas de sus clientes y proponer soluciones objetivas, acertadas con mayor posibilidades de éxito. Inclusive, cada vez hay una mayor tendencia a permanecer al lado de sus clientes durante la fase de aplicación de las recomendaciones.

2.1.1 Situación actual del Mercado de la Consultoría

Dentro de un entorno internacional cada vez más competitivo y globalizado, en las últimas décadas el mercado de la consultoría se ha vuelto muy dinámico. El crecimiento acelerado de las economías en desarrollo y los procesos de reforma por las que han venido atravesando, ha impulsado tanto una expansión de una oferta doméstica vigorosa de servicios de consultoría como una incursión agresiva de empresas de consultoría consolidadas en países desarrollados hacia esas economías.

En este contexto, las empresas consultoras internacionales y las domésticas han estado sujetas a una constante necesidad de adaptación eficiente, que las ha llevado a buscar diversas modalidades de complementación y asociación, cuando no a abiertos procesos de inter-nacionalización vía apertura de sucursales, fusión, absorción o adquisición de empresas domésticas.

Esta tendencia a la internacionalización cobra mayor relevancia en medio de una crisis mundial que viene mostrando un marcado contraste entre países en desarrollo como el Perú cuyas economías han mantenido un interesante dinamismo económico y países desarrollados cuyas economías han sucumbido entrando en recesión.

Es así que se viene dando un renovado interés de empresas consultoras europeas por exportar sus servicios o emprender estrategias más amplias de internacionalización, mirando a América Latina como un mercado de destino atractivo y relativamente accesible, dadas las facilidades que brinda el uso del idioma castellano como primer lengua.

En el último lustro la economía peruana ha conseguido consolidar una dinámica sorprendente. Los negocios gozan de un entorno muy favorable y los mercados internacionales se le abren al Perú a través de la firma de diversos tratados de libre comercio, que contribuyen a potenciar su ya acelerada expansión económica y modernización. Este entorno hace especialmente atractivo el desarrollo del mercado de la consultoría peruana, con el concurso intensivo de actores nacionales y extranjeros.

El futuro promisorio del mercado de la consultoría peruana se afianza en los fundamentos sólidos que posee la economía del Perú, dado su equilibrio fiscal prolongado, su baja inflación, su moderado nivel de deuda externa, su equilibrio externo y el elevado nivel de reservas

internacionales, lo que le ha permitido una mejora progresiva en su calificación riesgo país, siendo de las pocas economías emergentes que ha mantenido su grado de inversión en medio de la crisis mundial.

En este escenario de progreso y globalización, los gerentes peruanos requieren de nuevos conocimientos y habilidades, lo que ha incrementado la importancia de los servicios de consultoría. Ha surgido una nueva voluntad de los gobiernos, las entidades de fomento de las exportaciones y los gremios empresariales de crear capacidades nacionales y regionales para facilitar una exportación de servicios exentan de restricciones.

Las exportaciones peruanas han venido creciendo de manera estable a tasas del orden de 35% o más por año, mostrando cómo las empresas peruanas se enfrentan al reto del mercado global. Para proseguir por esta senda necesitan el apoyo estable de consultoras internacionales que les ayuden a elevar su competitividad en todos los eslabones de la cadena de valor; desde la provisión de insumos y la producción hasta el marketing, la distribución y la comercialización.¹

Los sectores de crecimiento más prometedor son: la minería, la energía, los hidrocarburos, el turismo, la construcción de carreteras, puertos y aeropuertos, el saneamiento, las tecnologías de la información y la comunicación, la gestión ambiental y la gestión de recursos humanos. También se espera un crecimiento de la consultoría especializada, motivada por la demanda de servicios detallados, que contribuyan a crear elementos diferenciadores frente a la competencia.

La demanda de servicios de consultoría está influida por la inversión privada, la inversión Pública y los proyectos patrocinados por organismos multilaterales y las entidades de cooperación para el desarrollo.

¹ *Oficina Económica y comercial dela embajada de España en Lima*

En inversión privada, la demanda de servicios de consultoría por parte de las empresas tiene un propósito de crecimiento interno y de fortalecimiento de la competitividad. Están en búsqueda de estrategias para obtener los mejores resultados en cada una de sus áreas de gestión y su inserción a los nuevos mercados y/o el mantenimiento en los mercados actuales. Además, hoy en día las empresas intentan concentrar su actividad en el “core business” de su negocio y para ello es necesario apoyarse en agentes externos o servicios de “outsourcing” especializados, para atender las actividades subsidiarias de la empresa.

En los últimos cuatro años la economía peruana ha crecido a una tasa anual promedio del 7.1%, impulsada principalmente por el dinamismo de la demanda interna y externa. En el 2012 el crecimiento se situará en torno al 5%, siendo la economía que más crecerá en América Latina. Particularmente, la inversión privada ha venido creciendo a una tasa promedio del 8,2% en el mismo periodo, principalmente en los sectores de comunicaciones, minería, industria, finanzas, y energía, siendo estos sectores altamente demandantes de asesoramiento de empresas consultoras y de ingeniería.²

Todo ello representa una oportunidad para las empresas de consultoría que quieran abordar el mercado peruano. Más aun teniendo en cuenta lo propicio que se muestra el entorno económico peruano a la inversión tanto local como extranjera, gracias a un marco legal estable.

La inversión pública genera una demanda por parte del Estado de servicios de consultoría y obras, que se caracteriza por un crecimiento constante en los últimos años. La descentralización del Estado ha implicado una transferencia de funciones del gobierno central a los gobiernos regionales y locales, por lo que hoy éstos son competentes para administrar su

² *Oficina Económica y comercial dela embajada de España en Lima*

presupuesto de inversión, pudiendo directamente realizar convocatorias de proyectos.

Los gobiernos regionales y locales que perciben ingresos por el Canon Minero disponen en general de abundantes recursos para la inversión. La inversión ejecutada es mucho menor que los fondos disponibles, los cuales de acuerdo a ley se acumulan en cuentas de esos mismos gobiernos y no retornan al Tesoro Público al final de cada ejercicio presupuestal anual. Actualmente, han ejecutado en promedio alrededor del 50% de los fondos disponibles, debido a la falta de proyectos realmente interesantes y la limitada capacidad de gestión de la inversión pública.³

En lo que concierne al Gobierno Central, en el año 2011 la demanda de servicios (donde se incluyen los servicios de consultoría) financiados con recursos públicos superó los US\$ 3.500 millones. He aquí una posibilidad a tener en cuenta por empresas que decidan abordar el mercado peruano a través de licitaciones públicas.

La disminución de la brecha de infraestructura como objetivo primordial del Gobierno constituye una oportunidad para las consultoras, pues serán necesarios estudios de ingeniería y de impacto ambiental.

No obstante, es necesario mencionar que las empresas internacionales tienen una desventaja con respecto a las peruanas en la concesión de licitaciones públicas: según la normativa peruana, en las contrataciones y adquisiciones de bienes y servicios, las empresas nacionales gozan de un 20% adicional en el puntaje. Del mismo modo, las PYME peruanas también obtienen un trato preferencial.

³ *Oficina Económica y comercial dela embajada de España en Lima*

También existen diferentes Organismos Multilaterales e Instituciones de Cooperación Internacional que invierten fondos en proyectos para el desarrollo del país y que para ellos demandan servicios de consultoría especializada. Las instituciones más importantes son el Banco Interamericano de Desarrollo, el Banco Mundial y la Cooperación Andina de Fomento.

La oferta del sector de consultoría en Perú es escasa. Existe un mínimo número de empresas consultoras locales (totalmente peruanas), ya que la mayor parte de las consultorías en Perú han sido creadas por empresas internacionales, instaladas en el país a través de filiales y de franquicias. Hoy día las principales consultoras internacionales (KPMG, Ernst & Young, PWC, Deloitte, McKinsey, Accenture) están presentes en Perú. El gradual crecimiento de la demanda de servicios de consultoría y la afluencia de las grandes empresas ha dinamizado notablemente el mercado peruano.

Estas empresas de carácter internacional, junto con las locales, están centradas en el mercado de las empresas medianas y sobre todo grandes. Ello abre una interesante oportunidad para abarcar el mercado de las micro y pequeñas, que se están enfocando crecientemente a los mercados de exportación, en relación con lo cual vienen demandando un volumen de servicios de consultoría cada vez mayor. Aunque es un colectivo complejo en muchos sentidos (incluyendo su carácter informal), hay una cierta tradición asociativa que puede facilitar el trabajo con este tipo de empresas.

También se hace necesario aprovechar las oportunidades de alianzas estratégicas que las empresas consultoras españolas pueden tener con las peruanas para complementar áreas de especialización, de modo que se pueda atender el segmento de empresas grandes y medianas.

Por otra parte, es importante mencionar la existencia en Perú de diversas entidades que Promueven la consultoría, especialmente en las PYME, lo que representa un aspecto positivo para el desarrollo futuro del sector en ese país.

La coyuntura económica del país y su desempeño en materia de política económica así como el favorable clima de negocios, también son terreno abonado para el desarrollo del mercado de consultoría: Perú viene creciendo a ritmo rápido (cerca del 7% en 2011), y tiene unos registros fiscales muy positivos (superávit fiscal del 2% y deuda pública ligeramente superior al 20% en 2011).

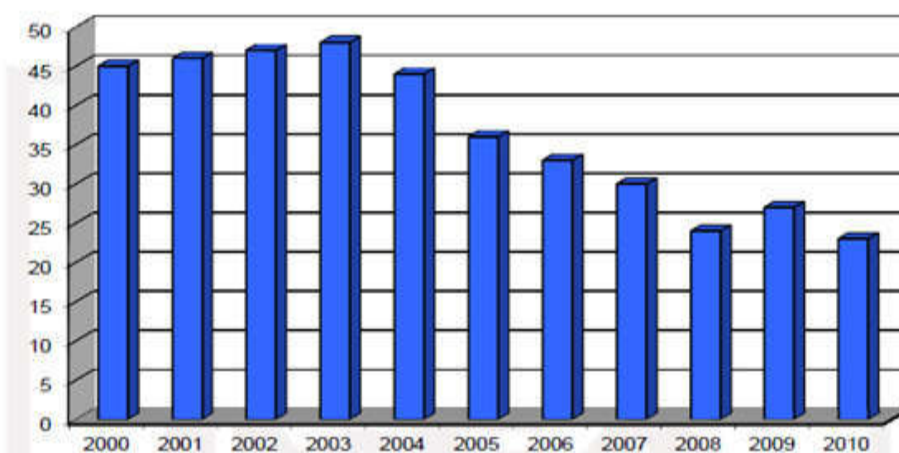


GRÁFICO 1. EVOLUCIÓN DE LA DEUDA PUBLICA 2000 – 2010 (% DEL PBI)

Fuente MEF: Elaboración propia

La favorable evolución de la economía peruana en 2011 supone la prolongación de un proceso de más de una década de crecimiento ininterrumpido, histórico para el país.

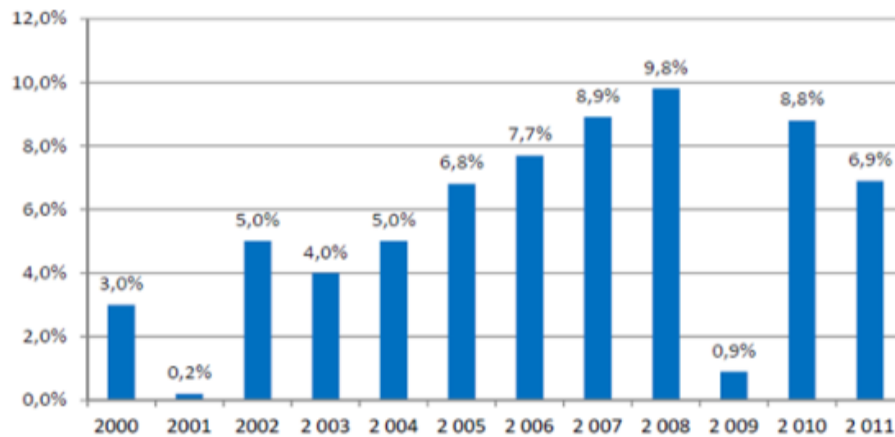


GRÁFICO 2. VARIACIÓN PORCENTAJE INTERANUAL DEL PBI 2000-2011

Fuente INEI: Elaboración propia

El PIB de la economía peruana se divide principalmente en tres grandes sectores económicos: servicios, transformación y extractivo. En el siguiente gráfico se puede apreciar que el sector servicios constituye más de la mitad de la producción total del país. Naturalmente, es en este sector económico donde encontramos la presencia del sector de la consultoría, objeto de estudio.

