

**INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN
CIENTÍFICA, CONTABLE Y FINANCIERA**
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, AUDITORÍA
SISTEMAS DE CONTROL DE GESTIÓN Y FINANZAS

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA GABRIEL RENÉ MORENO



NÚMERO DE GRUPO



XIII
**FERIA FACULTATIVA
DE EMPRENDEDURISMO
INNOVACIÓN Y
TRANSFERENCIA
DE TECNOLOGÍA**

CATEGORÍA

EMPRENDIMIENTO

INTEGRANTES

JHOEL JIMENEZ MAMANI

JAVIER MONTAÑO JUSTINIANO

CAMILA RIBERA CRUZ

EDDY MORALES ONTIVEROS

DOCENTE GUIA

BEJARANO MARTINEZ DE ESPINOZA LILIANA

ÍNDICE

1	ANÁLISIS EXTERNO	7
1.1	Microentorno	7
1.1.1	Análisis de la demanda o clientes potenciales	7
1.1.2	Competidores	10
1.2	Macroentorno	12
1.2.1	Producto/Mercado	16
2	ANÁLISIS INTERNO	19
3	ANÁLISIS FODA	22
3.1	Análisis	22
3.1.1	Análisis externo (Oportunidades y Amenazas)	22
3.1.2	Análisis interno (Fortalezas y Debilidades)	23
3.1.3	Análisis FODA Resumido	24
3.2	Estrategia	24
4	PLAN OPERATIVO	25
4.1	Plan de Producción u Operación	26
5	PLAN DE MARKETING	30
5.1	Mercado Objetivo o Target	30
5.1.1	¿Cuál es la estructura del producto o servicio?	30
5.1.2	Básico. ¿Qué ofrece básicamente?	31
5.1.3	Esperado. ¿Qué espera el cliente potencial además de lo básico?	31
5.1.4	Aumentado. ¿Qué logrará alcanzar con el tiempo su producto o servicio, después de superar el producto esperado por el cliente?	31
5.2	Análisis del Producto	32
5.2.1	Atributos (características) del producto o servicio respecto a diseño	32
5.2.2	Descripción de la calidad del producto o servicio	33
5.2.3	Marca de producto o servicio	33
5.2.4	Etiqueta (Si corresponde)	33
5.2.5	Empaque (Si corresponde)	33
5.2.6	Servicio de apoyo que brindará la empresa al cliente	33

5.2.7	Cartera de productos o servicios	34
5.2.8	Líneas de productos o servicios	34
5.2.9	Profundidad de cada línea de productos o servicios	34
5.2.10	Ciclo de vida del producto o servicio	35
5.3	Análisis de Precio	36
5.3.1	Estrategia de Precio	36
5.3.2	Fijación de Precio Basado en el Valor	36
5.3.3	Fijación de Precio Basado en el Costo	36
5.3.4	Fijación de Precio Basado en la Competencia	37
5.3.5	Elasticidad Precio de la Demanda	37
5.3.6	Cálculo para Llegar al Precio Objetivo de Venta con Factura	37
5.3.7	Política de Modificación de Precios	38
5.3.8	Política de Descuentos	38
5.3.9	Estrategia para Motivar a los Clientes	38
5.4	Análisis de la Promoción	39
5.4.1	¿Cómo va a comunicar o promocionar el producto o servicio a su cliente?	39
5.4.2	¿Cuál será su mezcla comunicacional o promocional que utilizará?	39
5.4.3	Publicidad	39
5.4.4	Promoción en ventas	39
5.4.5	Relaciones públicas	40
5.4.6	Marketing directo	40
5.4.7	Venta personal	40
5.4.8	Eventos y experiencias	40
5.4.9	¿Cuál será el mensaje que comunicará a su mercado objetivo o target?	40
5.4.10	¿Por qué medios y vehículos comunicará el mensaje?	41
5.4.11	¿Cuál es el presupuesto de comunicación?	41
5.4.12	¿Cómo evaluará que la promoción o comunicación logró los resultados que esperaba?	41
5.5	Análisis de Plaza	42
5.5.1	¿Qué tipo de canal de distribución utilizará para hacer llegar sus productos o servicios a sus clientes?	42
5.5.2	Canal Directo	42

5.5.3	Canal Indirecto	43
5.5.4	¿Cómo evaluará que la distribución sea eficiente y eficaz?	43
6	PLAN DE RECURSOS HUMANOS	45
6.1	jhfjh	45
6.1.1	¿Qué personal importante requiere en el área de producción u operaciones para iniciar su negocio?	45
6.1.2	Personal de dirección	45
6.1.3	Personal de ejecución	45
6.1.4	Personal de operación	46
6.1.5	Otros	46
6.1.6	Manual de organización	47
6.1.7	Reclutamiento	47
6.1.8	Selección	48
6.1.9	Capacitación	48
6.1.10	Contratación	48
6.1.11	Inducción	48
6.1.12	Motivación al personal (Incentivos y comisiones)	48
6.1.13	Sueldos y salarios	48
6.1.14	Seguridad e higiene personal	49
6.1.15	Evaluación de desempeño	49
7	PLAN DE FINANZAS	49
7.1	Estados Financieros	49
7.2	Balance General	49
7.3	Estado de Resultado	50
7.4	Flujo de Caja	50
7.5	Instrumentos Requeridos	50
7.6	Principales Riesgos Financieros	51
8	Estudio Jurídico Fiscal	52
8.1	¿Qué forma jurídica va a tomar su empresa?	52
8.2	¿Por qué elegiría la forma jurídica que va a tomar su empresa?	52
8.3	¿Cuál será el nombre de la empresa?	52
8.4	¿Cuál será el número de socios y sus respectivas aportaciones?	53

8.5	¿Ante qué organismos públicos debe inscribir su empresa?	53
8.6	¿Cuáles serán sus principales obligaciones fiscales?	54
9	ANEXOS	57

RESUMEN EJECUTIVO

El trabajo consiste en un plan de negocio para una empresa de servicios de contabilidad en Bolivia. Se enfoca en ofrecer servicios de contabilidad, auditoría, asesoría fiscal y financiera a pequeñas, medianas y grandes empresas, además de emprendedores y profesionales independientes.

El análisis externo identifica un mercado creciente, impulsado por la formalización de empresas y la digitalización contable, con una demanda significativa en departamentos como La Paz, Santa Cruz y Cochabamba. La competencia incluye firmas contables tradicionales, despachos pequeños y plataformas en línea, cada uno con enfoques y precios distintos. El entorno económico y la compleja normativa fiscal representan tanto desafíos como oportunidades para la industria.

En cuanto al análisis interno, la empresa destaca por su equipo calificado y enfoque en el cliente, aunque enfrenta limitaciones en recursos y dependencia de clientes clave. El análisis FODA identifica oportunidades en la digitalización y asesoría fiscal para pymes, así como amenazas por cambios normativos y la competencia.

El plan operativo detalla la prestación de servicios en una oficina física complementada con plataformas en línea para facilitar la comunicación y gestión de clientes. El plan de marketing propone una estrategia multicanal para llegar al mercado objetivo, enfatizando la precisión, tecnología y atención personalizada.

Finalmente, el plan de finanzas incluye proyecciones de ingresos, costos y estrategias para asegurar la rentabilidad, destacando la importancia de la gestión de flujo de caja y de la inversión en tecnología y talento humano. El proyecto se presenta como una oportunidad de negocio viable en un mercado en expansión.

1 ANÁLISIS EXTERNO

1.1 Microentorno

1.1.1 Análisis de la demanda o clientes potenciales

- **Clientes Potenciales en Bolivia por Departamento**

El análisis de la demanda de servicios contables varía según los departamentos de Bolivia, ya que cada uno tiene un perfil económico y empresarial particular. A continuación, se describen los principales clientes potenciales en cada departamento:

La Paz: Empresas grandes y medianas en el sector de comercio, servicios, minería, y banca. También, microempresas y emprendedores en crecimiento, especialmente en las áreas urbanas.

Santa Cruz: Principal motor económico de Bolivia con gran presencia de empresas en el sector agroindustrial, comercial, y de servicios. Aquí se concentran muchas empresas exportadoras y multinacionales que demandan servicios contables sofisticados.

Cochabamba: Empresas medianas en los sectores de agroindustria, comercio y manufactura. También, emprendedores en áreas de tecnología, salud y educación.

Oruro y Potosí: Mineras y empresas vinculadas a la extracción de recursos naturales, así como pequeñas y medianas empresas que requieren servicios básicos de contabilidad.

Tarija: Sector energético (gas y petróleo) y viticultura, además de empresas pequeñas y medianas en comercio y turismo.

