

## INDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>1.- PROBLEMÁTICA</b> .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>2.- IDENTIFICACIÓN Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>2.1.- ELEMENTOS DEL PROBLEMA QUE SE CONOCEN</b> -----	<b>...¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>2.2.- ELEMENTOS DEL PROBLEMA QUE SE PRETENDEN CONOCER.</b>	<b>----- ¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>2.3.- FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</b> -----	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>3.- JUSTIFICACIÓN</b> .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>3.1.- JUSTIFICACIÓN TEÓRICA</b> .....	<b>..¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>3.2.- JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA</b> ----	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>3.3.- JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA</b> .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>4.- OBJETIVO DE LA TESIS</b> -----	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>4.1.-OBJETIVOS GENERAL</b> .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>4.2.- OBJETIVOS ESPECÍFICO</b> .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>4.2.1.- Objetivos específicos del marco teórico</b> -----	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>4.2.2.- Objetivos específicos del marco práctico</b> -----	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>5.- PLANTEAMIENTO DE LA HIPÓTESIS</b> .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

**6.- ALCANCES-----**

***¡Error! Marcador no definido.***

6.1.- ALCANCE GEOGRÁFICO----- ***¡Error! Marcador no definido.***

6.2.- ALCANCE TEMPORAL----- ***¡Error! Marcador no definido.***

6.3.- ÁREA TEMÁTICA ----- ***¡Error! Marcador no definido.***

6.4.- SECTOR ECONÓMICO DE ESTUDIO-- ***¡Error! Marcador no definido.***

6.5.- INSTITUCIONES RELACIONADAS----- ***¡Error! Marcador no definido.***

**7.- METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN-----**

***¡Error! Marcador no definido.***

7.1.- TIPO DE INVESTIGACIÓN----- ***¡Error! Marcador no definido.***

7.2.- MÉTODO ----- ***¡Error! Marcador no definido.***

7.3.- UNIVERSO DE ESTUDIO ----- ***¡Error! Marcador no definido.***

7.4.- FUENTES Y TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN----- ***¡Error! Marcador no definido.***

7.4.1.- Primaria -----

***¡Error! Marcador no definido.***

7.4.2.- Secundaria-----

***¡Error! Marcador no definido.***

**CAPITULO I**

**“CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR DE ESTUDIO”**

<b>1.1.- DESCRIPCIÓN DEL SECTOR.....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>1.2.- RESEÑA HISTÓRICA .....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.0</b>
<b>1.3.- CARTERA DE NEGOCIO .....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.2</b>
<b>1.4.- ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL ....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.3</b>

## **CAPITULO II**

### **“PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EN MARKETING”**

<b>2.1.- DEFINICIÓN .....</b>	<b>35</b>
<b>2.2.- PLAN ESTRATÉGICO .....</b>	<b>36</b>
2.2.1.- DEFINICIÓN DE VISIÓN .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
2.2.2.- DEFINICIÓN DE MISIÓN.....	37
2.2.3.- DEFINICIÓN DE OBJETIVO.....	<b>¡Error! Marcador no definido.38</b>
2.2.4.- DEFINICIÓN DE VALORES Y PRINCIPIOS .....	39
<b>2.3.- DEFINICIÓN DE ESTRATEGIAS CORPORATIVAS.....</b>	<b>40</b>
2.3.1.- ESTRATEGIAS CORPORATIVAS DE PARTICIPACIÓN .....	<b>¡Error!</b>
<b>Marcador no definido.0</b>	

2.3.1.1.- Desarrollo de las Estrategias de Crecimiento-----	
<b>¡Error! Marcador no definido.1</b>	
2.3.2.- ESTRATEGIAS COMPETITIVAS O DE NEGOCIO-----	<b>¡Error!</b>
<b>Marcador no definido.2</b>	
2.3.2.1.- Estrategias de posicionamiento-----	
<b>¡Error! Marcador no definido.2</b>	
<b>TIPOS DE POSICIONAMIENTO-----</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.3</b>
2.3.2.2.- Definición de Estrategias Competitivas de Michael Porter-----	
<b>¡Error! Marcador no definido.4</b>	
<b>2.4.- DISEÑO DE LA CARTERA DE NEGOCIO-----</b>	<b>46</b>
2.4.1.- ANÁLISIS DE LA CARTERA DE NEGOCIOS ACTUAL -----	46
2.4.2.- ENFOQUE DE LA BOSTON CONSULTING GROUP -----	47
<b>2.5.- ANÁLISIS FODA.....</b>	<b>49</b>
<b>2.6.- PLAN DE MARKETING .....</b>	<b>51</b>
2.6.1.- DEFINICIÓN DE MARKETING-----	<b>¡Error! Marcador no definido.1</b>
2.6.2.- EL PROCESO DE MERCADOTECNIA-----	<b>¡Error! Marcador no definido.2</b>
2.6.2.1.- Analizar las oportunidades de mercadotecnia-----	
<b>¡Error! Marcador no definido.2</b>	