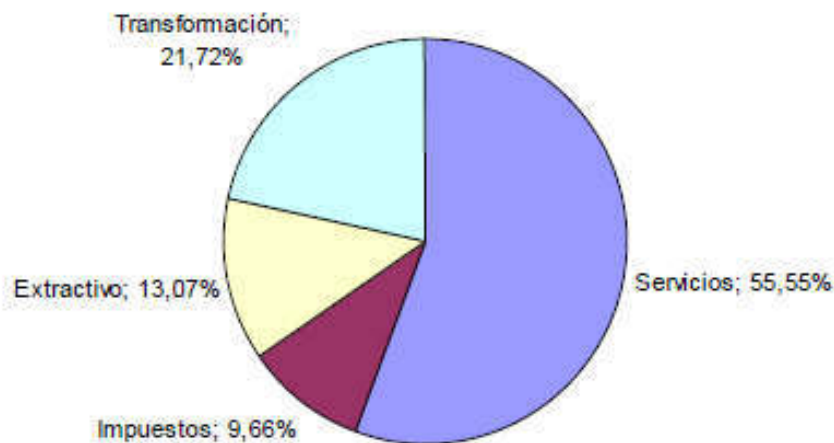


GRÁFICO 3. REPARTO DEL PRODUCTO BRUTO INTERNO POR GRANDES SECTORES ECONOMICOS

Fuente INEI: Elaboración propia

Vista la complejidad que constituye definir las características del sector de la consultoría en general, nos centraremos en los segmentos más relevantes

en el mercado peruano, con especial incidencia en los que pueden presentar mayores oportunidades de negocio para las consultoras nuevas.

Así, el sector de la consultoría se podría dividir en consultoría empresarial y consultoría de ingeniería. La primera se divide, a su vez, en:

- Consultoría integral; que reúne las consultoras que atienden todas las áreas de gestión de la empresa (estrategia, finanzas, producción, marketing, recursos humanos, tecnologías de la información).
- Consultoría en marketing; relacionada con la gestión del área de marketing y ventas.
- Consultoría en Tecnologías de la Información; gestiona la parte de software, redes de información, etc.
- Consultoría en sistemas de gestión; asesora en la gestión de las áreas de calidad, medio ambiente, seguridad, responsabilidad social, etc. y ayuda a la empresa a obtener la certificación correspondiente.
- Consultoría legal y tributaria; relacionada con aspectos jurídicos y con el pago de impuestos.
- Aparte de los subsectores en los que están especializadas las empresas de consultoría, existen algunas de estas empresas que se dirigen sólo a PYME.

En el sector de consultoría en ingeniería, los rubros que están teniendo mayor importancia son: minería, energía, hidrocarburos, viales, saneamiento (tratamiento de agua y de afluentes) y salud (hospitales y equipamiento). Es notable el crecimiento de la facturación de las mayores empresas de ingeniería. Analizando su facturación en las distintas áreas de especialización, se observan altos porcentajes de crecimiento desde 2009 a 2010.

El siguiente gráfico muestra la evolución de la facturación, según los datos de la publicación The Top 10.000 companies 2011, entre el año 2008 y 2009 (último disponible) en las siguientes áreas de especialización: Consultoría TIC, Asesoría Legal, Contabilidad y Asesoría Tributaria, Marketing, Consultoría Integral y Consultoría en Ingeniería.

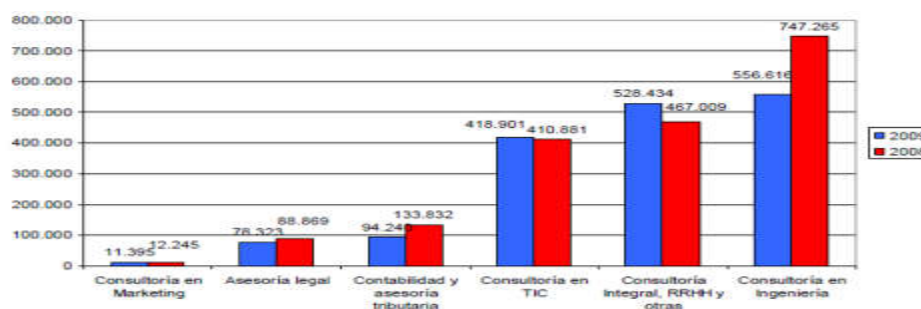


GRÁFICO 4. EVOLUCIÓN DE LA FACTURACIÓN DE LAS PRINCIPALES EMPRESAS DE CONSULTORÍA 2009-2010

Fuente: The Top 10.000 companies Elaboración propia 2011.

2.1.3 Conclusiones del Entorno del Mercado

En conclusión, el mercado peruano de consultoría presenta en todas las áreas de especialización altos índices de atracción para las empresas, visto el alto crecimiento de la demanda y la escasa oferta presente en el país. Las óptimas perspectivas futuras que presenta el país en todos los índices macroeconómicos, según las mayores instituciones mundiales, hacen de Perú uno de los principales países objetivo de empresas internacionales en todos los sectores, también en el de servicios de consultoría.

Después de estas conclusiones "GUIA PYME" se concentrara en brindar servicios de consultoría a las Pequeñas y medianas empresas, con ventas mayores a 80,000 soles, del emporio comercial de Gamarra que necesiten el servicio de consultoría Tributaria.

2.2. Ámbito de Acción del negocio

El ámbito de acción de Guía PYME va ser el emporio comercial de Gamarra, el cual engloba pequeñas y medianas que necesitan asesoría Tributaria.

En el Emporio Comercial de Gamarra, ubicado en el distrito de La Victoria, existen más de 24 mil establecimientos; de los cuales 15 mil 526 establecimiento dedicados a la actividad de comercio que representa el 64 % del total de unidades económicas; informó el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). En Gamarra también se registraron establecimientos manufactureros en número de 5 mil 632 (23,2%). El resto de establecimientos se dedican a las actividades de transportes y almacenamiento (7,4%), alojamiento y servicios de comida (2,3%) y otras actividades de servicios (3,1%).

Según el segmento empresarial, el 96,8% de los establecimientos se encuentran considerados como microempresas y el 3,1% como pequeñas empresas. En este conglomerado comercial, existen 24 grandes y medianas empresas que se ubican en este emporio representan apenas el 0,1% del total de establecimientos, pero concentran el 8,4% de las ventas.

Asimismo, el 85,6% de los establecimientos son personas naturales, el 7,5% de ellos sociedades anónimas y el resto (6,9%) empresas individuales de responsabilidad limitada, sociedades comerciales de responsabilidad limitada, entre otros. En otras palabras, nueve de cada diez establecimientos pertenecen a organizaciones individuales y las sociedades anónimas concentran el 24,8% de las ventas del emporio comercial.

2.3. Descripción del bien o del servicio

Se observa que uno de los principales problemas que afrontan las PYME es el desconocimiento de las normas tributarias, así como de herramientas que coadyuven a una mejor gestión empresarial, hecho que incide de manera determinante en el rendimiento económico de cualquier empresa.

Tomando en cuenta esta problemática, nace el presente proyecto, el cual plantea que es factible invertir en una empresa que ofrece el servicio de consultoría tributaria, teniendo en consideración que hay una tendencia creciente de la demanda de estos servicios en el mercado nacional.

Entre los diferentes servicios que realizaría la empresa consultora, se encontraría:

1. Membresía Mensual:

Consiste en la revisión de los impuestos del cliente de manera mensual, principalmente orientado a los impuestos concernientes al gobierno central los cuales tienen una periodicidad de vencimiento de manera mensual.

2. Diagnóstico Tributario (Trabajo Especial)

Realización de Auditoría Tributaria “pre-fiscalización” de SUNAT, para evaluar el grado de incumplimiento tributario. En estas revisiones se detectaría cualquier incumplimiento de las normas tributarias, subsanando de esa manera la omisión, a través de los ajustes y los pagos de corresponderles, aplicando todos los beneficios tributarios vigentes.

Esta auditoría “pre-fiscalización” sería de dos tipos:

- Auditorías Integrales – Efectuada a toda la empresa, siendo de gran importancia la evaluación del Control Interno existente. Los ejercicios económicos para la revisión serían los no prescritos, llegando hasta el último mes vencido, según el cronograma

establecido como vencimiento de sus obligaciones tributarias de la empresa.

- Auditorías específicas – Las cuales consistirían en la revisión de las obligaciones tributarias de manera específica según la necesidad del cliente, dependiendo del tipo de impuesto elegido para su revisión por la empresa.

3. Asesoría Tributaria durante las intervenciones de SUNAT

- La asistencia en todo momento a los requerimientos de los funcionarios de la Administración Tributaria durante el proceso de fiscalización, velando al mismo tiempo por los intereses de la empresa, coordinando con los directivos responsables.
- Interposición de recurso de Reclamo contra las cobranzas de tributos que no están ajustadas a ley defendiendo las respectivas causas ante la segunda instancia de la Administración Tributaria, apelaciones ante el Tribunal Fiscal hasta la Corte Suprema de corresponder.
- Asesoramiento en la presentación de los Fraccionamientos de las deudas tributarias que tuviera a la fecha la empresa, aplicando los beneficios tributarios vigentes.
- Asesoramiento en las diferentes actuaciones de las Administradoras Tributarias: Control Móvil, Operativos varios de Fedatarios de SUNAT.

4. Planeamiento Tributario

Elaboración de una Planificación Fiscal según la actividad de la empresa, la cual consistiría en desarrollar una evaluación de las normas tributarias aplicables a ésta e identificar las obligaciones y beneficios que generen valor para la empresa: lograr un justo pago de impuestos, reconocimiento como buen contribuyente, entre otros según la realidad de la empresa.

5. Otros

- Asesoramiento en la elaboración de quejas a presentar a la Defensoría del Contribuyente, por disconformidad con actos o procedimientos de SUNAT.

- Elaboración y envío de Comentarios Tributarios a través de Revistas Informativas de manera periódica a los clientes, por el personal staff de la consultora. De esa manera se mantendría informado al cliente de los alcances tributarios y avisos relevantes para cumplir con sus obligaciones tributarias, y para dar a conocer la calidad del personal profesional con que cuenta la empresa consultora.

Relación detallada de los Servicios de asesoría:

- Revisión integral de los aspectos tributarios.
- Asistencia a los clientes durante las visitas de los agentes fiscalizadores de la SUNAT, específicamente en Auditorías Tributarias.
- Solicitud y negociación de fraccionamientos respecto a deudas Tributarias.
- Patrocinio legal en los procedimientos ante la Administración Tributaria y el Poder Judicial Reclamos ante la SUNAT, Apelaciones al Tribunal Fiscal y Demandas Contencioso Administrativas a la Corte Suprema.
- Asesoría permanente respecto del cumplimiento de las obligaciones tributarias.
- Servicios de planificación fiscal.
- Evaluación del costo tributario en proyectos de inversión.
- Interposición reclamaciones contra las cobranzas de tributos que no están ajustadas a ley.