Chuquisaca: Principalmente servicios legales, comercio y pequeñas empresas de servicios profesionales.

Beni y Pando: Empresas de turismo, agropecuarias y comercio, con menor demanda de servicios contables debido a la baja densidad de negocios formales.

- **Tamaño de Clientes Potenciales y Cantidad de Servicios a Vender**

El tamaño del cliente potencial variará según el segmento:

1. Pequeñas y Medianas Empresas (PYMEs): Bolivia tiene aproximadamente 250,000 unidades económicas formales, de las cuales un 80% son PYMEs. Estas empresas suelen requerir servicios de contabilidad básicos y asesoría fiscal periódica.

Servicio Vendido: Se estima que entre el 30-40% de estas PYMEs necesitarán servicios contables recurrentes (contabilidad básica, impuestos, planillas), lo que significa un mercado potencial de 75,000 a 100,000 clientes en todo el país.

2. Grandes Empresas: Aproximadamente 2,000 grandes empresas en Bolivia. Estas empresas demandan auditorías, gestión fiscal compleja y cumplimiento regulatorio.

Servicio Vendido: Estas empresas demandan servicios más completos, pero menos frecuentes en número, con un enfoque en auditorías anuales y servicios fiscales especializados.

3. Emprendedores y Microempresas: Se estima que hay más de 500,000 microempresas en Bolivia, aunque no todas están formalizadas. A medida que crecen, muchas buscarán servicios contables simples.

Servicio Vendido: Un 20-30% de estas microempresas podrían necesitar servicios de contabilidad, es decir, un mercado de entre 100,000 y 150,000 clientes potenciales.

- **Segmentación de Mercado**

Para dividir el mercado, se pueden establecer los siguientes grupos o segmentos:

Grandes Empresas (Sector Industrial y Comercial): Empresas que requieren servicios contables completos, desde auditorías, hasta gestión fiscal y cumplimiento regulatorio.

Medianas Empresas (Sector Servicios y Manufactura): Necesitan una mezcla de servicios básicos como la contabilidad y el manejo de planillas, con asesoría fiscal intermitente.

Pequeñas Empresas y Microempresas (Diversos Sectores): Mayormente necesitan servicios de contabilidad básicos, declaración de impuestos y gestión de libros contables.

Emprendedores y Startups: Servicios de asesoría en planificación financiera y contabilidad básica para nuevos negocios.

- **Mercado Objetivo o Target**

El mercado objetivo principal será:

Pequeñas y Medianas Empresas (PYMEs) en los departamentos de La Paz, Santa Cruz, Cochabamba y Tarija, ya que representan la mayor densidad de unidades económicas formales en Bolivia.

Emprendedores y microempresas en etapa de crecimiento.

Empresas exportadoras e inversores internacionales, principalmente en Santa Cruz, que requieren servicios especializados para cumplir con normativas tanto locales como internacionales.

- **Hábitos de Consumo del Mercado Objetivo**

El mercado objetivo en Bolivia tiene los siguientes hábitos de consumo de servicios contables:

Preferencia por servicios personalizados: Muchas PYMEs y grandes empresas prefieren contar con un contador externo o un servicio contable que les brinde atención personalizada, debido a la complejidad de la normativa tributaria en Bolivia.

Uso creciente de tecnología: Cada vez más empresas están adoptando el uso de software contable y buscan integraciones con sistemas digitales.

Tendencia a externalizar: Empresas medianas y grandes prefieren externalizar los servicios contables para enfocarse en su core business, lo que abre oportunidades para el outsourcing contable.

- **Perfil o Características del Consumidor**

El perfil del consumidor puede describirse de la siguiente manera:

Empresas PYMEs que buscan simplificar sus procesos administrativos y contables, con especial interés en cumplir con las normativas fiscales bolivianas.

Microempresas en crecimiento que necesitan formalizarse y organizar sus finanzas.

Empresas exportadoras o multinacionales que requieren asesoramiento contable con estándares internacionales.

Emprendedores con necesidad de planificación financiera y fiscal, especialmente aquellos en sectores tecnológicos y servicios innovadores.

1.1.2 Competidores

En el sector de contabilidad en Bolivia, es fundamental analizar a la competencia para identificar oportunidades y posicionar un negocio de forma efectiva. A continuación, se detallan los principales competidores en el mercado, su perfil de clientes, productos y servicios ofrecidos, precios, promociones y distribución.

1. Firmas Contables Tradicionales

¿Quiénes son los compradores de su competencia?

Los clientes de estas firmas suelen ser empresas medianas y grandes que requieren servicios completos de auditoría, contabilidad financiera y asesoría fiscal. También incluyen empresas multinacionales que operan en Bolivia y buscan asegurarse de cumplir con normativas locales.

¿Con qué producto o servicio atienden a los consumidores que usted apunta?

Ofrecen servicios de contabilidad, auditoría financiera, consultoría tributaria y laboral, y declaración de impuestos. Además, muchas de estas firmas brindan asesoría en temas legales y laborales.

¿A qué precio?

Los precios suelen ser elevados debido a la experiencia y reputación de estas firmas. Por ejemplo, un servicio de auditoría puede oscilar entre \$1500 y \$5000 dependiendo del tamaño de la empresa, mientras que los servicios de contabilidad pueden costar entre \$300 y \$1000 mensuales.

¿Qué promociones brindan?

La mayoría de estas firmas no realizan promociones tradicionales; en su lugar, promueven su servicio a través de reputación, participación en eventos empresariales y redes de contactos. Su estrategia de comunicación se basa en la calidad, la precisión y la confianza.

¿Cuál es su forma de distribución?

Los servicios suelen ser ofrecidos presencialmente en sus oficinas o en las oficinas del cliente. Sin embargo, en los últimos años, muchas firmas han comenzado a ofrecer servicios en línea o remotos debido a la digitalización del sector.

2. Despachos Contables Pequeños

¿Quiénes son los compradores de su competencia?

Sus clientes son mayormente pequeñas y medianas empresas (PyMEs), comercios y profesionales independientes que buscan servicios de contabilidad básica, declaraciones de impuestos, y asesoría fiscal a menor costo.

¿Con qué producto o servicio atienden a los consumidores que usted apunta?

Ofrecen servicios más asequibles y personalizados como declaración de impuestos, manejo de libros contables, y asesoría fiscal y financiera a pequeñas empresas. Algunos también brindan servicios de gestión de planillas laborales.

¿A qué precio?

Los precios varían dependiendo del servicio, pero suelen ser considerablemente más bajos que los de las grandes firmas. La asesoría contable básica puede costar entre \$50 y \$300 mensuales, mientras que la declaración de impuestos de una empresa pequeña puede rondar los \$100 a \$500 anuales.

¿Qué promociones brindan?

Utilizan promociones en redes sociales, publicidad en línea y recomendaciones de boca a boca. Algunos despachos ofrecen descuentos por paquetes de servicios o por contratación anual de sus servicios.

¿Cuál es su forma de distribución?

Los servicios generalmente se proporcionan en persona, pero con el crecimiento de la tecnología, también comienzan a ofrecer opciones de asesoría y gestión remota, utilizando plataformas digitales.

3. Plataformas de Contabilidad en Línea

¿Quiénes son los compradores de su competencia?

Los clientes de estas plataformas son empresas emergentes, emprendedores y freelancers que buscan servicios de contabilidad automatizada, eficiente y a un bajo costo. En muchos casos, este perfil de cliente prioriza la rapidez y el acceso inmediato a información financiera.

¿Con qué producto o servicio atienden a los consumidores que usted apunta?

Estas plataformas ofrecen servicios de contabilidad automatizados, facturación electrónica, declaración de impuestos y asesoría fiscal en línea. Permiten a los clientes gestionar sus finanzas desde cualquier dispositivo conectado a internet.

¿A qué precio?

El costo es mucho más accesible en comparación con los servicios tradicionales. Dependiendo del plan, los precios pueden variar entre \$10 y \$100 mensuales, ofreciendo distintos niveles de servicios y funcionalidades.

¿Qué promociones brindan?

Las plataformas en línea utilizan estrategias de marketing digital, publicidad en redes sociales, y pruebas gratuitas por un tiempo limitado. También ofrecen descuentos por contratación de servicios anuales o por recomendación de nuevos clientes.

¿Cuál es su forma de distribución?

Todo el servicio es digital, lo que permite a los clientes acceder a la plataforma desde cualquier lugar y en cualquier momento. La distribución del servicio es completamente en línea, utilizando aplicaciones web y móviles.

