

UNIVERSIDAD DE LA INTEGRACIÓN DE LAS
AMÉRICAS



FACULTAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA Y SEMI PRESENCIAL
LICENCIATURA EN CONTADURÍA PÚBLICA

“CONSULTORÍA DE AUDITORÍA Y CONTROL INTERNO
PARA PEQUEÑAS EMPRESAS”

FIDEL RODRIGO ARRIOLA PEÑA

Asunción, Paraguay

Año 2024



Resumen Ejecutivo

El servicio ofertado es una empresa que se dedicará a la producción y comercialización de **Consultoría de Auditoría y Control Interno para Pequeñas Empresas** en la ciudad de Luque principalmente, complementada con otros productos. La empresa está ubicada en el centro de la ciudad de Luque, lugar estratégico para abarcar el mercado de la Consultoría de Auditoría y Control Interno.

El entorno económico es favorable, ya que, por lo regular, la mayoría de las personas, opinan que el servicio de auditoría no es buena calidad, y es la razón principal que muchos siguen en búsqueda de mejores ofrecimientos en el mercado. A esto se suma el servicio personalizado que se ofrecerá a cada empresa en particular, lo que resulta en que cada vez más personas puedan formar parte de la cartera de clientes de esta empresa.

Las estrategias genéricas de Porter sugieren que una empresa puede lograr una ventaja competitiva sobre sus rivales al lograr un mayor nivel de desempeño. Él diferencia entre dos tipos principales de ventajas competitivas (bajos costos y diferenciación), que se pueden dividir en subcategorías mediante la segmentación del mercado (Porter M. E., How competitive forces shape strategy, 1979).

La principal innovación del servicio ofertado se basa en mantener la calidad y eficiencia del servicio, por un lado, y por otro, el liderazgo en costos. Además, se utiliza la aplicación del Marketing Mix que es una mezcla de estrategias donde sus pilares están enfocados en el producto, precio, plaza y promoción, con el fin de determinar los aspectos internos de la empresa para determinar su introducción al mercado, y enfocado a la paridad competitiva, con un precio por debajo de lo que actualmente ofrecen los competidores.

El objetivo principal del Plan de Empresa es evaluar su viabilidad económica y financiera mediante la realización de un estudio con los siguientes objetivos específicos: analizar el sector industrial mediante el modelo de Porter; realizar estudios de mercado tanto del macro como del microambiente; preparar un plan de Marketing con todos los componentes considerados; y definir el plan administrativo, técnico y legal del proyecto.

La inversión inicial requerida es de Gs 102.705.732, de los cuales el 94% se aplica en adquisición de equipos de informática y muebles de oficina y, el 6% en gastos de apertura y puesta en funcionamiento del local.

Este Plan de Negocios ha sido desarrollado aplicando técnicas de marketing y metodologías financieras que brindan estimaciones alcanzables de ingresos y gastos para proyectar con precisión la rentabilidad potencial del proyecto de inversión. Para la determinación de los ingresos y gastos se han utilizado precios de mercado vigentes, calculándose un incremento del 10% respecto al año anterior.