- Respecto a la tributación internacional, proporcionar asesoría relacionada con la aplicación de precios de transferencia disposiciones referidas a paraísos fiscales.
- Propuesta de estructuras tributarias que optimicen la utilidad neta después de impuestos y los flujos de capital provenientes de inversión extranjera, considerando el costo de las transacciones, las estructuras
- Empresariales y el riesgo del negocio.
- Respecto a los tributos indirectos, aduaneros y de Comercio Exterior, asesorar a los Importadores y a los exportadores a fin de poder enfrentar el continuo cambio en la estructura del Impuesto General a las Ventas (IGV), así como en las regulaciones sobre aduanas y comercio exterior.
- Asesoramiento sobre las devoluciones de impuestos así como el beneficio y los riesgos financieros al respecto, ya sea por Saldo a Favor Materia del Beneficio o Drawbacks.

2.4. Estudio de la Demanda

2.4.1 El Mercado de la Consultoría en el Perú

Existen tres entes principales que forman parte de la cartera de clientes de las empresas consultoras: el sector público (los gobiernos centrales y regionales del país), el sector privado (empresas grandes y medianas principalmente, constituyendo las pequeñas empresas un mercado no objetivo) y las instituciones internacionales independientes.

Entre las empresas del sector privado, las que mayor demanda generan son las medianas, seguidas por las grandes y luego por las pequeñas, como puede verse en la tabla siguiente



GRÁFICO 5 . CARTERA DE CLIENTES DE LA CONSULTORIA

Fuentes: e-Consulting. CONFIEP

La demanda de consultoría es diferente dependiendo del tipo de cliente. Las grandes empresas demandan principalmente consultoría estratégica o de negocio (lo que incluye el área de Tecnologías de la Información) con la que intentan mantener o incrementar su competitividad; consultoría especializada (transporte, logística, ingeniería); y consultoría en recursos humanos.

Por otro lado, las pequeñas y medianas empresas tienen otras necesidades, dirigidas sobre todo al área tributaria.



GRÁFICO 6 . CARTERA DE CLIENTES DE LA CONSULTORIA

Fuentes: e-Consulting. Elaboración Propia

Como puede verse, existe todavía relativa falta de interés en este colectivo por cuestiones como la Calidad en la gestión, la mejora de procesos productivos o el marketing; la demanda está muy sesgada hacia los servicios de consultoría legal y tributaria, así como a cuestiones coyunturales como la reestructuración empresarial (cuya demanda se multiplicó en el año 2009, durante el cual las PYME locales sufrieron notablemente).

Según resultados obtenidos en un estudio de campo realizado por CONFIEP⁴ los problemas que más limitan el uso de la consultoría por parte de las PYME, son en su mayor medida el desconocimiento de tales empresas acerca del beneficio de la consultoría; el escaso desarrollo que perciben las empresas del mercado de consultoría empresarial; las malas experiencias que han recibido en consultoría con anterioridad; la baja calidad de la consultoría, la falta de coincidencia entre los servicios ofrecidos por los consultores y los requerimientos y realidad de las empresas, además de los altos costos en relación con el beneficio de las empresas; y el hecho de que las empresas no consideren la consultoría como algo prioritario dentro de un entorno poco favorable.

En cuanto a la encuesta sobre los mecanismos de selección de los servicios de consultoría, el 55% de los encuestados seleccionan consultores según recomendaciones o búsqueda personalizada del cliente a través de sistemas virtuales y directorios especializados promovidos por instituciones de reconocido prestigio. Asimismo, se encontró que el éxito depende de la satisfacción de antiguos clientes y contactos, así como del prestigio ganado.

⁴ Trabajo de campo realizado por CONFIEP, que incluye focus group a consultores empresariales independientes y firmas de consultoría, encuestas muestrales a empresarios y entrevistas a funcionarios y dirigentes de instituciones y organizaciones que promueven el uso de la consultoría en el Perú.

El mercado peruano se caracteriza por la preeminencia de algunos grandes grupos económicos, conglomerados que actúan en sectores variados y que tienen un enorme peso en la vida empresarial del país.

Respecto al micro y pequeñas empresas en Perú, los sectores que más abundan son: Comercio, servicios, agricultura y pesca, y manufactura. De igual manera, estos sectores Presentan un potencial de desarrollo viable y crecimiento sostenible.

Es bien clara la necesidad de asesoramiento externo que tienen estas empresas: implementación de mejoras en áreas de personal, financieras, calidad... Sin embargo, su debilidad financiera hace que no sean por el momento clientes de relevancia para las consultoras, aunque en el futuro podrían llegar a tener alguna significación, como se comentó en la introducción.

En las micro y pequeñas empresas existe un mayor nivel de dispersión: de la totalidad de MYPE formales existentes en Perú, el 18.7% están ubicadas en el Norte del país, principalmente concentradas en comercio y servicios (80%). Asimismo, aproximadamente el 8.6% de estas unidades productivas se dedica a la manufactura, mientras que el 6.5%, a actividades agropecuarias.

Por otro lado, en cuanto al Sur de Perú, éste concentra el 17.5% de las microempresas formales, de las cuales, el 50.6% se dedica al comercio, el 33% a servicio, el 9.7% a manufactura y el 4.3% a actividades agropecuarias. Asimismo, el centro del país, sin incluir Lima, concentra el 7.1% de las microempresas formales, mientras que el Este, concentra sólo el 4.3% de este estrato empresarial, que se dedica básicamente a comercio y servicios.

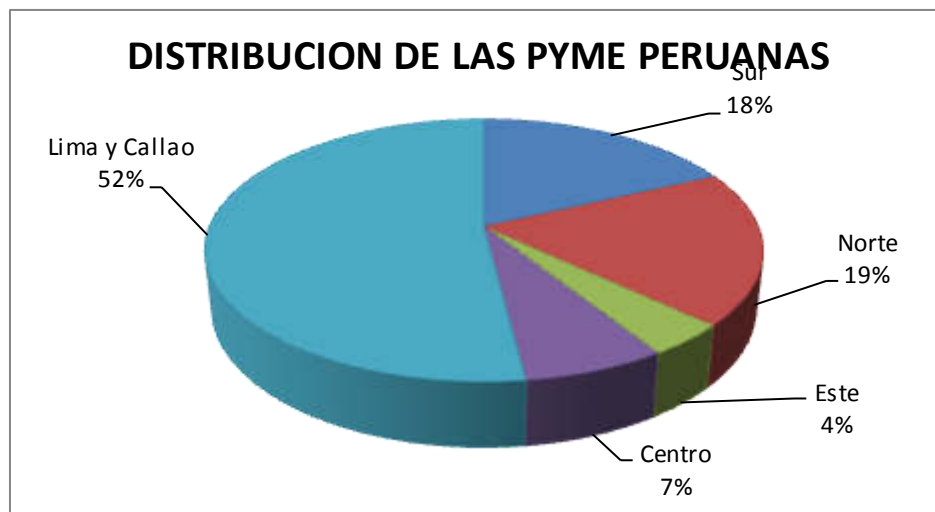


GRÁFICO 7 . CARTERA DE CLIENTES DE LA CONSULTORIA

Fuente: SUNAT. Declaración de la Renta. Elaboración propia.

2.4.1 Análisis de la Demanda

Para el estudio de la demanda vamos a segmentar el mercado Según el siguiente cuadro:

MATRIZ DE SEGMENTACIÓN DE MERCADO		
SEGMENTACIÓN		DESCRIPCIÓN
GEOGRÁFICA	PROVINCIA	LIMA
	DISTRITO	EMPORIO COMERCIAL DE GAMARRA - LA VICTORIA
TAMAÑO	EMPRESAS	PEQUEÑAS , MEDINAS Y GRANDES EMPRESAS
TIPO	SEGÚN CONFORMACION	SOCIEDADES ANÓNIMAS

Como parte de nuestra segmentación mencionamos que nos concentraríamos en las pequeñas, medianas y grandes empresas del emporio de Gamarra, nuestra demanda potencial serian 768 empresas.

En Gamarra existen 24000 establecimientos de los cuales el 3.5 % pequeñas empresas y el 1 % son medianas y grandes empresas.

En conclusión tenemos que GUIA PYME se enfocara en las empresas de tipo pequeña, mediana y grande (768) debido que son las que mayores ingresos tienen y son un grupo reducido comparado con las microempresas

TOTAL DE EMPRESAS	TIPO DE EMPRESA	%	Q
24000	MICROEMPRESA	96.8%	23,232
	PEQUEÑA	3.1%	744
	MEDIANA/GRANDE	0.1%	24

FUENTE: INEI. Elaboración propia.

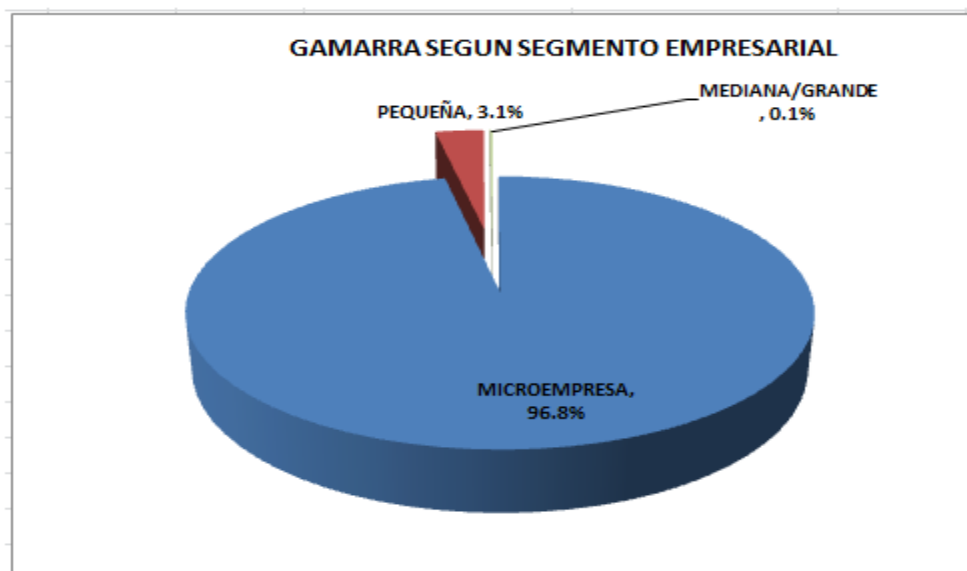


GRÁFICO 8. GAMARRA SEGÚN SEGMENTO EMPRESARIAL

Fuente: INEI. Elaboración propia

Tamaño de la muestra

Para calcular el tamaño de la muestra aplicaremos la siguiente fórmula:

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N-1)) + k^2 * p * q}$$

N: es el tamaño de la población o universo (número total de posibles encuestados).

K: es una constante que depende del nivel de confianza que asignemos. El nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de nuestra investigación sean ciertos: un 95,5 % de confianza es lo mismo que decir que nos podemos equivocar con una probabilidad del 4,5%.

Los valores k más utilizados y sus niveles de confianza son:

La extensión del uso de Internet y la comodidad que proporciona, tanto para el encuestador como para el encuestado, hacen que este método sea muy atractivo.

K	1,15	1,28	1,44	1,65	1,96	2	2,58
Nivel de confianza	75%	80%	85%	90%	95%	95,5%	99%

e: es el error muestral deseado. El error muestral es la diferencia que puede haber entre el resultado que obtenemos preguntando a una muestra de la población y el que obtendríamos si preguntáramos al total de ella.

p: es la proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio. Este dato es generalmente desconocido y se suele suponer que $p=q=0.5$ que es la opción más segura.

q: es la proporción de individuos que no poseen esa característica, es decir, es $1-p$.

n: es el tamaño de la muestra (número de encuestas que vamos a hacer).