1.2 Macroentorno

El análisis del macroentorno permite identificar factores externos que pueden influir positiva o negativamente en una firma de contabilidad en Bolivia. A continuación, se detalla la situación política, económica, social, tecnológica, legal, demográfica y cultural, así como las principales amenazas y oportunidades para este tipo de negocio.

- **Situación Política**

Bolivia tiene una estructura política con estabilidad relativa en términos de su gobierno central. Sin embargo, el país ha atravesado crisis políticas en los últimos años, con tensiones entre diferentes sectores ideológicos y el cambio de gobierno que afectaron el clima empresarial. El control del gobierno central sigue siendo clave en la implementación de regulaciones, políticas fiscales y económicas que pueden impactar directamente el sector contable.

Amenazas:

Cambios abruptos en las políticas tributarias y fiscales que pueden generar incertidumbre y requerir una rápida adaptación de los contadores.

Posible inestabilidad política, con manifestaciones y bloqueos que pueden ralentizar la actividad económica.

Oportunidades:

La estabilidad relativa del gobierno actual permite prever una mayor transparencia en la normativa contable y fiscal, lo que podría aumentar la demanda de servicios contables profesionales.

Iniciativas gubernamentales de digitalización de trámites tributarios, lo que abre oportunidades para asesorías y capacitaciones a empresas y particulares.

- **Situación Económica**

Bolivia ha mostrado un crecimiento económico moderado en los últimos años, aunque enfrenta desafíos derivados de la inflación global, la fluctuación de precios de sus principales productos de exportación (gas y minerales), y la ralentización del crecimiento económico post-pandemia. La economía informal sigue siendo significativa, y muchas empresas pequeñas no cumplen con las normativas contables y fiscales.

Amenazas:

Inflación y posible recesión económica que disminuyan la demanda de servicios contables por parte de pequeñas y medianas empresas.

Dependencia de la economía de sectores extractivos, lo que puede afectar el ingreso del Estado y, por ende, las políticas fiscales.

Oportunidades:

La necesidad de regularizar a muchas empresas que operan informalmente podría crear demanda de servicios de contabilidad.

El gobierno promueve incentivos fiscales y planes de financiamiento para emprendedores, lo que aumentará la creación de nuevas empresas, y con ello, la demanda de servicios contables.

- **Situación Social**

En Bolivia, existe una fuerte diversidad social y cultural. Hay un crecimiento en la clase media urbana, lo que impulsa el desarrollo de pequeñas y medianas empresas. Sin embargo, el país sigue teniendo un alto nivel de pobreza en áreas rurales. El acceso a la educación en contabilidad es limitado en algunas regiones, y la educación financiera de la población es deficiente.

Amenazas:

Falta de educación financiera en sectores menos desarrollados, lo que reduce la demanda de servicios contables en áreas rurales.

Desigualdades económicas que dificultan la expansión de los servicios a zonas menos favorecidas.

Oportunidades:

Aumento de la clase media emprendedora en áreas urbanas que requiere asesoría contable y fiscal.

Iniciativas para promover la educación financiera y la formalización de pequeños negocios pueden incrementar la demanda de servicios de contabilidad.

- **Situación Tecnológica**

El avance tecnológico en Bolivia es lento en comparación con otros países de la región, pero ha mejorado significativamente en los últimos años. La adopción de sistemas informáticos en la gestión contable está en crecimiento, aunque la digitalización completa

aún no ha llegado a muchas PYMEs. Las plataformas tecnológicas del Servicio de Impuestos Nacionales (SIN) están en proceso de modernización, permitiendo la facturación digital y otros servicios en línea.

Amenazas:

Baja adopción de tecnologías en muchas pequeñas empresas, lo que dificulta la implementación de sistemas contables automatizados.

Infraestructura de internet limitada en áreas rurales.

Oportunidades:

La implementación de facturación electrónica y digitalización de procesos contables crea la necesidad de servicios de asesoramiento y soporte técnico.

Posibilidad de ofrecer servicios contables digitales o en la nube, lo que permitirá la expansión geográfica sin necesidad de presencia física.

Situación Legal

El marco regulatorio en Bolivia está en constante evolución. Las leyes tributarias y laborales son complejas y a menudo requieren actualización en su cumplimiento. La Ley 843 y las normativas tributarias actuales presentan desafíos para las empresas en cuanto al cumplimiento, lo que genera una alta demanda de asesoramiento contable.

Amenazas:

Cambios imprevistos en las leyes fiscales y laborales que compliquen los procesos contables.

Burocracia y lentitud en los procesos administrativos que afectan el cumplimiento oportuno de obligaciones fiscales.

Oportunidades:

Incremento en la demanda de servicios de auditoría y cumplimiento normativo, ya que las empresas buscan evitar sanciones y mantenerse actualizadas en la normativa legal.

Posibilidad de especializarse en temas fiscales, tributarios y laborales debido a la complejidad de las leyes.

- **Situación Demográfica**

Bolivia cuenta con una población joven y diversa. La urbanización es un proceso creciente, lo que lleva a una mayor concentración de negocios y empresas en las ciudades principales como La Paz, Cochabamba y Santa Cruz. El crecimiento de la población en las áreas urbanas impulsa la creación de nuevas PYMEs.

Amenazas:

Alta concentración de la población y empresas en zonas urbanas, lo que puede saturar el mercado de servicios contables en estas áreas.

Oportunidades:

Creciente urbanización y aumento de pequeñas empresas que requieren servicios contables.

Población joven emprendedora que puede demandar servicios especializados en contabilidad y asesoría financiera.

- **Situación Cultural**

La cultura boliviana es muy diversa, con una mezcla de tradiciones indígenas y costumbres modernas. En términos empresariales, hay una creciente cultura emprendedora, especialmente en la clase media urbana. Sin embargo, muchas empresas pequeñas operan de manera informal y no cumplen con las normativas contables.

Amenazas:

La informalidad culturalmente arraigada en muchas regiones, lo que reduce la demanda de servicios contables formales.

Oportunidades:

La creciente tendencia hacia la formalización de negocios en áreas urbanas presenta oportunidades para ofrecer servicios contables.

La cultura emprendedora está en ascenso, y los emprendedores buscan asesoría en temas fiscales y contables para asegurar el éxito de sus negocios.

1.2.1 Producto/Mercado

En este apartado, se describe el producto genérico (servicios contables) y el comportamiento del mercado en relación a este tipo de servicios en Bolivia.

a. ¿Qué vende?

El negocio ofrece servicios de contabilidad enfocados en pequeñas, medianas y grandes empresas, así como en profesionales independientes. Los servicios incluyen:

- Registro contable y preparación de estados financieros.
- Asesoría tributaria para cumplir con las normativas fiscales bolivianas.
- Gestión de planillas de sueldos y salarios.
- Auditoría contable y financiera.
- Consultoría financiera y contable para mejorar la gestión interna.
- Presentación de informes contables y tributarios ante autoridades fiscales (SIN - Servicio de Impuestos Nacionales).

b. ¿A quién vende?

El mercado objetivo se puede dividir en varios segmentos:

Pequeñas y medianas empresas (PYMEs): Este es un segmento creciente que requiere servicios de contabilidad para cumplir con las regulaciones fiscales bolivianas, gestionar sus recursos y crecer de manera estructurada. Estas empresas generalmente carecen de departamentos contables internos robustos y subcontratan estos servicios.

Grandes empresas: Aunque estas organizaciones suelen tener departamentos contables, a menudo externalizan auditorías y consultorías especializadas para obtener una visión externa y asegurar el cumplimiento legal.

Empresas de comercio electrónico y startups tecnológicas: Un segmento emergente que está en expansión en Bolivia. Estas empresas requieren servicios contables ágiles que entiendan las particularidades de la tecnología y la economía digital.

Profesionales independientes y emprendedores: Un grupo que ha aumentado, especialmente con la digitalización y los cambios económicos, y que también necesita servicios de contabilidad para cumplir con sus obligaciones fiscales y mejorar su gestión financiera.

ONGs y fundaciones: Estas organizaciones necesitan llevar un registro contable estricto para la transparencia ante donantes y entidades de control.

c. ¿Con qué está hecho el producto o cómo está hecho?

Los servicios contables no son un producto físico, sino una prestación de servicios especializados. El “producto” se desarrolla a través de una combinación de recursos humanos, tecnología y cumplimiento normativo. A continuación, se explica cómo se realiza el servicio:

1. Recurso Humano Especializado: El equipo está compuesto por contadores, auditores, tributaristas y analistas financieros con experiencia en el sistema legal y tributario boliviano. Los profesionales deben contar con acreditaciones oficiales, como la membresía en el Colegio de Contadores Públicos de Bolivia.