2.6.2.2.- Seleccionar los mercados meta-----	
<i>¡Error! Marcador no definido.</i> 3	
2.6.2.3.- Desarrollar la mezcla de mercadotecnia-----	
<i>¡Error! Marcador no definido.</i> 4	
2.6.2.4.- Administrar el esfuerzo de mercadotecnia-----	55
<b>2.7.- SERVUCIÓN</b> -----	58
Elementos del sistema de Servucción: Satisfacción; Soporte; Personal; Servicio Interno; Competidores; Diseño; Innovación.-----	59
<b>2.8.- IDENTIDAD CORPORATIVA</b> -----	60
<b>2.9.- IMAGEN CORPORATIVA</b> -----	
<i>¡Error! Marcador no definido.</i>	
<b>2.10.- MARKETING RELACIONAL</b> -----	
<i>¡Error! Marcador no definido.</i>	

### **CAPITULO III**

## **“LIMITANTES DEL MARKETING PARA EMPRESAS CONSULTORAS CONTABLES”**

<b>3.1.- INTRODUCCIÓN</b> -----	
<i>¡Error! Marcador no definido.</i>	
<b>3.2.- ARTÍCULOS DEL CÓDIGO DE ÉTICA PROFESIONAL DE ONTADORES SOBRE LOS “ANUNCIOS DE SERVICIOS PROFESIONALES</b> -----	
<i>¡Error! Marcador no definido.</i>	
“PUBLICIDAD Y COMUNICACIONES”-----	67
“SANCIONES”-----	70

## **CAPÍTULO IV**

### **“RELACIÓN DEL MARCO TEÓRICO CON EL MARCO PRÁCTICO”**

<b>4.1.- RELACIÓN DE OBJETIVOS DEL MARCO TEÓRICO CON EL MARCO PRÁCTICO</b> -----	73
--	----

## **CAPÍTULO V**

### **“MARCO TEÓRICO REFERENTE”**

<b>5.1.- COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR</b> -----	
<i>¡Error! Marcador no definido.</i>	
<b>5.2.- EL PROCESO DE DECISIÓN DEL COMPRADOR</b> .....	<i>¡Error! Marcador no definido.</i>
5.2.1.- RECONOCIMIENTO DE LA NECESIDAD-----	<i>¡Error! Marcador no definido.</i>
5.2.2.- BÚSQUEDA DE LA INFORMACIÓN --	<i>¡Error! Marcador no definido.</i>
5.2.3.- EVALUACIÓN DE OPCIONES-----	<i>¡Error! Marcador no definido.</i>

5.2.4.- DECISIÓN DE COMPRA -----	<i>¡Error! Marcador no definido.</i>	7
5.2.5.- CONDUCTA POSTERIOR A LA COMPRA:-----		78
<b>5.3.- SATISFACCIÓN DEL CLIENTE .....</b>		<b>79</b>
<b>5.4.- CREAR VALOR AL CLIENTE .....</b>		<b>79</b>
<b>5.5.- ESTRATEGIAS EMERGENTES .....</b>		<b>79</b>
<b>5.6.- CARTERA DE CLIENTES.....</b>		<b>80</b>
<b>5.7.- PARTICIPACIÓN DE MERCADO .....</b>	<i>¡Error! Marcador no definido.</i>	
<b>5.8.- COMPETENCIA .....</b>	<i>¡Error! Marcador no definido.</i>	
<b>5.9.- SEGMENTO DE MERCADO.....</b>	<i>¡Error! Marcador no definido.</i>	
<b>5.10.- ORIENTACIÓN AL MERCADO .....</b>	<i>¡Error! Marcador no definido.</i>	
<b>5.11.- SERVICIO POST – VENTA.....</b>	<i>¡Error! Marcador no definido.</i>	
<b>5.12.- SERVICIOS .....</b>	<i>¡Error! Marcador no definido.</i>	
Características de los servicios-----	<i>¡Error! Marcador no definido.</i>	
<b>5.13.- ANÁLISIS COSTO BENEFICIO.....</b>	<i>¡Error! Marcador no definido.</i>	