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N-1)) + k^2 * p * q}$$

$n = \frac{1.96 * 1.96 * 768 * 0.05 * 0.95}{0.03 * 0.03 * (768 - 1) + 1.96 * 1.96 * 0.05 * 0.95}$

$n = \frac{1.96 * 1.96 * 768 * 0.05 * 0.95}{0.03 * 0.03 * (768 - 1) + 1.96 * 1.96 * 0.05 * 0.95}$

$n = \frac{140.14}{0.87}$

$n = 161$

La Muestra que arrojó la fórmula para llevar a cabo el cuestionario fue de 161 Empresas

En la siguiente hoja se muestra la encuesta que se realizó para determinar el tipo de empresa de nuestro mercado objetivo, identificar qué tipos de empresas son de acuerdo a su constitución, cuáles son las necesidades en cuanto asesoría, conocer si han tenido algún problema tributario y como lo solucionó, y si está interesado en contratar nuestros servicios.

ENCUESTA DE USO Y COMPRA DE SERVICIO DE CONSULTORIA TRIBUTARIA

La presente encuesta tiene por finalidad conocer las necesidades de la empresa en cuanto asesoría y si está dispuesto a contratar el servicio de asesoría, por lo que te pedimos tu sinceridad marcando con una X en el recuadro de la opción de acuerdo a tu realidad.

¿A qué tipo de Empresa pertenece?

Pequeña Empresa

Mediana Empresa

Gran Empresa

¿A qué tipo de Empresa según su constitución?

Sociedad Anónima

Empresa Individual de Responsabilidad Limitada

OTROS

1.- ¿Cuáles son las necesidades actuales de la Empresa en cuanto Asesoría se Refiere?

Tributario

Contable

Administrativo

Otros

2.- ¿Ha tenido algún problema tributario con respecto a su empresa?

Si

No

3.- ¿Cómo resolvió el problema tributario con respecto a su empresa?

Abogado

Contador

Tramitador

4.- ¿En la actualidad cuenta con asesoría en materia tributaria? Si la respuesta es SI indique quien lo asesora?

Si

No

5.- ¿Estaría dispuesto a contratar a una empresa que brinde el servicio de Asesoría y Consultoría Tributaria?

Si

No

SE LES AGRADECE POR SU COLABORACIÓN.

Setiembre 2013.

2.4.1.1 Análisis de las preguntas de la encuesta

Primero detallaremos los tipos de empresa de los negocios entrevistados:

¿A qué tipo de Empresa pertenece?

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Pequeña Empresa	137	85.09%
Mediana Empresa	17	10.56%
Gran Empresa	7	4.35%

Análisis

El tipo de empresa que conforma el mercado de GUIA PYME son: La Pequeña Empresa con 137 empresas (85.09 %), La Mediana Empresa con 17 empresas (10.56%) y la Gran Empresa con 7 empresas (4.35%)

En segundo lugar detallaremos los tipos de empresa según la conformación de los negocios encuestados:

¿A qué tipo de Empresa según su constitución?

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Sociedad Anónima	129	80.12%
Empresa Individual de Responsabilidad Limitada	24	14.91%
Otros	8	4.97%

Análisis

El 80.12% de los negocios encuestados son sociedades Anónimas, este resultado nos ayuda a segmentar nuestro servicio solo a sociedades anónimas debido a su grado de complejidad tributaria y a que son las que más necesitan de asesoría tributaria.

PREGUNTA 1:

1.- ¿Cuáles son las necesidades actuales de la Empresa en cuanto Asesoría se refiere? (respuesta múltiple)

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Tributario	143	88.82%
Contable	139	86.34%
Administrativo	38	23.60%
Otros	21	13.04%

Análisis

En el cuadro anterior podemos apreciar que el 88.82.64% de las empresas encuestadas necesita Asesoría Tributaria, lo cual nos confirma que existe demanda por nuestro servicio.

PREGUNTA 2:

2- ¿Ha tenido algún problema tributario con respecto a su empresa?

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	137	85.09%
No	24	14.91%

Análisis

De esta pregunta hemos obtenido como resultado que el 85.09 % de empresas en gamarra han tenido problemas tributarios, lo cual nos muestra la necesidad del servicio de asesoría tributaria

PREGUNTA 3:

3.- ¿Cómo resolvió el problema tributario con respecto a su empresa?

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Abogado	66	48.18%
Contador	59	43.07%
Tramitador	12	8.76%

Análisis

Para esta pregunta el 48.18% de nuestras empresas encuestadas soluciono su problema tributario con la ayuda de un abogado, mientras el 43.07 % lo hizo con la ayuda de un contador y solo el 8.75% lo soluciono con un tramitador.

Analizando el resultado de esta pregunta nos encontramos con un nicho de mercado, que nos muestra que no existe presencia de empresas de asesoría y consultoría tributaria en Gamarra.

Esta información confirma la factibilidad de nuestro proyecto y nos muestra que existe demanda insatisfecha en Gamarra.

PREGUNTA 4:

¿En la actualidad cuenta con asesoría en materia tributaria? Si la respuesta es SI indique quien lo asesora?

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	32	19.88%
No	129	80.12%

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Abogado	15	10.95%
Contador	14	10.22%
otros	3	2.19%

Análisis

De las 161 empresas encuestadas, solo 32 empresas (19.88%) cuentan con asesoría, mientras que 129 empresas (80.12%) no cuentan con dicho servicio, lo que nos muestra que existe un mercado insatisfecho.

PREGUNTA 5:

¿Estaría dispuesto a contratar a una empresa que brinde el servicio de Asesoría y Consultoría Tributaria?

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	149	92.55%
No	12	7.45%

Análisis

Podemos apreciar que 149 empresas (92.55%) estarían dispuestos a contratar el servicio de asesoría y consultoría tributaria.

Estas 149 empresas, que indicaron su predisposición para contratar una empresa de asesoría y consultoría tributaria, representan nuestra demanda.

2.5. Estudio de la oferta

Uno de los elementos que contribuyen a dimensionar el mercado de la consultoría en Perú es el correspondiente a los niveles de facturación de las principales empresas del sector: según los datos más recientes, en 2009 los ingresos de estas compañías ascendieron a US\$ 1.687 millones. Esta cifra incluye los ingresos provenientes de todas las áreas de negocio de estas empresas, que pueden ser diferentes a la consultoría.

Analizando el siguiente gráfico, los mayores ingresos del sector derivan de las áreas de consultoría en ingeniería, consultoría integral y consultoría en Tecnologías de la Información y Comunicación.

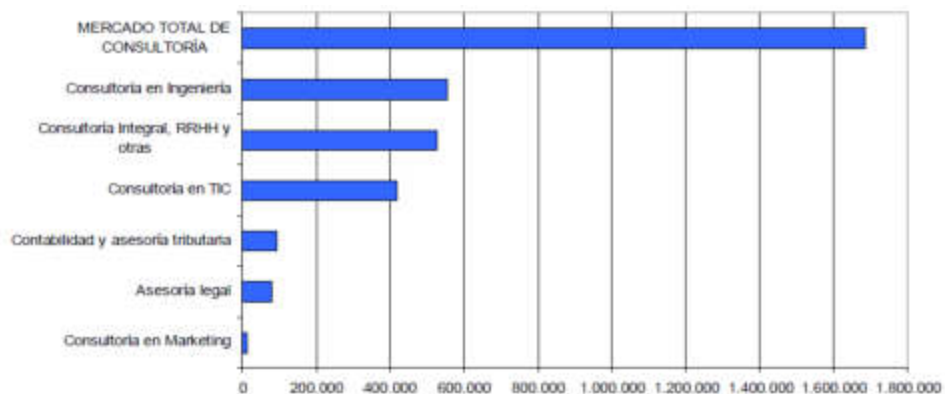


GRÁFICO 9. TAMAÑO DEL MERCADO CONSIDERANDO LA FACTURACIÓN DE LAS PRINCIPALES EMPRESAS DE CONSULTORÍA

Fuente: The Top 10.000 companies Elaboración propia 2011.

Analizado los datos de facturación de las principales empresas del sector en 2009, de acuerdo con Perú: The Top 10.000 companies 2011, se puede deducir la distribución de estas empresas según sus áreas de especialización; tal y como muestra el siguiente gráfico.

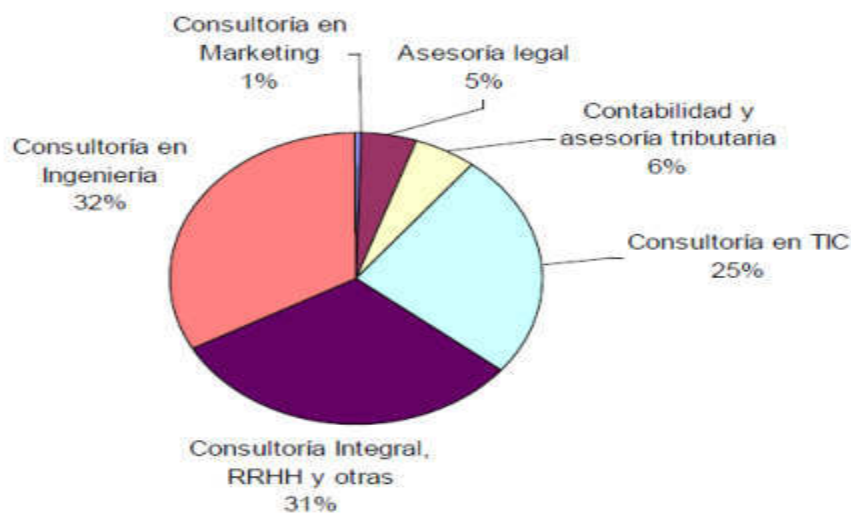


GRÁFICO 10. DISTRIBUCIÓN SEGÚN AREAS DE ESPECIALIZACIÓN DE LAS PRINCIPALES EMPRESAS DE CONSULTORÍA EN EL PERU

Fuente: The Top 10.000 companies Elaboración propia 2011.

El 32% de las principales consultoras en Perú se dedican a la consultoría en ingeniería, el 31% a la consultoría integral y de RRHH y un 25% al subsector de las tecnologías de la información y la comunicación. En menor medida le sigue la consultoría en asesoría tributaria, legal y marketing.

La organización representativa de estas empresas es la Asociación Peruana de Consultoría (APC). Aunque su nombre indique que esta Asociación incluye empresas consultoras en cualquier subsector, sus miembros (alrededor de 17 empresas) forman parte del grupo de consultoría de ingeniería. La totalidad de estas empresas atienden tanto al sector público como al privado.

No obstante, si además de las principales empresas consultoras se tiene en cuenta el resto de la oferta de consultoría en Perú y se cuantifican según su área de especialización, se obtiene el siguiente gráfico.

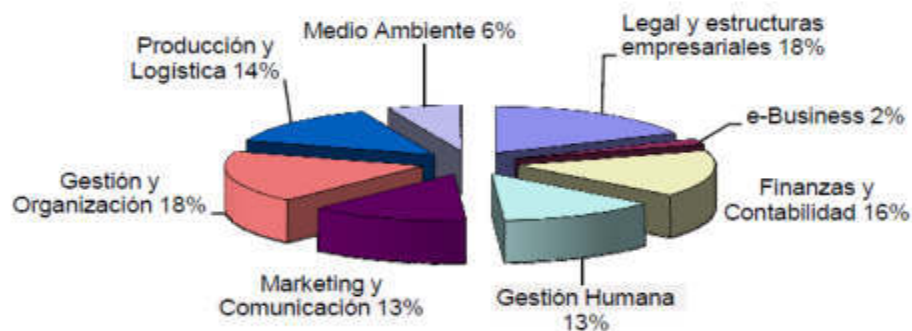


GRÁFICO 11. EMPRESAS DE CONSULTORÍA DISTRIBUIDAS POR ESPECIALIDAD

Fuente: eConsulting. Directorio de Consultoría Empresarial. CONFIEP.