2. Uso de Software Contable: Se utiliza tecnología contable avanzada, como software de gestión financiera y ERP adaptados a las leyes bolivianas, que permiten automatizar procesos de registro contable, emisión de reportes financieros y la presentación de declaraciones fiscales. Ejemplos de software utilizados en el país incluyen Contasol, Sage 50 o soluciones personalizadas.

3. Cumplimiento Normativo: Los servicios están ajustados a las regulaciones locales. Es crucial estar alineado con las normativas del Servicio de Impuestos Nacionales (SIN) y la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero (ASFI) para garantizar que las empresas clientes cumplan con todas sus obligaciones tributarias.

4. Consultoría Personalizada: Cada cliente recibe asesoría adaptada a sus necesidades. Los servicios pueden ser ajustados según el tamaño de la empresa, el sector y las regulaciones específicas que afecten a cada uno de ellos.

5. Plataformas Digitales y Automatización: Dada la tendencia hacia la digitalización, muchos servicios contables están disponibles de manera virtual. Se ofrecen portales en línea donde los clientes pueden cargar sus documentos, revisar reportes en tiempo real y hacer consultas directamente con el contador.

Comportamiento del Mercado

En Bolivia, el mercado de servicios contables ha experimentado un crecimiento constante, impulsado por la complejidad de las regulaciones fiscales, el aumento de nuevas

empresas y la necesidad de transparencia financiera. Para el 2025, se proyecta una mayor demanda de servicios contables debido a:

1. Mayor fiscalización y regulación: El gobierno boliviano ha implementado nuevas normativas tributarias y de fiscalización para aumentar la formalización de las empresas.

2. Crecimiento del sector digital: Con la expansión del comercio electrónico y los startups tecnológicos, el sector demanda servicios especializados para gestionar la tributación de este tipo de negocios.

3. Tendencia hacia la externalización de servicios: Cada vez más empresas prefieren externalizar funciones como la contabilidad, para enfocarse en su actividad principal.

Con estas tendencias en mente, el plan de negocio debe enfocarse en ofrecer servicios accesibles, adaptables a las nuevas regulaciones y apoyados en tecnología moderna para competir de manera eficiente.

2 ANÁLISIS INTERNO

Antes de plantear una estrategia de negocios o proponer una nueva propuesta de valor, es esencial realizar un análisis interno de la situación actual de la empresa contable, utilizando el modelo de la Cadena de Valor de Michael Porter. Este modelo identifica las actividades primarias y de soporte de una empresa, ayudando a detectar las fortalezas y debilidades dentro de la organización.

Actividades Primarias

1. Logística Interna (Recepción, almacenamiento y distribución de insumos)

Fortalezas:

- Uso de software especializado para organizar la documentación contable de manera eficiente.
- Procesos estandarizados de recepción y clasificación de documentos financieros.
- Sistemas digitalizados que permiten fácil acceso y control de archivos.

Debilidades:

- Dependencia de un software de contabilidad desactualizado o que no integra de manera efectiva todos los procesos.

- Baja capacitación en gestión digital de documentos en algunos empleados.

2. Operaciones (Procesamiento de la contabilidad, registros contables y análisis financiero)

Fortalezas:

- Personal altamente capacitado y con experiencia en normativa contable boliviana.
- Buen manejo de herramientas contables y fiscales.
- Conocimiento profundo de la normativa tributaria y regulaciones locales.

Debilidades:

- Procesos manuales que ralentizan la eficiencia en tareas rutinarias.
- Falta de integración entre sistemas de contabilidad y fiscalización.
- Exceso de tareas repetitivas que reducen la capacidad para realizar análisis más complejos.

3. Logística Externa (Entrega de reportes, estados financieros y asesoramiento a clientes)

Fortalezas:

- Reportes financieros personalizados y adaptados a las necesidades del cliente.
- Comunicación constante con los clientes sobre el estado de sus documentos financieros.
- Posibilidad de entrega digital de informes y reportes contables.

Debilidades:

- Retrasos en la entrega de reportes debido a la falta de automatización en algunas áreas.
- Poco aprovechamiento de canales digitales más eficientes, como plataformas de gestión de clientes o CRM.

4. Marketing y Ventas

Fortalezas:

- Relaciones sólidas con algunos clientes clave en el sector empresarial boliviano.
- Buena reputación y reconocimiento en el sector de pequeñas y medianas empresas.

Debilidades:

- Falta de una estrategia digital para captar nuevos clientes.
- Dependencia del marketing tradicional, lo que limita el crecimiento en mercados más dinámicos como las startups o empresas tecnológicas.
- Escasa presencia en redes sociales y medios digitales.

5. Servicio Post-Venta (Soporte y atención al cliente después de la entrega del servicio)**Fortalezas:**

- Servicio de asesoría contable continua para clientes fieles.
- Atención personalizada a través de canales tradicionales (teléfono, visitas).

Debilidades:

- Falta de una plataforma digital de atención al cliente que permita la resolución rápida de dudas o problemas.
- Poca automatización en la gestión de solicitudes y consultas.

Actividades de Apoyo**1. Infraestructura de la Empresa****Fortalezas:**

- Oficinas bien ubicadas en la ciudad, lo que facilita el acceso de los clientes.
- Sólida estructura organizativa con claros roles y responsabilidades.

Debilidades:

- Espacio físico limitado para expandir el equipo.
- Falta de una inversión significativa en infraestructura tecnológica (actualización de hardware y software).

2. Gestión de Recursos Humanos**Fortalezas:**

- Personal con amplia experiencia en contabilidad boliviana y conocimientos técnicos.
- Buen ambiente laboral y baja rotación de empleados.

Debilidades:

- Escasa inversión en formación continua en nuevas tecnologías o normativa fiscal.
- Pocos incentivos o programas de desarrollo para el personal joven.

3. Desarrollo Tecnológico**Fortalezas:**

- Uso de software básico de contabilidad para realizar las tareas esenciales.
- Algunos procesos digitalizados, como la emisión de facturas electrónicas.

Debilidades:

- Falta de integración entre los distintos sistemas de gestión contable y fiscal.
- Poca inversión en innovación tecnológica que permita automatizar tareas repetitivas y mejorar la productividad.
- Baja utilización de herramientas de análisis de datos o plataformas en la nube.

4. Adquisiciones**Fortalezas:**

- Relaciones estables con proveedores de software contable y herramientas fiscales.

Debilidades:

- Falta de diversificación en proveedores de tecnología, lo que genera dependencia.
- Poco poder de negociación para obtener mejores herramientas tecnológicas.

3 ANÁLISIS FODA**3.1 Análisis****3.1.1 Análisis externo (Oportunidades y Amenazas)****Oportunidades:**

Aumento de la formalización empresarial: En Bolivia, se están realizando esfuerzos para formalizar las actividades económicas informales. Las empresas en crecimiento y las nuevas entidades formales requerirán servicios de contabilidad para cumplir con las normativas fiscales y legales.

Creciente digitalización de procesos contables: La adopción de software contable y la automatización de procesos es una tendencia global que también está llegando a Bolivia. Esto representa una oportunidad para ofrecer soluciones contables eficientes y tecnológicamente avanzadas.

Aumento de la demanda de servicios de asesoría tributaria: La complejidad de la legislación tributaria en Bolivia ha llevado a un aumento en la demanda de asesoramiento especializado, lo que brinda una oportunidad para un negocio contable enfocado en cumplir con normativas tributarias y legales.

Iniciativas gubernamentales para apoyar a las pymes: Los programas del gobierno boliviano que apoyan a las pequeñas y medianas empresas (pymes) pueden generar oportunidades de mercado para ofrecer servicios contables a este sector en crecimiento.

Amenazas:

Competencia creciente: La industria contable en Bolivia está altamente fragmentada, con muchos profesionales independientes y pequeñas firmas ofreciendo servicios a precios competitivos, lo que puede generar una guerra de precios.

Cambios en la normativa fiscal: La constante evolución de la normativa fiscal y contable en Bolivia puede generar incertidumbre en el mercado, lo que obliga a las empresas contables a mantenerse actualizadas y ajustarse a cambios rápidos.

Crisis económica y volatilidad política: La inestabilidad económica y política puede afectar a las empresas, limitando su capacidad para contratar servicios externos o priorizar los servicios contables, lo que podría reducir la demanda en ciertos sectores.

3.1.2 Análisis interno (Fortalezas y Debilidades)

Fortalezas:

Equipo de profesionales calificados: Contar con un equipo de contadores altamente capacitados, certificados y con experiencia en distintas áreas como contabilidad financiera, impuestos y auditoría.