## **CAPÍTULO VI**

### **“METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN”**

<b>6.1.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>		<b>87</b>
<b>6.2.- OBJETIVOS .....</b>		<b>87</b>
6.2.1.- OBJETIVO GENERAL-----		87
6.2.2.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS-----		88
<b>6.3.- ASPECTOS METODOLÓGICOS-----</b>		<b>88</b>
6.3.1.- DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO DE ESTUDIO Y LA MUESTRA -----		88
6.3.1.1.- Universo y Censo de las Empresas de Servicios de----- Consultoría Contable-----		89
6.3.1.2.- Universo y Censo para las Gerencias de AUDEXIN----- FINANCIAL CONSULTING CO. LTDA. -----		90

6.3.1.3.- Universo para el Personal Interno de la Empresa ----- **¡Error! Marcador no definido.**

AUDEXIN FINANCIAL CONSULTING CO. LTDA. ----- **¡Error! Marcador no definido.**

6.3.1.4.- UNIVERSO Y MUESTRA PARA LOS CLIENTES DE AUDEXIN  
----- **¡Error! Marcador no definido.**

FINANCIAL CONSULTING CO. LTDA. ----- **¡Error! Marcador no definido.**

6.3.1.5.- TIPO DE INVESTIGACIÓN----- 96

**6.4.- TAREAS A DESARROLLAR-----**  
**¡Error! Marcador no definido.**

**6.5.- IDENTIFICACIÓN DE LAS VARIABLES-----96**

6.5.1.- DETERMINACIÓN DE LAS VARIABLES DE LOS OBJETIVOS DEL  
MARCO TEÓRICO Y DEL MARCO PRÁCTICO ----- 97

**6.6.- OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES-----**  
**¡Error! Marcador no definido.**

6.6.1.- CODIFICACIÓN DE LAS VARIABLES-----**¡Error! Marcador no  
definido.**

## **CAPÍTULO VII**

### **“PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE AUDEXIN”**

**7.1.- INTRODUCCIÓN-----**  
**¡Error! Marcador no definido.**

**7.2.- PLAN ESTRATÉGICO-----**  
**¡Error! Marcador no definido.**

7.2.1.- VALIDACIÓN DE LA VISIÓN DE AUDEXIN FINANCIAL  
CONSULTING CO. LTDA. ----- **¡Error! Marcador no definido.**

7.2.2.- VALIDACIÓN DE LA MISIÓN DE AUDEXIN FINANCIAL  
CONSULTING CO. LTDA. ----- **¡Error! Marcador no definido.**

7.2.3.- VALIDACIÓN DE LOS OBJETIVOS DE AUDEXIN FINANCIAL CONSULTING CO. LTDA. ----- **¡Error! Marcador no definido.**

7.2.4.- VALIDACIÓN DE LOS VALORES Y PRINCIPIOS DE AUDEXIN FINANCIAL CONSULTING CO. LTDA. ----- **¡Error! Marcador no definido.**

### **7.3.- ESTRATEGIAS CORPORATIVAS-----**

**¡Error! Marcador no definido.**

7.3.1.- ESTRATÉGIAS DE PARTICIPACIÓN: **¡Error! Marcador no definido.**

7.3.1.1.- Estrategia de Crecimiento-----

**¡Error! Marcador no definido.**

7.3.2.- ESTRATÉGIA COMPETITIVAS O DE NEGOCIOS- **¡Error! Marcador no definido.**

7.3.2.1.- Estrategias de Posicionamiento-----

**¡Error! Marcador no definido.**

TIPOS DE POSICIONAMIENTO----- **¡Error! Marcador no definido.**

7.3.2.2.- Estrategias competitivas de Michael Porter-----

**¡Error! Marcador no definido.**

### **7.4.- CARTERA DE NEGOCIOS DE AUDEXIN FINANCIAL CONSULTING CO. LTDA.-----**

**¡Error! Marcador no definido.**

7.4.1.- ANÁLISIS DE LA CARTERA DE NEGOCIOS ACTUAL -----**¡Error! Marcador no definido.**