Por otra parte, es importante mencionar la tendencia existente entre las empresas del sector por complementar su oferta con actividades de capacitación, que incluyen la realización de cursos, seminarios, talleres y conferencias, principalmente.

2.5.1 Análisis de la oferta

Las empresas de servicios de consultoría en Perú se pueden clasificar en tres categorías diferentes según el servicio que ofrecen:

- Servicio integral: Suelen ser empresas consultoras multinacionales o empresas líderes que abarcan áreas de alto nivel como la de ingeniería o implantación de soluciones tecnológicas.
- Servicio total: Son aquellas que aunque no tengan conocimiento de cada una de las áreas, brindan todo tipo de consultoría gracias a la subcontratación.
- Especializadas: Responden a las necesidades del mercado, especializadas en áreas específicas de gestión empresarial, y pertenecen a este grupo las pequeñas y medianas empresas.

Por otro lado, y aparte de estas empresas, la oferta de la consultoría no estaría completa sin tener en cuenta los consultores independientes. Éstos, en su mayoría, están especializados en el área de gestión y organización, seguida por el área de finanzas y contabilidad, y por la asesoría legal y de estructuras empresariales.

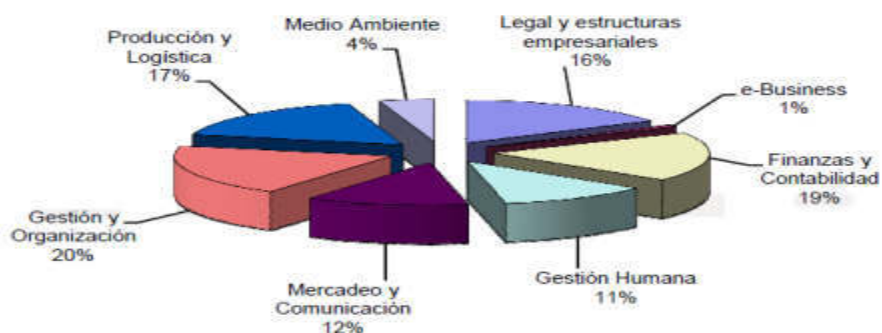


GRÁFICO 12. CONSULTORES INDEPENDIENTES POR ESPECIALIDAD

Fuente: eConsulting. Directorio de Consultoría Empresarial. CONFIEP.

Se detallan a continuación las principales empresas del sector de la consultoría en cada uno de los principales subsectores desarrollados en Perú, según sus niveles de facturación importancia en el mercado.

Apoyo Consultoría

Los clientes de APOYO Consultoría pertenecen en su mayoría a la mediana y gran empresa, siendo de poca importancia el sector público y la pequeña empresa.

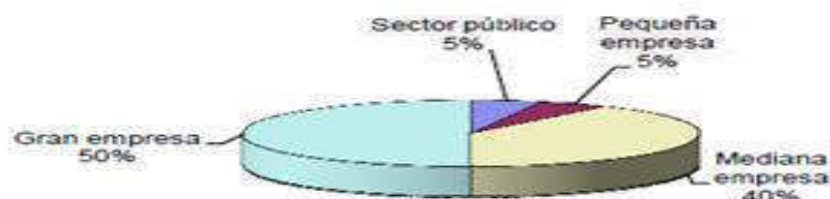


GRÁFICO 13. COMPOSICIÓN PORCENTUAL DE LA CARTERA DE CLIENTES DE APOYO CONSULTORES

Fuente: eConsulting. Directorio de Consultoría Empresarial

Macroconsult S.A.

Su cartera de clientes está encabezada por la mediana empresa, seguida de la gran empresa y el sector público. En una pequeña proporción, la pequeña empresa.

Maximixe

Empresa peruana de consultoría que desde sus comienzos ha ido creciendo gracias a su profundo conocimiento del mercado peruano. Esto le permite atender el segmento de las PYME, su mayor cliente, y entidades del sector público.

Mercadeando S.A.

Sus servicios van dirigidos hacia entidades de cooperación, organismos privados de desarrollo y pequeñas empresas.

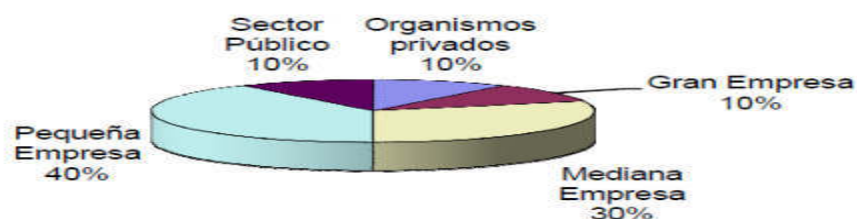


GRÁFICO 14. CARTERA DE CLIENTES DE MERCADEANDO

Fuente: eConsulting. Directorio de Consultoría Empresarial

A continuación se detallan las principales empresas (las primeras 3.000) de Perú por CIUU, según Perú: The Top 10,000 companies 2011, junto con sus ingresos totales de 2009 y el ranking que ocupan de acuerdo con estos ingresos.

CIUU	EMPRESA	RANK INGRESOS 2009	INGRESOS TOTALES 2009 ⁴¹
7411 ASESORIA LEGAL	MUÑIZ, RAMIREZ, PEREZ-TAIMAN & OLAYA S.C.R.L.	1095	17138
	MIRANDA & AMADO ABOGADOS S.C.R.L.	1127	16410
	RODRIGO ELIAS & MEDRANO ABOGADOS S.C.R.L.	1221	15508
	ESTUDIO LUIS ECHECOPAR GARCIA S.R.L.	1735	10308
	BARREDA MOLLER S.C.R.L.	2456	6671
	ESTUDIO RUBIO LEGUIA NORMAND Y ASOCIADOS S.C.R.L.	2526	6416
	REPRESENTACIONES H. DE C. S.A.C.	2743	5869
CIUU	EMPRESA	RANK INGRESOS 2009	INGRESOS TOTALES 2009
7412 CONTABILIDAD Y ASESORIA TRIBU- TARIA	PRICEWATERHOUSE COOPERS S.C.R.L.	969	19964
	MEDINA ZALDIVAR PAREDES & ASOCIADOS S.C.	1149	16224
	ERNST & YOUNG ASESORES S.C.R.L.	1195	15785
	BUREAU VERITAS DEL PERU S.A.	1383	14073
	DELOITTE & TOUCHE S.R.L.	1688	10511
	BELTRAN, GRIS Y ASOCIADOS S. CIVIL R.L.	1788	9892

La oferta del sector de consultoría en Perú es escasa. Existe un mínimo número de empresas consultoras locales (totalmente peruanas), ya que la mayor parte de las consultorías en Perú han sido creadas por empresas internacionales, instaladas en el país a través de filiales y de franquicias. Hoy día las principales consultoras internacionales (KPMG, Ernst&Young, PWC, Deloitte, McKinsey, Accenture) están presentes en

Perú. El gradual crecimiento de la demanda de servicios de consultoría y la afluencia de las grandes empresas ha dinamizado notablemente el mercado peruano.

Estas empresas de carácter internacional, junto con las locales, están centradas en el mercado de las Grandes empresas. Ello abre una interesante oportunidad para abarcar el mercado de las pequeñas y medianas, que se están enfocando crecientemente a los mercados de exportación, en relación con lo cual vienen demandando un volumen de servicios de consultoría cada vez mayor. Aunque es un colectivo complejo en muchos sentidos (incluyendo su carácter informal [economía sumergida]), hay una cierta tradición asociativa que puede facilitar el trabajo con este tipo de empresas.

Por otra parte, es importante mencionar la existencia en Perú de diversas entidades que Promueven la consultoría, especialmente en las PYME, lo que representa un aspecto positivo para el desarrollo futuro del sector en ese país.

En conclusión, el mercado peruano de consultoría presenta en todas las áreas de especialización altos índices de atracción para las empresas, visto el alto crecimiento de la demanda y la escasa oferta presente en el país.

Las óptimas perspectivas futuras que presenta el país en todos los índices macroeconómicos, según las mayores instituciones mundiales, hacen de Perú uno de los principales países objetivo de empresas internacionales en todos los sectores, también en el de servicios de consultoría.

Después de haber analizado la oferta de la consultoría en el Perú, lo cual nos ha servido para entender los diferentes servicios que las empresas

ofrecen, lo cual nos ayudara para determinar la oferta en el emporio de Gamarra.

Se ha verificado que en el emporio de Gamarra no existe una empresa de asesoría y consultoría especialista en temas Tributaria, solo existen profesionales en Derecho y Contabilidad que ofrecen sus servicios de manera desorganizada, sin una clara visión ni conocimientos tributarios.

La oferta de asesoría y consultoría en Gamarra es escasa. Existe un mínimo número de profesionales que ofrecen sus servicios pero no hay ninguna empresa de asesoría y consultoría establecida.

A continuación se detalla la oferta de servicios profesionales en Gamarra:

TIPO DE OFERTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Abogado	15	46.88%
Contador	14	43.75%
Tramitador	3	9.38%
Total de oferta	32	100.00%

2.6. Determinación de la Demanda Insatisfecha

Concepto	Q
Demanda potencial (Dp)	149
Oferta potencial (Op)	32
<i>Demanda insatisfecha</i>	Dp - Op
<i>Demanda insatisfecha</i>	117
%	78.5%

La demanda insatisfecha en el emporio de Gamarra es del 78.5 % (Elaboración propia) debido que no existe ninguna empresa de consultoría

que brinde los servicios que GUIA PYME ofrece, solo existe el servicio de abogados y contadores que de manera desorganizada e improvisada brindan su servicio.

La mayoría de las pequeñas y medianas empresas solo tienen contador externo y ningún asesor legal, ni empresa consultora lo que nos deja Gamarra a disposición de nuestros servicios.

2.7. Proyecciones y provisiones para comercializar

La proyección de demanda está sustentada en la experiencia de un año, que tienen los socios Alexander Mendoza y Alejandro Camarena, antes de crear la empresa GUÍA PYME, se considerara también los resultados de la encuesta realizada en el estudio de mercado.

TABLA N° 1. MATRIZ DE SEGMENTACION DE MERCADO

MATRIZ DE SEGMENTACIÓN DE MERCADO		
SEGMENTACIÓN		DESCRIPCIÓN
GEOGRÁFICA	PROVINCIA	LIMA
	DISTRITO	EMPORIO COMERCIAL DE GAMARRA - LA VICTORIA
TAMAÑO	EMPRESAS	PEQUEÑAS , MEDINAS Y GRANDES EMPRESAS
TIPO	SEGÚN CONFORMACIÓN	SOCIEDADES ANÓNIMAS

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática

TABLA N° 2. SEGMENTACION POR TIPO DE ACTIVIDAD DE LA EMPRESA

TOTAL EMPRESAS EN GAMARRA	TIPO DE ACTIVIDAD	%	Q
24,000	COMERCIO	64.0%	15,360
	MANUFACTURA	23.2%	5,568
	TRANSPORTES Y ALMACEN	7.4%	1,776
	ALOJAMIENTO Y COMIDA	2.3%	552
	OTROS	3.1%	744
TOTAL		100.0%	24,000

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática

TABLA N° 3. SEGMENTACION POR TAMAÑO DE LA EMPRESA

TOTAL EMPRESAS EN GAMARRA	TIPO DE EMPRESA	%	Q
24,000	MICROEMPRESA	96.80%	23,232
	PEQUEÑA	3.10%	744
	MEDIANA/GRADE	0.10%	24
TOTAL		100.00%	24,000

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática

TABLA N° 3. SEGMENTACION POR TIPO DE RÉGIMEN SOCIETARIO

TOTAL EMPRESAS EN GAMARRA	RÉGIMEN SOCIETARIO	%	Q	% VENTAS
24,000	PERSONAS NATURALES	85.6%	20,544	60.0%
	SRL/EIRL	6.9%	1,656	15.2%
	SOCIEDADES ANONIMAS	7.5%	1,800	24.8%
TOTAL		100.0%	24,000	100.0%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática

TABLA N° 4. RESULTADO DE LA ENCUESTA SOBRE DEMANDA ATENDIDA DE ASESORIA TRIBUTARIA

Con Asesoría	CANTIDAD	PORCENTAJE
Empresa con asesoría	32	19.88%
Empresa sin asesoría	129	80.12%

Fuente: Encuesta

TABLA N° 5. RESULTADO DE LA ENCUESTA – SOBRE OFERTA DE PROFESIONALES

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Abogado	15	46.88%
Contador	14	43.75%
Tramitadores	3	9.38%
Total	32	100.00%

Fuente: Encuesta

TABLA N° 5. RESULTADO DE LA ENCUESTA SOBRE DEMANDA NO ATENDIDA DE ASESORIA TRIBUTARIA

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	149	92.55%
No	12	7.45%

Fuente: Encuesta

TABLA N° 6. CALCULO DE DEMANDA INSATISFECHA

Concepto	Q
Demanda potencial (Dp)	149
Oferta potencial (Op)	32
<i>Demanda insatisfecha</i>	Dp - Op
<i>Demanda insatisfecha</i>	117
%	78.5%

Fuente: Elaboración propia

TABLA N° 7. CALCULO DE LA PROYECCION DE LA DEMANDA TOMANDO COMO CRITERIO LA EXPERIENCIA PREVIA DE LOS SOCIOS

MES	MIEMBRESÍA				Seguimiento de Fiscalización				Interposición de Reclamo				Trabajos Especiales				TOTAL
	A	B	C	D	A	B	C	D	A	B	C	D	A	B	C	D	
ENERO	5				1								2		1		9
FEBRERO		2	2			1			1	2			2	2			12
MARZO		1		2	1	1			1	2	1		1	2			12
ABRIL						1		1	1	2	1						6
MAYO					1		1	1	1						1		5
JUNIO						1	1	1				1					4
JULIO							1					1			1		3
AGOSTO								1			1					1	3
SEPTIEMBRE								1			1				1	1	4
OCTUBRE								1								1	2
NOVIEMBRE							1	1									2
DICIEMBRE																	0
TOTAL	5	3	2	2	3	4	4	7	4	6	4	2	5	4	4	3	62

Fuente: Elaboración Propia

En conclusión Guía PYME en su primer año atenderá a 62 clientes distribuidos en los siguientes servicios:

TABLA N° 8. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA PARA EL PRIMER AÑO

Tarifas por tipo de Cliente	Membresía mensual	Seguimiento de Fiscalización	Interposición de Reclamo	Trabajos Especiales	Total
A	5	3	4	5	17
B	3	4	6	4	17
C	2	4	4	4	14
D	2	7	2	3	14
TOTAL	12	18	16	16	62

Fuente: Elaboración Propia

La proyección de demanda del segundo año y del tercer año está sustentada en la experiencia, que tienen los socios Alexander Mendoza y Alejandro Camarena, antes de crear la empresa GUÍA PYME.

A través de una entrevista a los socios indicaron que debido a la coyuntura empresarial, al crecimiento del país, al incremento de la presión fiscal así como al impulso a la formalización de las empresas el año anterior antes de formar la empresa no pudieron atender a alrededor de 64 empresas (representa el 103 % de los clientes atendidos) debido a la falta de capacidad instalada y al no contar con una empresa constituida.

Es por este motivo que guía pyme concluye crecer en su segundo año de operación en un 100% y en el tercer año en un 150% con respecto al año inicial.

En conclusión Guía PYME en su segundo año atenderá a 124 clientes y en el tercer año atenderá 198 distribuidos en los siguientes servicios:

TABLA N° 9. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA PARA EL SEGUNDO Y TERCER AÑO

Ventas Anuales	Año 1	Año 2	Año 3
Membresía Mensual	12	24	42
Seguimiento de Fiscalización	18	36	58
Interposición de Reclamo	16	32	56
Trabajos Especiales	16	32	42
TOTAL	62	124	198
%		1	1.5

Fuente: Elaboración Propia

2.8. Descripción de la Política Comercial

2.8.1 Precio

Política de Precios

A continuación se definen los criterios tomados para la elaboración de los precios por tipo de cliente y por servicio.

TIPO DE CLIENTE	RANGO DE INGRESOS ANUAL
A	S/. 301,000 A MAS
B	S/. 201,000 A 300,000
C	S/. 101,000 A 200,000
D	S/. 60,000 A 100,000



SERVICIOS OFRECIDOS
Membresía mensual
Seguimiento de Fiscalización
Interposición de Reclamo
Trabajos Especiales

En un inicio la estrategia será de penetración, es decir los precios serán menores a los promedios del mercado, pero una vez posicionada la empresa nos fundamentaremos en precios de mercado.

TABLA N° 10. PRECIOS DEL SERVICIO DE ASESORIA TRIBUTARIA DE LOS PROFESIONALES QUE OFERTAN EN GAMARRA. EXPRESADO EN SOLES

Tarifas por tipo de Cliente	Membresía mensual	Seguimiento de Fiscalización		Interposición de Reclamo (1)	Trabajos Especiales (2)	Precio por hora	Sesión
		Horas	Tarifa				
A	2,500	150	9,000	4,000	5,000	75	106.25
B	1,875	120	6,000	3,000	3,750	63	106.25

C	1,250	60	2,400	2,000	2,500	50	106.25
D	625	30	900	1,000	1,250	38	106.25

(1) 7% del total reclamado, 4% por éxito del reclamo

(2) Tax Planning. Auditorias especiales.

Fuente: Consulta directa a clientes potenciales de gamarra

Tomando como base las tarifas referidas en el cuadro N°7, y la experiencia de un año que tienen los socios Alexander Mendoza y Alejandro Camarena, nuestras tarifas serán 25 % menores al precio del mercado, según se detalla en el cuadro N° 8

TABLA N° 11. PRECIOS DEL SERVICIO DE ASESORIA TRIBUTARIA GUIA PYMES (EXPRESADO EN SOLES).

Tarifas por tipo de Cliente	Membresía mensual	Seguimiento de Fiscalización		Interposición de Reclamo (1)	Trabajos Especiales (2)	Precio por hora	Sesión
		Horas	Tarifa				
A	2,000	120	7,200	3,200	4,000	60	85
B	1,500	96	4,800	2,400	3,000	50	85
C	1,000	48	1,920	1,600	2,000	40	85
D	500	24	720	800	1,000	30	85

(1) 5% del total reclamado, 3% por éxito del reclamo

(2) Tax Planning. Auditorias especiales.

Fuente: Elaboración Propia

2.8.2 PROMOCIÓN

Las Relaciones públicas y recomendaciones entre los mismos clientes, será la principal estrategia de promoción que tendrá nuestra empresa. Además de un servicio hecho a la medida según el tipo de contribuyente y sus

necesidades específicas, aunado al alto grado de especialización del capital humano de GUIA PYME, nos diferenciara de las demás consultorías.

2.8.3 PRODUCTO

SERVICIOS OFRECIDOS
Membresía mensual
Seguimiento de Fiscalización
Interposición de Reclamo
Trabajos Especiales

2.8.4 PLAZA Y DISTRIBUCIÓN

La relación entre cliente y proveedor de servicio de Consultoría Tributaria debe manejarse de manera personalizada.

La mejor manera de atender al cliente, será a través de asesores especializados en cada tipo de cliente según al rubro económico al que pertenecen y al servicio que soliciten.

El primer paso para realizar una negociación con el cliente, será a través de citas en las oficinas del cliente, o también en las oficinas de nuestra empresa.

2.9. Cuadro de la demanda proyectada para el negocio

De acuerdo a las expectativas del mercado para GUIA PYME, se ha previsto contar con un total de 62 clientes el primer año, de los cuales el 16% corresponde a membresía, 29% a seguimiento de fiscalización, 26% a interposición de reclamos y el 29% restante a trabajos especiales. Así también, se ha estimado un crecimiento del 100% para el segundo año y del 150% en el tercer año.

TABLA N° 12. DEMANDA PROYECTADA DE ASESORIA TRIBUTARIA PARA GUIA PYMES (EXPRESADO EN SOLES).

Membresía mensual									
Proyección de Clientes	Año 1	Precio	Proyec.	Año 2	Precio	Proyec.	Año 3	Precio	Proyec.
A	5	2,000	10,000	10	2,000	20,000	17	2,000	34,000
B	3	1,500	4,500	6	1,500	9,000	11	1,500	16,500
C	2	1,000	2,000	4	1,000	4,000	7	1,000	7,000
D	2	500	1,000	4	500	2,000	7	500	3,500
TOTAL	12	-	17,500	24	-	35,000	42	-	61,000
Índice de crecimiento				1			1.5		

Seguimiento de Fiscalización									
Proyección de Clientes	Año 1	Precio	Proyec.	Año 2	Precio	Proyec.	Año 3	Precio	Proyec.
A	3	8,400	25,200	6	8,400	50,400	10	8,400	84,000
B	4	5,760	23,040	8	5,760	46,080	12	5,760	69,120
C	4	2,400	9,600	8	2,400	19,200	12	2,400	28,800
D	7	960	6,720	14	960	13,440	24	960	23,040
TOTAL	18	-	64,560	36	-	129,120	58	-	204,960

Interposición de Reclamo									
Proyección de Clientes	Año 1	Precio	Proyec.	Año 2	Precio	Proyec.	Año 3	Precio	Proyec.
A	4	10,000	40,000	8	10,000	80,000	14	10,000	140,000
B	6	5,000	30,000	12	5,000	60,000	21	5,000	105,000
C	4	3,000	12,000	8	3,000	24,000	14	3,000	42,000
D	2	800	1,600	4	800	3,200	7	800	5,600
TOTAL	16	-	83,600	32	-	167,200	56	-	292,600

Trabajo Especiales									
Proyección de Clientes	Año 1	Precio	Proyec.	Año 2	Precio	Proyec.	Año 3	Precio	Proyec.
A	5	4,000	20,000	10	4,000	40,000	17	4,000	68,000
B	4	3,000	12,000	8	3,000	24,000	18	3,000	54,000
C	4	2,000	8,000	8	2,000	16,000	1	2,000	2,000
D	3	1,000	3,000	6	1,000	6,000	6	1,000	6,000
TOTAL	16	-	43,000	36	-	86,000	54	-	130,000
Índice de crecimiento				1			1.5		

CAPÍTULO III

ESTUDIO TECNICO

3.1. Tamaño del negocio, Factores determinantes

La importancia de definir el tamaño que tendrá mi proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar la implementación del servicio en estudio, de igual manera, la decisión que se tome con respecto del tamaño determinara el nivel de operación que posteriormente explicara la estimación de los ingresos por consultoría.

Mercado

En el mercado actual existe un nivel alto de competidores que actúan permanentemente en la búsqueda de nuevos clientes y nuevos mercados, esto hace más difícil la entrada de nuevos competidores al sector, por los altos costos en que se debe incurrir para ser exitoso.