Uso de tecnología avanzada: Integrar software contable moderno y soluciones digitales que permitan una mayor eficiencia en la entrega de servicios.

Enfoque en el cliente: Ofrecer un servicio personalizado y ajustado a las necesidades específicas de cada cliente, logrando una atención más cercana y de confianza.

Flexibilidad en los servicios: Capacidad para adaptarse a las necesidades de diferentes sectores empresariales, desde pymes hasta grandes corporaciones.

Debilidades:

Falta de reconocimiento de marca: Al ser un negocio nuevo o pequeño, es posible que no tenga el mismo reconocimiento o reputación que empresas contables más establecidas.

Recursos financieros limitados: Los recursos económicos pueden ser limitados, lo que podría restringir las inversiones en marketing, tecnología o expansión de operaciones.

Dependencia de clientes específicos: Una cartera de clientes limitada puede aumentar el riesgo de pérdida de ingresos si algunos de estos clientes dejan de requerir los servicios.

3.1.3 Análisis FODA Resumido

Fortalezas: Equipo calificado, tecnología avanzada, enfoque en el cliente, flexibilidad en servicios.

Oportunidades: Crecimiento de la formalización empresarial, digitalización de procesos contables, demanda de asesoría tributaria, apoyo a pymes.

Debilidades: Falta de reconocimiento de marca, recursos financieros limitados, dependencia de clientes clave.

Amenazas: Competencia creciente, cambios en normativas fiscales, inestabilidad económica y política.

3.2 Estrategia

Propuesta de valor:

La propuesta de valor de esta firma contable será ofrecer soluciones contables tecnológicamente avanzadas, adaptadas a las necesidades específicas de cada cliente, garantizando cumplimiento fiscal y optimización de recursos financieros. Nos diferenciaremos de la competencia al integrar tecnología de punta en nuestros servicios, brindando una atención personalizada y rápida. Además, nos especializaremos en asesoría

tributaria para pymes y empresas en crecimiento, un nicho en el que el soporte es crucial para su sostenibilidad.

Diferenciación:

Nos distinguiremos de nuestra competencia al ofrecer un servicio contable más automatizado, con herramientas que permitan a los clientes acceder a sus informes en tiempo real y tener mayor control sobre sus finanzas. También nos enfocaremos en la educación fiscal de nuestros clientes, ayudándoles a comprender mejor sus obligaciones y oportunidades de optimización tributaria.

Adecuación al entorno:

La empresa adaptará su oferta al contexto boliviano, donde la digitalización está comenzando a ser una tendencia importante. Trabajaremos de la mano con las nuevas normativas fiscales, asegurando que nuestros clientes estén siempre actualizados y en regla con las exigencias legales. También ofreceremos planes de precios accesibles para pymes, que son un sector en crecimiento, pero a menudo tienen restricciones financieras.

- **Misión:**

Nuestra misión es brindar soluciones contables innovadoras, confiables y personalizadas que permitan a las empresas en Bolivia cumplir con sus obligaciones fiscales y optimizar sus finanzas, contribuyendo al desarrollo y crecimiento sostenible de sus negocios.

- **Visión:**

Ser la firma contable líder en Bolivia, reconocida por nuestro enfoque tecnológico, nuestra capacidad de adaptación a las necesidades cambiantes del mercado y nuestro compromiso con la excelencia en el servicio al cliente.

4 PLAN OPERATIVO

El plan operativo de un negocio de contabilidad en Bolivia para 2025 tiene como objetivo detallar los aspectos relacionados con la prestación del servicio, su capacidad operativa y las herramientas necesarias para asegurar un funcionamiento eficiente. A continuación, se describen los elementos clave del plan:

4.1 Plan de Producción u Operación

- **¿Dónde se encontrará la planta de producción o lugar del servicio?**

El lugar del servicio será una oficina física ubicada en una ciudad clave de Bolivia, como La Paz, Santa Cruz o Cochabamba, dependiendo del mercado objetivo. La oficina deberá estar en una zona de fácil acceso para clientes y colaboradores, preferiblemente en áreas comerciales o de negocios. Además, se puede complementar con servicios en línea para brindar flexibilidad a clientes en otras regiones del país.

- **¿Cuáles serán sus principales procesos de producción?**

Los principales procesos de producción en un negocio de contabilidad incluirán:

Recepción de información: Recibo de documentos financieros de clientes, como facturas, balances, y registros de transacciones.

Análisis contable: Procesamiento de los datos financieros para la preparación de informes, balances y declaraciones fiscales.

Elaboración de estados financieros: Creación de estados financieros precisos, como balances generales, cuentas de resultados y flujos de caja.

Presentación de informes: Generación de informes mensuales o trimestrales para los clientes.

Consultoría fiscal y financiera: Servicios de asesoría para la optimización fiscal y estrategias de crecimiento financiero.

Auditoría interna y externa: Revisión y auditoría de los libros contables para asegurar el cumplimiento normativo.

- **¿Cuál será la forma de distribución interna que tendrá? (Layout)**

El layout de la oficina será diseñado para maximizar la eficiencia. Se utilizará un diseño que divida el espacio en áreas clave, tales como:

Recepción: Área para la recepción de clientes y entrega de documentación.

Área de contabilidad: Espacio donde los contadores realizarán las tareas operativas con computadoras y software especializado.

Salas de reuniones: Espacios para reuniones con clientes o colaboradores, equipados con proyectores y pantallas para la presentación de informes.

Zona administrativa: Para la gestión de las operaciones del negocio, como administración y recursos humanos.

- **¿Cuál será su estrategia óptima de producción?**

La estrategia óptima de producción será la automatización de procesos mediante el uso de software contable avanzado, como QuickBooks, SAP o sistemas ERP personalizados. Esto permitirá agilizar tareas repetitivas y reducir errores, lo que mejorará la productividad y la eficiencia operativa. Además, se implementarán sistemas de trabajo remoto para empleados, lo que reducirá costos de oficina y permitirá atender clientes de diversas regiones.

- **¿Cuál será su capacidad y programa de producción?**

La capacidad de producción se medirá en términos de clientes atendidos mensualmente. Se estimará que cada contador podrá gestionar alrededor de 10 a 15 clientes pequeños o medianos al mes, dependiendo de la complejidad de las cuentas. Con una plantilla inicial de 5 contadores, la capacidad inicial será de 50 a 75 clientes.

El método para determinar la capacidad máxima de producción será basado en una combinación de estudios de tiempos y movimientos para cada proceso contable, además de considerar las horas laborables efectivas y la carga de trabajo.

- **¿Cuáles son los costos unitarios y totales de producción?**

Los costos unitarios incluirán:

Salario del contador: Aproximadamente 4,000 a 6,000 Bs mensuales por contador.

Costos de software contable: Licencias mensuales de software contable entre 300 y 500 Bs por usuario.

Gastos administrativos: Servicios básicos (agua, luz, internet) estimados en 1,500 Bs mensuales.

Gastos de oficina: Alquiler y mobiliario entre 5,000 y 7,000 Bs mensuales.

El costo total mensual será la suma de estos elementos, más un margen de imprevistos. Esto podría ascender a 25,000 a 30,000 Bs mensuales, dependiendo del tamaño del equipo y las necesidades específicas.

- **Definir y explicar sus principales proveedores**

Los principales proveedores del negocio serán:

Proveedores de software contable: Empresas que suministran licencias de software, como QuickBooks, SAP, y otros ERP.

Proveedores de equipos informáticos: Tiendas de tecnología que proveerán computadoras, impresoras y demás hardware.

Proveedores de mobiliario: Empresas de suministros de oficina para la compra de escritorios, sillas, estanterías, etc.

Proveedores de servicios de telecomunicación: Empresas de internet y telefonía como Entel, Viva o Tigo para mantener la conectividad necesaria.

- **Determinar los costos de inversión en maquinarias, equipos e infraestructura**

Los costos de inversión iniciales incluirán:

Computadoras y equipos informáticos: 3,000 a 5,000 Bs por computadora. Con un equipo de 5 empleados, el costo será de aproximadamente 15,000 a 25,000 Bs.

Software contable: Licencias de software por 300 a 500 Bs por usuario mensual.

Mobiliario de oficina: Entre 10,000 a 15,000 Bs para el equipamiento de escritorios, sillas y mobiliario necesario.

Alquiler inicial de la oficina: Entre 2,000 y 5,000 Bs mensuales, dependiendo de la ubicación.

- **Definir normas de calidad del producto o servicio**

Las normas de calidad serán las siguientes:

Precisión y exactitud: Los informes financieros deberán ser 100% precisos, minimizando errores contables.