7.4.2.- ENFOQUE DE BOSTON CONSULTING GROUP **¡Error! Marcador no definido.**

### **7.5.- ANÁLISIS FODA-----**

**¡Error! Marcador no definido.**

### **7.6.- PLAN DE MARKETING-----**

**¡Error! Marcador no definido.**

7.6.1.- PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EN MARKETING **¡Error! Marcador no definido.**

7.6.2.- EL PROCESO DE MERCADOTECNIA **¡Error! Marcador no definido.**

7.6.2.1.- ANALIZAR LAS OPORTUNIDADES DE MERCADOTECNIA  
-----*¡Error! Marcador no definido.*

7.6.2.2.- SELECCIONAR LOS MERCADOS META ---- *¡Error! Marcador no  
definido.*

7.6.2.3.- DESARROLLAR LA MEZCLA DE MERCADOTECNIA:----- *¡Error!  
Marcador no definido.*

**7.7.- CONTROL DE MERCADOTECNIA**-----  
*¡Error! Marcador no definido.*

**7.8.- EL AMBIENTE DE MERCADOTECNIA**-----  
*¡Error! Marcador no definido.*

**7.9.- EL SERVUCCIÓN DENTRO DE AUDEXIN FINANCIAL CONSULTING  
CO. LTDA.**-----  
*¡Error! Marcador no definido.*

7.9.1.- ELEMENTOS DEL SISTEMA DE SERVUCCION PARA AUDEXIN  
FINANCIAL CONSULTING CO. LTDA.-----  
*¡Error! Marcador no definido.*

**7.10.- IDENTIDAD CORPORATIVA DE AUDEXIN FINANCIAL**-----  
*¡Error! Marcador no definido.*  
**CONSULTING CO. LTDA.**-----  
*¡Error! Marcador no definido.*

## **CAPÍTULO VIII**

### **“CONCLUSIONES DEL MARCO PRÁCTICO”**

**8.1.- CONCLUSIONES DEL SECTOR**-----  
*¡Error! Marcador no definido.*

**8.2.- CONCLUSIONES DE AUDEXIN FINANCIAL CONSULTING CO. LTDA**---  
-----  
*¡Error! Marcador no definido.*

## **CAPÍTULO IX**

### **“COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS”**

Comprobación de la Hipótesis----- 148

## **CAPÍTULO X**

### **“DIAGNOSTICO ESTRATÉGICO”**

**10.1.- ANÁLISIS DAFO..... ¡Error! Marcador no definido.**

**10.2.- RELACIÓN CAUSA – EFECTO – SOLUCIÓN..... ¡Error! Marcador no definido.**

## **CAPÍTULO XI**

### **“ESQUEMA DE LA PROPUESTA”**

Esquema de la propuesta ----- 160

Introducción ----- 161

## **CAPÍTULO XII**

### **“PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EN MARKETING PARA LA INCREMENTACIÓN DE LA CARTERA DE CLIENTES EN EMPRESAS CONSULTORAS CONTABLES”**

#### **CASO: AUDEXIN FINANCIAL CO. LTDA**

**12.1.- DESARROLLO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE AUDEXIN FINANCIAL CO. LTDA..... ¡Error! Marcador no definido.**