Tecnología

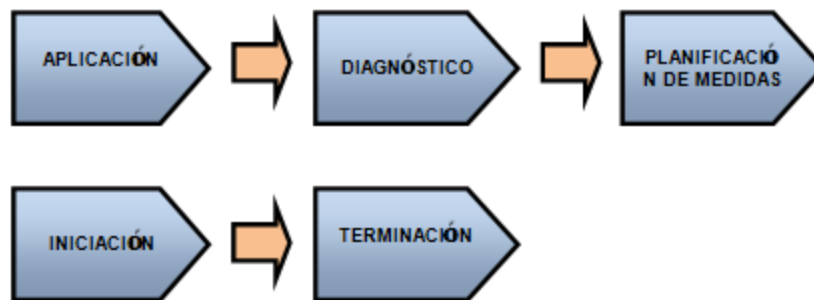
La tecnología también es un elemento que puede marcar la diferencia entre una empresa y otra para la prestación de sus servicios. Disponer de estas herramientas tiene un costo alto pero una oportunidad en el futuro

Insumos: Características y disponibilidad

El único insumo que se va a necesitar en este servicio es el talento humano que está representado a través del staff de consultores de GUIA PYME

3.2. Proceso y Tecnología

Consiste en establecer una serie de actividades sucesivas que partiendo de los insumos nos permita obtener un servicio terminado, para ello se muestra el siguiente gráfico:



3.2.1. Descripción y diagrama de los procesos

PROCESOS	ACTIVIDADES
INICIACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> · Primeros contactos con el cliente · Diagnostico preliminar del problema · Planificación del cometido · Propuesta de tareas al cliente · Contrato de Consultoría o Asesoría
DIAGNÓSTICO	<ul style="list-style-type: none"> · Delimitar el Alcance del Servicio · Análisis del Objeto de la contratación · Análisis del Problema · Descubrimiento de hechos · Análisis y descripción de los hechos · Información de los resultados al cliente
PLANIFICACIÓN DE MEDIDAS	<ul style="list-style-type: none"> · Elaboración de Soluciones · Evaluación de opciones · Propuestas al cliente · Planificación de la aplicación de medidas
APLICACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> · Contribución a la aplicación · Propuesta de ajuste · Capacitación
TERMINACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> · Evaluación · Informe Final · Establecimiento de Compromisos · Planes de Seguimiento · Retirada

3.2.2 Cuadro de requerimientos de bienes de capital, personal

Para la prestación del servicio, se espera que el personal disponga de su computador portátil y solo se habilitarán espacios físicos en la oficina. La asesoría Tributaria tendrá su propia oficina, en este sentido, los activos necesarios serían:

Muebles y Enseres

- 4 escritorios
- 4 sillas
- 4 archivadores
- 2 mesas pequeñas

Equipo de cómputo y comunicación

- 4 laptop
- 1 líneas de teléfono e internet
- 2 impresoras

Gastos operativos

- Arriendo de oficina de 80 m²
- Servicios públicos
- Papelería y elementos oficina

3.2.3 Infraestructura y características físicas

La ubicación de Estrategia Empresarial está fundamentada en un lugar de fácil acceso para los clientes, además de ser una zona PYME, por lo cual se han visitado varias oficinas en Gamarra.

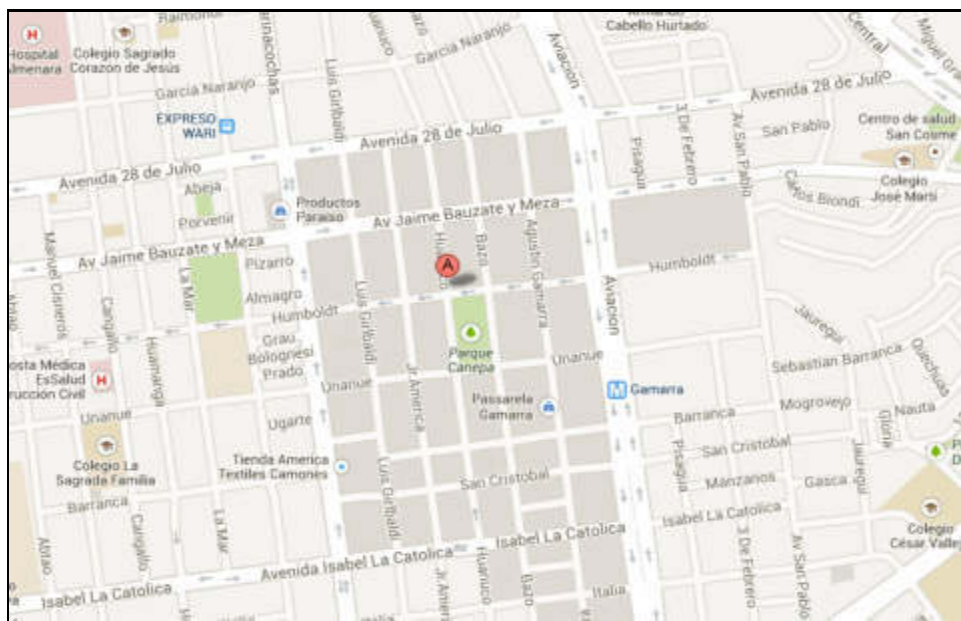
La oficina tendrá servicios públicos completos, telefonía e internet, Contará con buena iluminación, zonas de parqueo, baño, recepción, tres oficinas, sala de reunión y espacio para la secretaria.



Área del local 80 m2

3.3. Localización del negocio, Factores determinantes

Av. Prolongación Huánuco N° 1826, Local 207 de galería Unicachi a media cuadra del parque Canepa.



Esta es la ubicación de mi negocio debido que está en el corazón de Gamarra, lugar de mayor concentración de MYPE en lima.

Guía PYME tienen como target las pequeñas y medianas empresas de Gamarra lo cual es la razón fundamental de ubicarnos en el corazón de este emporio comercial.

CAPÍTULO IV
ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

4.1. Inversión Fija

Viene hacer los recursos tangibles (muebles y enseres, maquinarias y equipos, etc.) y no tangibles (certificados gastos de constitución, etc.), necesarios para la realización del proyecto.

Inversión Fija Tangible e Intangible en S/. 10,819

Inversión Fija Tangible		
Adquisición de Bienes	Cantidad	Monto S/.
Desktop	4	6,000
Impresora	2	800
Escritorios	4	1,200
Sillas ergonómicas	4	400
Sillas simples	8	320
Archivadores	4	240
Mesas	2	150
Total Tangible		9,110

Inversión Fija Intangible	
Servicios	Monto S/.
Gastos de Constitución y puesta en marcha de la empresa	350
Licencia de software	480
Costo de estudio de mercado	500
Licencia Municipal de Funcionamiento	279
Imprevistos	100
Total Intangible	1,709

TOTAL INVERSIÓN FIJA	10,819
-----------------------------	---------------

4.2. Capital de Trabajo

Es la herramienta que nos ayudará a iniciar y mantener una actividad Comercial.

Capital de Trabajo mensual S/. 13,840

ITEMS	Total S/.
Transporte mensual (Gamarra, visita a clientes, visita a SUNAT)	300
Promoción y publicidad	150
Mantenimiento (Luz, agua, seguridad y demás)	80
Telefonía Celular	180
Internet	100
Alquiler de local	800
Remuneraciones	12,230
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	13,840

4.3. Inversión Total

Comprende la inversión de activos tanto tangibles como intangibles más el capital de trabajo de la empresa.

La inversión requerida para el presente Plan de Negocio es de S/. 24,659

INVERSIÓN		
ITEM	S/.	%
Inversión Fija	10,819	44%
Capital de Trabajo	13,840	56%
Inversión Total	24,659	100%

4.4. Estructura de la inversión y financiamiento

La inversión es de 24,659 soles y está estructurado de la siguiente manera:

Estructura de la inversión		
Tipo	%	Monto S/.
Préstamo	24%	6,000
Aporte	76%	18,659
Total de Inversión		24,659.00

4.5. Fuentes Financieras

Nuestra fuente financiera será el Banco de Crédito del Perú, debido a que se hizo la misma corrida con el Banco Scotiabank y la TEA era más alta. He considerado solo estas dos entidades financieras porque soy cliente de ambas y cuento facilidades para créditos.

4.6. Condiciones de Crédito

Condiciones del Préstamo	
Préstamo en S/.	S/. 6,000
Tasa efectiva anual	18%
Tasa efectiva mensual	1.389%
Número de meses	36
Monto del pago S/.	S/. 212.92

Cronograma de Pagos en soles (S/.)

	ene-14	feb-14	mar-14	abr-14	may-14	jun-14	jul-14	ago-14	sep-14	oct-14	nov-14	dic-14
Saldo inicial	6,000	5,870	5,739	5,606	5,471	5,334	5,195	5,054	4,911	4,767	4,620	4,471
Interés	83	82	80	78	76	74	72	70	68	66	64	62
Amortización	130	131	133	135	137	139	141	143	145	147	149	151
Pago	213	213	213	213	213	213	213	213	213	213	213	213
Saldo final	5,870	5,739	5,606	5,471	5,334	5,195	5,054	4,911	4,767	4,620	4,471	4,320

	ene-15	feb-15	mar-15	abr-15	may-15	jun-15	jul-15	ago-15	sep-15	oct-15	nov-15	dic-15
Saldo inicial	4,320	4,168	4,013	3,855	3,696	3,534	3,371	3,204	3,036	2,865	2,692	2,517
Interés	60	58	56	54	51	49	47	45	42	40	37	35
Amortización	153	155	157	159	162	164	166	168	171	173	176	178
Pago	213	213	213	213	213	213	213	213	213	213	213	213
Saldo final	4,168	4,013	3,855	3,696	3,534	3,371	3,204	3,036	2,865	2,692	2,517	2,339

	ene-16	feb-16	mar-16	abr-16	may-16	jun-16	jul-16	ago-16	sep-16	oct-16	nov-16	dic-16
Saldo inicial	2,339	2,158	1,975	1,790	1,602	1,411	1,218	1,022	823	621	417	210
Interés	32	30	27	25	22	20	17	14	11	9	6	3
Amortización	180	183	185	188	191	193	196	199	201	204	207	210
Pago	213	213	213	213	213	213	213	213	213	213	213	213
Saldo final	2,158	1,975	1,790	1,602	1,411	1,218	1,022	823	621	417	210	0

CAPÍTULO V
ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS

5.1. Presupuesto de los costos

En el caso de la empresa de consultoría tributaria en análisis, los costos Operativos han sido agrupados en dos rubros: “Costo de Mano de Obra” y “Gastos Administrativos”.

Cliente	N° Clientes	N° Profesionales	N° Practicantes
A	2	1	1
B	4	1	
C	6	1	
D	10		1

Personal	Año 1	Año 2	Año 3
N° Profesionales	3	5	7
N° Practicantes	2	3	3
Índice de Crecimiento		1.6	2

Personal Administrativo	Año 1	Año 2	Año 3
Secretaria	1	1	1

TABLA N° 13: PROYECCIÓN RESUMEN DE LOS COSTOS DE PERSONAL

Resumen Mano de obra fija	Año 1 (S/.)	Año 2 (S/.)	Año 3 (S/.)
Profesionales	133,084	214,564	296,044
Practicantes	20,370	30,555	30,555
Secretaria	12,630	12,630	12,630
Total	166,084	257,749	339,229

TABLA N° 14: PROYECCIÓN DETALLE DE LOS COSTOS DE PERSONAL

Cargo	Q	REMUNERACION			Vacaciones	ESSALUD	TOTAL
		Persona	Mensual	Anual 12 sueldos	1/2 Sueldo	9%	ANUAL
Gerente General/ Consultor	1	3,800	3,800.00	45,600.00	1,900.00	4,104.00	51,604.00
Consultor	2	3,000	6,000.00	72,000.00	3,000.00	6,480.00	81,480.00
Secretaria	1	930	930	11,160.00	465.00	1,004.40	12,629.40
Practicante	2	750	1,500.00	18,000.00	750.00	1,620.00	20,370.00
TOTAL MENSUAL	6	-	12,230.00	146,760.00	6,115.00	13,208.40	166,083.40

En el rubro “Gastos Administrativos” se ha incluido todos los demás gastos realizados en servicios públicos, capacitación, adquisición de bienes necesarios para brindar un servicio eficaz y eficiente a los clientes.