Cumplimiento normativo: Todos los servicios deberán estar alineados con las normativas fiscales y contables vigentes en Bolivia.

Tiempo de entrega: Los informes mensuales y trimestrales deberán ser entregados dentro de los plazos acordados con los clientes.

Confidencialidad: Estrictas políticas de confidencialidad para proteger la información financiera de los clientes.

- **Creación de programas de mantenimiento de planta preventivo y correctivo**

El mantenimiento de los equipos será esencial para asegurar la continuidad del negocio:

Mantenimiento preventivo: Revisión periódica de las computadoras, software y servidores para prevenir fallas. Esto incluirá actualizaciones de software y limpieza de hardware cada 6 meses.

Mantenimiento correctivo: En caso de fallos en los equipos o el software, se contratarán servicios de soporte técnico para reparaciones inmediatas.

- **¿Qué tipo de seguros requerirá?**

Se requerirán los siguientes seguros:

Seguro de responsabilidad civil profesional: Para proteger al negocio de reclamaciones por errores contables o de auditoría.

Seguro de equipo: Cobertura para equipos de oficina como computadoras y servidores en caso de robo o daño.

Seguro de salud para empleados: Cobertura básica para los empleados en caso de enfermedad o accidentes laborales.

Este plan operativo detalla las bases necesarias para que un negocio de contabilidad en Bolivia funcione de manera eficiente, garantizando calidad y optimización de recursos.

5 PLAN DE MARKETING

5.1 Mercado Objetivo o Target

El mercado objetivo del negocio de contabilidad en Bolivia abarca principalmente a pequeñas y medianas empresas (PYMES), emprendedores, comerciantes, profesionales independientes y organizaciones sin fines de lucro que requieren asesoramiento contable y tributario. También incluye empresas más grandes que buscan externalizar sus funciones contables para centrarse en su actividad principal.

Segmentos clave del mercado objetivo:

PYMES: Necesitan cumplir con regulaciones tributarias y financieras.

Emprendedores y autónomos: Requieren servicios básicos de contabilidad y asesoramiento financiero.

Grandes empresas: Pueden requerir auditorías y servicios especializados de contabilidad avanzada.

Organizaciones sin fines de lucro: Requieren cumplir con la normativa fiscal aplicable.

5.1.1 ¿Cuál es la estructura del producto o servicio?

El servicio de contabilidad incluye diferentes niveles de servicios para adaptarse a las necesidades del mercado objetivo. Estos servicios pueden ser modulares, permitiendo a los clientes elegir según sus necesidades.

Contabilidad general: Registro y gestión de las operaciones financieras.

Impuestos y tributos: Cálculo, declaración y pago de impuestos.

Auditorías contables: Revisión de estados financieros para garantizar la exactitud y cumplimiento de normas.

Asesoramiento financiero: Consultoría para la optimización de recursos y toma de decisiones.

Capacitación contable: Cursos y talleres para empresas que desean formar internamente a sus equipos.

5.1.2 Básico. ¿Qué ofrece básicamente?

El servicio básico de un negocio de contabilidad en Bolivia incluye:

Registro contable: Procesamiento y actualización de las transacciones financieras diarias de la empresa.

Declaraciones tributarias: Preparación y presentación de formularios y declaraciones fiscales ante las entidades regulatorias como el Servicio de Impuestos Nacionales (SIN).

Cumplimiento normativo: Asegurarse de que la empresa cumpla con las leyes contables y fiscales de Bolivia.

5.1.3 Esperado. ¿Qué espera el cliente potencial además de lo básico?

El cliente potencial espera más que solo el cumplimiento básico de los servicios contables. Algunos de los aspectos esperados incluyen:

Asesoría personalizada: El cliente espera obtener recomendaciones y asesoramiento estratégico en materia financiera y tributaria, adaptado a su negocio.

Disponibilidad y comunicación: El cliente espera un servicio continuo, con acceso a información financiera clara y disponible en todo momento.

Actualización normativa: El cliente desea ser informado sobre cambios en las leyes fiscales y contables que puedan afectarle.

Automatización de procesos: Uso de herramientas y software contable que permita la gestión en tiempo real de los registros financieros.

5.1.4 Aumentado. ¿Qué logrará alcanzar con el tiempo su producto o servicio, después de superar el producto esperado por el cliente?

Con el tiempo, el servicio de contabilidad podría evolucionar y superar las expectativas del cliente a través de los siguientes beneficios:

Digitalización y acceso remoto: Ofrecer soluciones completamente digitalizadas donde el cliente pueda acceder a su información financiera y declaraciones en cualquier momento, a través de plataformas en línea.

Análisis predictivo y reportes financieros avanzados: Herramientas que permiten a los clientes no solo conocer su situación financiera actual, sino también obtener proyecciones y análisis predictivos para una mejor toma de decisiones.

Gestión integrada de finanzas: Servicios de planificación financiera a largo plazo que integren no solo contabilidad, sino también asesoramiento en inversiones, manejo de presupuestos y control de gastos.

Fidelización y programas de lealtad: Descuentos, servicios adicionales o asesoría especial para clientes fieles, mejorando su experiencia y satisfacción con el servicio.

Este enfoque permitirá al negocio posicionarse como una solución integral y confiable para la gestión contable y fiscal en Bolivia, aumentando su base de clientes y su reputación en el mercado a lo largo del tiempo.

5.2 Análisis del Producto

Los servicios contables son esenciales para empresas y personas en Bolivia que necesitan manejar su contabilidad, cumplir con normativas fiscales y optimizar su gestión financiera. A continuación, se analizan los aspectos clave del producto o servicio en este plan de negocios.

5.2.1 Atributos (características) del producto o servicio respecto a diseño

El servicio de contabilidad propuesto ofrece las siguientes características:

Personalización: Servicios adaptados a las necesidades de cada cliente, ya sea una pequeña empresa, una organización de mediano tamaño o profesionales independientes.

Interfaz digital: Se ofrece una plataforma en línea para que los clientes puedan cargar documentos, revisar estados financieros y obtener reportes en tiempo real.

Automatización: Uso de software especializado para la gestión automatizada de procesos contables, tales como facturación, cálculo de impuestos y gestión de nóminas.

Consultoría: Asesoramiento en temas fiscales, optimización de procesos y estrategias para la gestión financiera.

Cumplimiento legal: Aseguramiento de que todas las operaciones y reportes contables cumplen con las normativas fiscales vigentes en Bolivia.

5.2.2 Descripción de la calidad del producto o servicio

Precisión: Uso de tecnología avanzada y software especializado que minimizan errores humanos, garantizando un manejo preciso de los libros contables y reportes financieros.

Eficiencia: Gracias a la automatización de procesos, se reduce el tiempo de entrega de reportes y el procesamiento de transacciones contables.

Profesionalismo: El equipo está compuesto por contadores certificados y especializados en diversas áreas, garantizando un servicio confiable y de alta calidad.

Confidencialidad: Se asegura la protección de la información financiera de los clientes mediante estrictas políticas de privacidad y el uso de sistemas de seguridad digital.

5.2.3 Marca de producto o servicio

La marca propuesta para la empresa será "ContabPro Bolivia", que refleja profesionalismo y un enfoque especializado en servicios contables en el mercado boliviano.

5.2.4 Etiqueta (Si corresponde)

Al tratarse de un servicio intangible, no aplica una etiqueta física. Sin embargo, se utilizarán etiquetas digitales en la plataforma en línea, que reflejen el nombre de la marca, el tipo de servicio adquirido y la identificación fiscal del cliente.

5.2.5 Empaque (Si corresponde)

Dado que se trata de un servicio, no existe un empaque físico. No obstante, los documentos entregados, como informes financieros, se proporcionarán en formato digital (PDF) con diseños personalizados que incluyen el logo de la empresa, para mantener una imagen profesional y coherente. Si el cliente lo solicita, se pueden entregar documentos impresos en carpetas de alta calidad con el logotipo de la marca.

5.2.6 Servicio de apoyo que brindará la empresa al cliente

La empresa ofrecerá una gama de servicios de apoyo para garantizar la satisfacción y fidelización de los clientes:

Soporte técnico y de usuario: Disponibilidad de un equipo de asistencia que pueda resolver problemas técnicos relacionados con el uso de la plataforma en línea.

Call center: Una línea de atención telefónica para consultas contables y técnicas, disponible en horarios laborales.

Servicio de atención al cliente: Incluye la recepción de reclamos y sugerencias, con tiempos de respuesta rápidos.