- 12.1.1.- VISIÓN PROPUESTA----- **¡Error! Marcador no definido.**
- 12.1.2.- MISIÓN PROPUESTA: ..... **¡Error! Marcador no definido.**
- 12.1.3.- OBJETIVOS PROPUESTOS:----- **¡Error! Marcador no definido.**
- 12.1.4.- VALORES Y PRINCIPIOS PROPUESTOS: ----- **¡Error! Marcador no definido.**
- 12.1.5.- DESARROLLO DE ESTRATEGIAS CORPORATIVAS:----- **¡Error! Marcador no definido.**
  - 12.1.5.1.- ESTRATEGIA DE PARTICIPACIÓN: ----- **¡Error! Marcador no definido.**
  - 12.1.5.2.-ESTRATEGIAS COMPETITIVAS O DE NEGOCIOS: ----- **¡Error! Marcador no definido.**
- ESTRATEGIAS COMPETITIVAS BASADAS EN MICHAEL PORTER: **¡Error! Marcador no definido.**
- 12.1.6.- CARTERA DE NEGOCIOS:----- **¡Error! Marcador no definido.**
- 12.2.- PLAN DE MARKETING PARA AUDEXIN FINANCIAL CO. LTDA.**  
..... **¡Error! Marcador no definido.**
- 12.2.1.- MARKETING ----- **¡Error! Marcador no definido.**
- 13.2.2.- Mezcla de Mercadotecnia ----- **¡Error! Marcador no definido.**
- 12.2.3.- PRESUPUESTO DE LA MEZCLA DE MERCADOTECNIA PARA EL MARKETING ----- **¡Error! Marcador no definido.**
- 12.2.4.- EVALUACIÓN Y CONTROL DE LA PROPUESTA **¡Error! Marcador no definido.**

## **CAPÍTULO XIII**

### **“INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO”**

- 13.1.- OBJETIVOS** ..... **¡Error! Marcador no definido.**
- 13.2.- INVERSIONES** ..... **¡Error! Marcador no definido.**
  - 13.2.1.- INVERSIÓN DIFERIDA----- **¡Error! Marcador no definido.**
  - 13.2.2.- COSTO DE COMUNICACIÓN----- **¡Error! Marcador no definido.**

<b>13.3.- PRESUPUESTO DE LA MEZCLA DE MERCADOTECNIA-----</b>	
<b>        ¡Error! Marcador no definido.6</b>	
<b>13.4.- ANALISIS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS-----</b>	
<b>        ¡Error! Marcador no definido.</b>	
13.4.1.- ANALISIS DEL ESTADO DE RESULTADO -----	198
<b>13.5.- ANALISIS COSTO BENEFICIO-----</b>	<b>199</b>

## **CAPÍTULO XIV**

### **“CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES”**

14.1.- Conclusiones-----	203
14.2.- Recomendaciones-----	206

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Grafico 1.1.-</b> Consultoras Cruceñas (Oferta).....	19
<b>Grafico 7.1.-</b> Resultados de la Encuesta al Personal .....	114
<b>Grafico 7.2.-</b> Resultados de la Encuesta al Personal .....	115
<b>Grafico 7.3.-</b> Resultados de la Encuesta al Personal y Entrevista al Gerente .....	117
<b>Grafico 7.4.-</b> Resultados de la Encuesta al Personal y Entrevista al Gerente .....	118
<b>Grafico 7.5.-</b> Resultados de la Encuesta al Personal .....	120
<b>Grafico 7.7.-</b> Resultados de la Encuesta al Cliente Real .....	122
<b>Grafico 7.8.-</b> Resultados de la Encuesta al Cliente Real .....	123
<b>Grafico 7.9.-</b> Resultados de la Encuesta al Cliente Potencial .....	124
<b>Grafico 7.10.-</b> Resultados de la Encuesta al Personal .....	126
<b>Grafico 7.11.-</b> Resultados de la Encuesta al Cliente Real .....	126
<b>Grafico 7.12.-</b> Resultados de la Encuesta al Cliente Potencial .....	127

## ÍNDICE DE ESQUEMAS

<b>Esquema 4.1</b> Relación entre los objetivos del marco teórico y del marco práctico .....	74
<b>Esquema 6.1</b> Relación entre los objetivos, instrumentos de investigación, y la verificación de la hipótesis. ....	109

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.1.-</b> Caracterización del sector de estudio .....	17
<b>Figura 1.2.-</b> Estructura organizacional.....	19
<b>Figura 2.1.-</b> Identificación de las oportunidades del mercado mediante la matriz de expansión del producto-mercado .....	41
<b>Figura 2.2.-</b> Estrategia competitiva de Michael Porter .....	45
<b>Figura 2.1.-</b> Matriz de crecimiento participación de BCG. ....	47
<b>Figura 3.1.-</b> Proceso de decisión del comprador .....	76
<b>Figura 7.1.-</b> Matriz de Crecimiento Participación de Bcg.....	131
<b>Figura 12.1.-</b> Modelo de broshure (anverso) .....	163