TABLA N° 15: PROYECCIÓN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

ITEMS	MENSUAL (S/.)	ANUAL (S/.)	Año 1 (S/.)	Año 2 (S/.)	Año 3 (S/.)
Transporte mensual (Gamarra, visita a clientes y a SUNAT)	300	3,600	3,600	3,780	3,875
Promoción y publicidad	150	1,800	1,800	1,890	1,937
Costo de capacitación	110	1,320	1,320	1,386	1,421
Suscripción-revistas especializadas	70	840	840	882	904
Mantenimiento (Luz, agua y demás)	80	960	960	1,008	1,033
Telefonía Celular	180	2,160	2,160	2,268	2,325
Internet	100	1,200	1,200	1,260	1,292
Alquiler de local	800	9,600	9,600	10,080	10,332
TOTAL COSTOS FIJOS	1,790	21,480	21,480	22,554	23,118

Por lo antes expuesto se ha determinado que los Costos Operativos en el presente caso ascienden:

TABLA N° 16: PROYECCIÓN DE COSTOS OPERATIVOS

ITEM	Año 1 (S/.)	Año 2 (S/.)	Año 3 (S/.)
Costo MO	166,084	257,749	339,229
Otros Costos Fijos	21,480	22,554	23,118
TOTAL COSTOS OPERATIVOS	187,564	280,303	362,347

5.2. Punto de equilibrio**TABLA N° 17: ANÁLISIS DE PUNTO DE EQUILIBRIO**

ANÁLISIS DE PUNTO DE EQUILIBRIO			
	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas	208,660	417,320	688,560
Costos Fijos	187,564	280,303	362,347
Margen Bruto	21,096	137,017	326,213
total de Clientes	62	124	198
Ing. Prom * Cliente	3,365	3,365	3,478
Punto de equilibrio (Clientes)	15	52	122

5.3. Estado de Ganancias y Pérdidas**TABLA N° 18: ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS**

CONCEPTO	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016
Ventas brutas	208,660	417,320	688,560
Costo de Servicio	166,084	257,749	339,229
UTILIDAD BRUTA	42,576	159,571	349,331
Gastos administrativos	21,480	22,554	23,118
Depreciación	720	720	720
Otros gastos eventuales	5,000	7,000	10,000
UTIL.ANT.IMPTOS.	15,376	129,297	315,493
Impto. Renta 30%	4,613	38,789	94,648
UTILIDAD NETA	10,763	90,508	220,845

5.4. Presupuesto de ingresos

TABLA N° 19: PROYECCIÓN DE PRESUPUESTO DE INGRESOS

Ventas Anuales	Año 1	Año 2	Año 3
Membresía Mensual	17,500	35,000	61,000
Seguimiento de Fiscalización	64,560	129,120	204,960
Interposición de Reclamo	83,600	167,200	292,600
Trabajos Especiales	43,000	86,000	130,000
TOTAL	208,660	417,320	688,560

5.5. Presupuesto de egresos

TABLA N° 20: PROYECCIÓN DE PRESUPUESTOS DE EGRESOS

ITEMS	Año 1	Año 2	Año 3
Remuneraciones	166,084	257,749	339,229
Transporte mensual (Gamarra, visita a clientes y a SUNAT)	3,600	3,780	3,875
Promoción y publicidad	1,800	1,890	1,937
Costo de capacitación	1,320	1,386	1,421
Suscripción-revistas especializadas	840	882	904
Mantenimiento (Luz, agua y demás)	960	1,008	1,033
Telefonía Celular	2,160	2,268	2,325
Internet	1,200	1,260	1,292
Alquiler de local	9,600	10,080	10,332
TOTAL COSTOS FIJOS	187,564	280,303	362,347

DESCRIPCIÓN	Q CLIENTES AÑO 1	Q CLIENTES AÑO 2	Q CLIENTES AÑO 3	COSTO AÑO 1 S/.	COSTO AÑO 2 S/.	COSTO AÑO 3 S/.
MERCHANDISING (AGENDAS, LAPICEROS, FOLDERS, LLAVEROS, ETC)	62	124	186	1,240	2,480	3,720
GASTOS DE REPRESENTACION	62	124	186	3,760	4,520	6,280
TOTAL				5,000	7,000	10,000

5.6. Flujo de Caja proyectado

TABLA N° 21: PROYECCIÓN FLUJO DE CAJA

CONCEPTO	AÑO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ingreso por Ventas		208,660	417,320	688,560
INVERSION				
Aporte propio	18,659			
Préstamo	6,000			
EGRESOS				
Costos Fijos		187,564	280,303	362,347
Costos Variables		5,000	7,000	10,000
Depreciación		720	720	720
TOTAL DE EGRESOS		193,284	288,023	373,067
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		15,376	129,297	315,493
Impuestos (30%)		4,613	38,789	94,648
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS		10,763	90,508	220,845
Flujo de Caja económico	24,659	10,763	90,508	220,845
Préstamo	6,000	1,680	1,982	2,339
Intereses		876	572	216
Escudo fiscal		263	172	65
Flujo de Caja financiero	-18,659	7,944	87,782	218,225

5.7. Balance general

TABLA N° 22: PROYECCIÓN BALANCE GENERAL

CONCEPTO	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016
Activo			
Activo Corriente			
Caja y Bancos	208,660	417,320	688,560
Total Activo Corriente	208,660	417,320	688,560
Tangibles	S/. 3,510	S/. 1,796.00	S/. 1,885.00
Intangibles	S/. 729	S/. 765.00	S/. 804.00
Depreciación	S/. 720.00	S/. 720.00	S/. 720.00
Total Activo No Corriente	S/. 4,959	S/. 3,281	S/. 3,409
TOTAL ACTIVO	213,619	420,601	691,969
Pasivo y Patrimonio			
Pasivo Corriente			
Facturas por pagar	192,564	287,303	372,347
Tributos por pagar	4,829	39,005	94,864
Total Pasivo Corriente	197,393	326,308	467,211
Patrimonio			
Capital Social	7,778	6,007	6,029
Resultados del Ejercicio	8,448	88,286	218,729
Total Patrimonio	16,226	94,293	224,758
Total Pasivo y Patrimonio	213,619	420,601	691,969

CAPÍTULO VI EVALUACIÓN

6.1. Evaluación Económica, Parámetros de Medición

Costo de Oportunidad	:	18%
Costo de la Deuda	:	18%
Impuesto a la Renta	:	30%

Desarrollo del Valor Neto Económico (VANe)

$$VAN = - Inversión + \frac{FCe1}{(1+i)} + \frac{FCe2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FCn}{(1+i)^n}$$

Desarrollo del TIRe

$$TIRe = \frac{1}{(1 + l)^n} * Cn$$

EVALUACIÓN ECONÓMICA	
TIR	184%
VAN	S/. 183,877
COSTO DE CAPITAL	18.00%

6.2. Evaluación Financiera, Parámetros de Medición

Costo de Oportunidad	:	18%
Costo de la Deuda	:	18%
Impuesto a la Renta	:	30%

Desarrollo del Valor Neto Financiero (VANf)

$$\text{VAN} = - \text{Inversión} + \frac{\text{FCe1}}{(1+i)} + \frac{\text{FCe2}}{(1+i)^2} + \dots + \frac{\text{FCn}}{(1+i)^n}$$

Desarrollo del TIRe

$$\text{TIRe} = \frac{1}{(1 + I)^n} * Cn$$

EVALUACIÓN FINANCIERA	
TIR	213%
VAN	S/. 183,935
COSTO DE CAPITAL	18.00%

6.3. Evaluación Social

El impacto social de GUIA PYME está representado en la generación de empleos directos e indirectos, así como el aporte tributario a las pequeñas y medianas empresas de Gamarra, con lo cual mejorarán en su gestión con sus empleados, clientes y proveedores, contribuyendo a la economía regional y al crecimiento de las familias y clientes.

6.4. Impacto Ambiental

La empresa GUIA PYME no tiene riesgo en el impacto del medio ambiente, sin embargo se tendrán políticas de manejo de residuos sólidos y energía, así como de agua y demás elementos que apunten a disminuir la contaminación y el calentamiento global.

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

- De acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas, la Consultoría Tributaria, es la especialidad de consultoría de mayor demanda en Gamarra.

- Así también, según las encuestas, la mayoría de las empresas Han tenido problemas tributarios, tales procesos de fiscalizaciones, de cobranza coactiva y auditoria. Tal situación ocasiona que dichas empresas, entre otros, requieran el servicio de consultoría tributaria.

- En gamarra no existen empresas de consultoría que ofrezcan sus servicios, solo existen, profesionales en Contabilidad y en Derecho que ofrecen sus servicios de manera improvisada.

- Así también, la SUNAT con el propósito de ampliar la base tributaria viene implementando nuevos mecanismos de fiscalización, los que son sujetos de perfeccionamiento en el tiempo. Estos acontecimientos que forman parte del entorno de las empresas y que influyen en su planeamiento y en la toma de sus decisiones hacen que dichos agentes económicos requieran contar con personal con conocimiento y experiencia en materia tributaria y/o recurrir con mayor afluencia a empresas que brindan el servicio de Consultoría Tributaria.

- De acuerdo al análisis realizado, para el éxito de una empresa de Consultoría Tributaria es necesario que la misma cuente con Una o más personas con prestigio ganado y con reconocimiento Adquirido en el ámbito de la consultoría tributaria.
- Según el Plan Estratégico desarrollado, se ha establecido una Inversión inicial estimada en 24,659 con la cual la empresa obtendría aproximadamente una rentabilidad después de impuestos de S/. 10,763 en su primer año.
- El primer año ascendería a S/. 10,763 el segundo año de S/. 90,507 y el tercer año de 218,225. Respecto al VAN, éste sería: 183,877
- Por último, la TIR calculada para el periodo de tres (3) años es de 184%.
- Por lo tanto, estamos hablando de la creación de una empresa muy rentable con panorama favorable para su ubicación en el mercado y su desarrollo a través del tiempo, en un periodo de 3 años.
- De acuerdo al estudio realizado por la CONFIEP el tipo de consultoría de mayor demanda en el Perú es de “Tributaria”, dado los cambios en la política tributaria, en las medidas adoptadas por el gobierno y las acciones en constante innovación aplicados por parte de la SUNAT con el propósito de incrementar la base tributaria y la recaudación, se avizora una tendencia creciente de la demanda de consultorías tributarias, tendencia similar a la demanda de este servicio a nivel internacional.

7.2. Recomendaciones

- Es factible invertir en GUIA PYME, la rentabilidad que ofrece este sector es atractiva y no requiere de gran inversión.
- Es conveniente que GUIA PYME cuente con personal que posean conocimientos y experiencia en materia tributaria a fin de que puedan afrontar con éxito los cambios que se suscitan en la política tributaria.
- GUIA PYME debe optar por capacitar continuamente al personal competente en materia tributaria
- Un factor de éxito para la consultora tributaria es que por lo menos uno de sus profesionales tenga un dominio de las normas tributarias y que dicho dominio goce de reconocimiento y prestigio en el medio empresarial, ello asegura una cartera de clientes apropiada.
- Se debe determinar el mercado objetivo y luego estratificar a los clientes y, en base a ello definir las tarifas, el tipo de servicio a ofrecer y la cantidad de profesionales destinados a cada cliente y servicio en particular.

BIBLIOGRAFÍA

Libros y publicaciones consultadas

1. Actualización de Estadísticas de la Micro y Pequeña Empresa. CODEMYPE y MINTRA
2. Asociaciones Público Privadas. Situación Actual. Pro Inversión
3. Guía de Inversión ICEX.
4. eConsulting. Directorio de Consultoría Empresarial. CONFIEP
5. La Situación de la Micro y Pequeña Empresa en el Perú. MINTRA y PROMPYME.
6. Información de Oportunidades de Multilaterales, Perú. EXTENDA. The Top 10.000 companies 2011. Perú Top Publications

Direcciones de páginas web consultadas

1. <http://www.proinversion.gob.pe/>
2. <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/>