Capacitación: Ofrecimiento de talleres y capacitaciones en el uso del software contable, así como seminarios en temas fiscales y contables relevantes.

Actualización normativa: Informes periódicos sobre cambios en las normativas fiscales y laborales para asegurar que los clientes estén al día con sus obligaciones.

Garantía de exactitud: Garantía de corrección sin costo de cualquier error detectado en los estados financieros y declaraciones fiscales presentadas por la empresa.

5.2.7 Cartera de productos o servicios

Sí, la empresa contará con una cartera diversificada de servicios contables y financieros.

5.2.8 Líneas de productos o servicios

1. Contabilidad General: Servicios de registro de operaciones, preparación de estados financieros y auditoría interna.

2. Asesoría Fiscal: Consultoría sobre planificación fiscal, preparación de declaraciones de impuestos, y representación ante el Servicio de Impuestos Nacionales (SIN).

3. Gestión de Nómina: Administración de nómina, cálculo de salarios, beneficios sociales, y aportes a la seguridad social.

4. Auditoría Externa: Revisión externa de los estados financieros y verificación del cumplimiento de normativas.

5. Consultoría Financiera: Estrategias de optimización de costos, análisis de viabilidad financiera de proyectos y gestión de flujos de caja.

5.2.9 Profundidad de cada línea de productos o servicios

1. Contabilidad General:

Nivel Básico: Registro y clasificación de transacciones simples.

Nivel Avanzado: Preparación de informes financieros y gestión de estados contables complejos.

2. Asesoría Fiscal:

Nivel Básico: Preparación de declaraciones fiscales simples.

Nivel Avanzado: Planificación y asesoría sobre optimización fiscal y cumplimiento normativo.

3. Gestión de Nómina:

Nivel Básico: Procesamiento mensual de salarios y beneficios.

Nivel Avanzado: Administración completa de la nómina con gestión de contratos laborales y prestaciones.

4. Auditoría Externa:

Nivel Básico: Revisión de informes financieros.

Nivel Avanzado: Auditorías completas que incluyan verificación detallada y recomendaciones para mejora de procesos.

5. Consultoría Financiera:

Nivel Básico: Revisión de la estructura de costos.

Nivel Avanzado: Elaboración de proyecciones financieras detalladas y asesoramiento en inversión.

5.2.10 Ciclo de vida del producto o servicio

El servicio de contabilidad se encuentra en la fase de crecimiento. Esto se debe a que en Bolivia existe una creciente demanda por servicios contables especializados debido a la mayor formalización de las empresas, el aumento de las regulaciones fiscales y la necesidad de cumplir con las normativas laborales y tributarias. Además, el avance tecnológico ha facilitado el acceso a plataformas contables digitales, lo que ha incrementado la adopción de estos servicios entre pequeñas y medianas empresas.

Este es un mercado en expansión, con muchas oportunidades de crecimiento conforme más empresas y profesionales individuales formalicen sus actividades y busquen externalizar la gestión contable para centrarse en su negocio principal.

5.3 Análisis de Precio

La fijación de precios para un negocio de contabilidad en Bolivia en el año 2025 debe considerar la realidad del mercado, los costos operativos, el valor percibido por los clientes y la competencia en el sector. A continuación, se explican las estrategias y enfoques clave para determinar el precio de los servicios.

5.3.1 Estrategia de Precio

La estrategia de precio para este negocio se centrará en un enfoque basado en el valor y competencia, con un toque flexible para ajustarse a las necesidades del cliente. Esto implica que los precios se determinarán principalmente por el valor que el servicio aporta a los clientes, manteniendo competitividad frente a otras firmas contables en el mercado local. La idea es ofrecer precios diferenciados según el tipo de cliente (pequeñas empresas, medianas empresas, emprendedores), teniendo en cuenta que en Bolivia el mercado de servicios contables está en crecimiento y es variado en términos de necesidades.

5.3.2 Fijación de Precio Basado en el Valor

El valor percibido por el cliente será el principal factor para la fijación de precios. Los servicios de contabilidad como la asesoría fiscal, declaraciones de impuestos, auditorías y consultoría financiera aportan valor directo al cliente al mejorar su eficiencia fiscal, cumplimiento normativo y toma de decisiones.

Ejemplo:

Una auditoría financiera para una mediana empresa puede ser valorada más alto debido a la complejidad y las consecuencias legales.

Un emprendedor puede necesitar asesoría contable básica, por lo que se le ofrecerá un servicio a menor costo, enfocado en un valor práctico (como reducir impuestos o cumplir con normativas básicas).

5.3.3 Fijación de Precio Basado en el Costo

El precio también debe cubrir los costos operativos del negocio y generar una rentabilidad razonable. Los costos incluyen sueldos de contadores, software contable, alquiler de oficinas, y gastos generales como servicios básicos y marketing. Se aplicará un margen de ganancia sobre estos costos, que normalmente oscilará entre el 20% y el 40%, dependiendo del tipo de servicio.

Ejemplo:

Si el costo de realizar una auditoría es de 3000 Bs, se podría fijar un precio de 4200 Bs (incluyendo un margen del 40%).

5.3.4 Fijación de Precio Basado en la Competencia

El análisis de la competencia es crucial en Bolivia, donde hay diversas firmas contables ofreciendo servicios similares. Se realizará un análisis de mercado para comparar precios y asegurarse de no estar ni muy por encima ni muy por debajo del promedio.

Ejemplo:

Si la competencia cobra 2000 Bs por un servicio de declaración de impuestos, el negocio podría fijar un precio similar, alrededor de 1800-2200 Bs, dependiendo del valor agregado (velocidad, experiencia, soporte adicional).

5.3.5 Elasticidad Precio de la Demanda

La elasticidad precio de la demanda en los servicios contables es relativamente inelástica. Esto significa que los clientes tienden a necesitar servicios contables, especialmente en el área de cumplimiento fiscal y normativo, independientemente de pequeñas fluctuaciones de precio. Sin embargo, para servicios más especializados (auditorías, asesoría financiera), la demanda podría ser más elástica, con clientes sensibles a incrementos de precio, ya que podrían optar por postergar estos servicios.

5.3.6 Cálculo para Llegar al Precio Objetivo de Venta con Factura

Para calcular el precio final de venta, con la emisión de factura en Bolivia, se tomará en cuenta lo siguiente:

1. Costo total del servicio: Este incluye los costos directos e indirectos.

2. Margen de ganancia deseado: Como se mencionó, se busca un margen de entre el 20% y el 40%.

3. IVA (13%): La ley boliviana obliga a agregar el IVA en los precios con factura.

Fórmula: Precio de Venta = (Costo del servicio + Margen de ganancia) / (1 - IVA)

Ejemplo:

Si el costo total es de 2000 Bs, con un margen del 30%, el cálculo sería:

$$\text{Precio de Venta} = (2000 + 600) / (1 - 0.13) = 2600 / 0.87 = 2988 \text{ Bs}$$

5.3.7 Política de Modificación de Precios

Se revisarán los precios anualmente o en respuesta a cambios significativos en costos operativos, inflación o nuevas normativas fiscales que impacten el servicio. Si la inflación sube más del 5% anual, los precios podrán ajustarse automáticamente en un porcentaje similar. También se podría ajustar el precio de ciertos servicios en función de la demanda estacional (por ejemplo, la temporada alta de declaración de impuestos).

5.3.8 Política de Descuentos

Se ofrecerán descuentos en situaciones específicas para captar y retener clientes, como por ejemplo:

Descuentos por volumen: Clientes que contraten varios servicios o paquetes (declaraciones, auditorías y consultoría) recibirán un descuento del 10% al 15%.

Descuentos por fidelidad: Clientes que trabajen continuamente con la empresa durante más de un año podrían recibir un descuento del 5% en servicios recurrentes.

Descuentos promocionales: Para nuevos clientes o durante campañas específicas (lanzamiento, fin de año), se ofrecerán descuentos de introducción del 10% al 20%.

5.3.9 Estrategia para Motivar a los Clientes

Para diferenciarse de la competencia y captar más clientes, se utilizarán las siguientes estrategias:

Calidad de servicio y especialización: Ofrecer un servicio especializado y altamente profesional, con un equipo de contadores experimentados que puedan manejar todo tipo de situaciones fiscales y financieras.

Atención personalizada: Enfocarse en construir relaciones a largo plazo con los clientes, brindando asesoría personalizada y respondiendo de manera rápida y eficiente a sus consultas.

Tecnología y eficiencia: Utilizar software contable moderno para ofrecer un servicio más rápido y preciso, reduciendo errores y mejorando la experiencia del cliente.