<b>Figura 12.2.-</b> Modelo de broshure (reverso).....	164
<b>Figura 12.3.-</b> Modelo de broshure (cuerpo del broshure) .....	165
<b>Figura 12.4.-</b> Modelo de volantes (informativos) .....	166
<b>Figura12.5.-</b> Modelo de volantes (seminario) .....	167
<b>Figura 12.6-</b> Modelo de agendas.....	169
<b>Figura 12.7.-</b> Modelo de calendario .....	170
<b>Figura 12.8.-</b> Modelo de calendario.....	171
<b>Figura 12.9.-</b> Modelo de tazas .....	172
<b>Figura 12.10.-</b> Modelo de lapicero .....	173
 Figura 12.11.- Rediseño de sitio web.....	 174

## **INDICE DE CUADROS**

Cuadro 6.1.- Universo y Censo para las empresas de servicios de Consultoría Contables y Financieras.....	89
Cuadro 6.2.- Universo y Censo para las Gerencias.....	91
Cuadro 6.3.- Universo para el personal interno de la empresa Audexin Financial Consulting Co. Ltda. ....	91
Cuadro 6.4.- Universo para el clientes reales de la empresa Audexin Financial Consulting Co. Ltda.....	92
Cuadro 6.5.- Distribución de la muestra de acuerdo al porcentaje de participación del total de las empresas .....	96
Cuadro 6.6.- Determinación de las variables a través de los objetivos del Marco Práctico y del Marco Teórico.....	102
Cuadro 6.7.- Determinación de las variables a través de los objetivos del Marco Práctico y del Marco Teórico.....	103
Cuadro 6.8.- Relación de las variables del Marco Teórico con objetivos específicos del Marco Práctico.....	104
Cuadro 6.9.- Relación de las variables del Marco Teórico con objetivos específicos del Marco Práctico.....	105

Cuadro 6.10.- Relación de las variables del Marco Teórico con objetivos específicos del Marco Práctico.....	106
Cuadro 6.11.- Codificación de Variables.....	107
Cuadro 6.12.- Operacionalización de las Variables .....	108
Cuadro 7.1.- Análisis de las Fortalezas y Debilidades de AUDEXIN .....	135
Cuadro 9.1.- Prueba de Hipótesis .....	148
Cuadro 9.2.- Prueba de Hipótesis .....	149
Cuadro 10.1.- Matriz FODA de la empresa de consultoría financiera y administrativa. Audexin Financial Consulting Co. Ltda. ....	152
Cuadro 10.2.- Matriz DAFO de la empresa de consultoría financiera y administrativa. Audexin Financial Consulting Co. Ltda. ....	153
Cuadro 10.3.- Matriz DAFO de la empresa de consultoría contable. Audexin Financial Consulting Co. Ltda. ....	154
Cuadro 11.4.- Matriz DAFO de la empresa de consultoría financiera y administrativa. Audexin Financial Consulting Co. L .....	155
Cuadro 10.5.- Matriz DAFO de la empresa de consultoría financiera y administrativa Audexin Financial Consulting Co. Ltda. ....	156
Cuadro 10.6.- Matriz DAFO de la empresa de consultoría financiera y administrativa Audexin Financial Consulting Co. Ltda. ....	157
Cuadro 10.7.- Matriz Problema-Causa-Efecto-Solución de la empresa de consultoría financiera y administrativa. Audexin Financial Consulting Co. Ltda....	159
Cuadro 12.1.- Programa anual de seminarios .....	162
Cuadro 12.2.- Presupuesto Anual de la Planificación Estratégica de Marketing (Expresado en Bs.) .....	176
Cuadro 13.1.- Costos del Estudio de mercado (Expresado en Bs.).....	190

Cuadro 13.2.- Costos de Comunicación (Expresado en Bolivianos).....	191
Cuadro 13.3.- Programa Anual de Seminarios .....	192
Cuadro 13.4.- Costos Anual de Seminarios. (Expresado en Bs.) .....	193
Cuadro 13.5.- Ingreso Anual de Seminarios. (Expresado en Bs.).....	195
Cuadro 13.6.- Presupuesto Anual de la Planificación Estratégica de Marketing Indirecto (Expresado en Bs.).....	196
Cuadro 13.8.- Estado de Resultado de la Consultora Audexin Financial Consulting Co. Ltda. (Expresado en Bs.) .....	197