Paquetes personalizados: Ofrecer soluciones a medida para distintos tipos de empresas, desde emprendedores hasta medianas empresas, para que los clientes sientan que el servicio está adaptado a sus necesidades particulares.

Este enfoque integral ayudará a posicionar el negocio de contabilidad como una opción confiable, eficiente y competitiva en el mercado boliviano en 2025.

5.4 Análisis de la Promoción

5.4.1 ¿Cómo va a comunicar o promocionar el producto o servicio a su cliente?

La promoción del servicio de contabilidad se realizará mediante una estrategia de comunicación integrada que abarque tanto medios tradicionales como digitales. El enfoque estará en destacar la confiabilidad, precisión, y eficiencia de los servicios contables ofrecidos, dirigidos principalmente a PYMEs, emprendedores y profesionales independientes. La comunicación enfatizará en cómo nuestros servicios ayudan a cumplir con las normativas fiscales en Bolivia y mejorar la gestión financiera.

5.4.2 ¿Cuál será su mezcla comunicacional o promocional que utilizará?

La mezcla promocional incluirá los siguientes canales:

5.4.3 Publicidad

La publicidad se centrará principalmente en los medios digitales, con anuncios en Google y redes sociales como LinkedIn, que están dirigidos al segmento empresarial. También se utilizará publicidad impresa en revistas de negocios y folletos distribuidos en cámaras de comercio locales.

5.4.4 Promoción en ventas

Se ofrecerán promociones como:

- Descuentos del 10% en los primeros 6 meses para nuevos clientes.
- Paquetes de servicios contables con precios reducidos si se contratan por un período anual.
- Servicios adicionales sin costo, como una auditoría financiera inicial o asesoramiento fiscal personalizado.

5.4.5 Relaciones públicas

Se buscará establecer relaciones sólidas con asociaciones empresariales, cámaras de comercio y entidades relacionadas con el ámbito fiscal y contable. Además, se planificará la publicación de artículos en blogs y medios especializados en temas contables y fiscales en Bolivia, destacando la experiencia y los conocimientos de los socios fundadores.

5.4.6 Marketing directo

El marketing directo incluirá:

- Envío de correos electrónicos a empresas pequeñas y medianas.
- Llamadas telefónicas a empresas de sectores clave.
- Distribución de boletines informativos y promocionales en eventos empresariales.

5.4.7 Venta personal

Se implementará un equipo de ventas con conocimiento en contabilidad que pueda reunirse personalmente con los dueños de negocios y gerentes financieros, presentando los servicios, resolviendo dudas y personalizando las soluciones según las necesidades de cada cliente.

5.4.8 Eventos y experiencias

Se organizarán:

- Seminarios gratuitos sobre temas fiscales y gestión contable, destacando cómo nuestros servicios pueden simplificar las operaciones contables.
- Talleres especializados en el cumplimiento de las normativas tributarias bolivianas.

Se utilizarán todas las estrategias mencionadas, ya que cada una complementa a las demás en la captación y fidelización de clientes. La diversidad de herramientas permitirá llegar a diferentes segmentos del mercado objetivo.

5.4.9 ¿Cuál será el mensaje que comunicará a su mercado objetivo o target?

El mensaje principal será: “Simplificamos la contabilidad de tu empresa para que puedas enfocarte en hacerla crecer. Cumple con las normativas fiscales de Bolivia y mejora tu gestión financiera con nuestros servicios contables especializados.”

5.4.10 ¿Por qué medios y vehículos comunicará el mensaje?

El mensaje se comunicará a través de:

Medios digitales: Anuncios en Google Ads, redes sociales (Facebook, LinkedIn, Instagram).

Medios tradicionales: Publicidad en revistas empresariales y folletos en eventos de networking.

Marketing directo: Correos electrónicos personalizados y llamadas a posibles clientes.

Eventos: Seminarios y talleres organizados por la empresa.

5.4.11 ¿Cuál es el presupuesto de comunicación?

Se asignará un 10% de los ingresos proyectados anuales para el presupuesto de comunicación y marketing. Esto incluye:

Publicidad digital (Google Ads, redes sociales): 50% del presupuesto.

Publicidad impresa y folletos: 10% del presupuesto.

Organización de eventos y talleres: 20% del presupuesto.

Marketing directo (envío de correos y llamadas): 10% del presupuesto.

Otros costos asociados (relaciones públicas, consultorías): 10% del presupuesto.

5.4.12 ¿Cómo evaluará que la promoción o comunicación logró los resultados que esperaba?

La evaluación se realizará a través de:

Métricas de conversión: Medición de la cantidad de clientes nuevos adquiridos a través de cada canal de promoción.

Tasa de respuesta: Cuántos contactos directos (llamadas, correos) resultaron en citas y ventas.

Retorno sobre la inversión publicitaria (ROAS): Medición del rendimiento de cada campaña publicitaria.

Encuestas de satisfacción: A los clientes actuales sobre el proceso de contacto y su percepción de la marca.

Aumento de la visibilidad: Monitoreo de la interacción en redes sociales y presencia en eventos.

5.5 Análisis de Plaza

El análisis de plaza se enfoca en cómo la empresa de servicios de contabilidad llegará a su mercado objetivo y la eficiencia de los canales de distribución para entregar los servicios a los clientes.

5.5.1 ¿Qué tipo de canal de distribución utilizará para hacer llegar sus productos o servicios a sus clientes?

En una empresa de servicios de contabilidad, los canales de distribución se refieren a cómo los servicios (consultoría contable, asesoría fiscal, auditoría, manejo de nóminas, etc.) serán ofrecidos y entregados a los clientes. La naturaleza de los servicios contables es intangible y de carácter consultivo, por lo que el enfoque en la distribución estará basado principalmente en el uso de canales digitales y presenciales.

La empresa optará por una combinación de canales directos e indirectos para asegurar que los servicios lleguen de manera eficiente a los clientes en todo el país.

5.5.2 Canal Directo

Definición: El canal directo se refiere a la prestación de servicios sin intermediarios, donde la empresa interactúa de manera directa con los clientes.

1. Oficinas físicas:

La empresa tendrá oficinas en las principales ciudades de Bolivia, como La Paz, Santa Cruz y Cochabamba. Esto permitirá la atención presencial a empresas, empresarios y profesionales independientes.

Estas oficinas servirán para reuniones personalizadas, auditorías in situ y la prestación de servicios personalizados de acuerdo a las necesidades del cliente.

2. Plataformas digitales:

Se desarrollará una plataforma web y móvil en la que los clientes puedan acceder a sus reportes financieros, solicitar servicios y recibir asesoramiento contable en línea. Este

canal directo será clave para reducir costos y tiempos de desplazamiento, permitiendo una mayor eficiencia operativa.

Además, se implementará un servicio de chat en línea y videoconferencias para atender consultas y ofrecer asesoría remota.

3. Correo electrónico y teléfono:

La empresa usará canales tradicionales como el correo electrónico y el teléfono para atender consultas rápidas, enviar cotizaciones y entregar reportes o documentos.

5.5.3 Canal Indirecto

Definición: El canal indirecto implica la colaboración con intermediarios o socios que ayudan a distribuir los servicios.

1. Socios estratégicos:

La empresa puede asociarse con firmas de abogados, consultoras empresariales y entidades financieras que puedan recomendar y derivar clientes a la firma contable. Estas alianzas son importantes, ya que muchas empresas requieren servicios integrales que incluyen aspectos legales, financieros y contables.

También se puede establecer relaciones con cámaras de comercio locales, donde los servicios contables puedan ser recomendados a sus miembros.

2. Redes profesionales:

Se utilizarán redes de networking profesional como eventos, ferias empresariales y conferencias en las que se pueda promover la marca y establecer relaciones con posibles clientes o intermediarios que recomienden los servicios de la empresa.

5.5.4 ¿Cómo evaluará que la distribución sea eficiente y eficaz?

Para garantizar que la distribución de los servicios contables sea eficiente y eficaz, se implementarán varias métricas y mecanismos de control:

1. Satisfacción del cliente:

Se realizarán encuestas de satisfacción periódicas, tanto en línea como presenciales, para medir la experiencia del cliente en cuanto a la calidad del servicio, tiempos de respuesta y facilidad de acceso a los servicios.

Se evaluará el feedback recibido y se tomarán medidas correctivas si se identifican problemas en la entrega o satisfacción.

2. Tiempo de respuesta:

Se medirán los tiempos de entrega de los servicios a través de la plataforma digital y en las oficinas físicas. El objetivo será mantener tiempos de respuesta rápidos para solicitudes y consultas, optimizando la eficiencia operativa.

3. Uso de la plataforma digital:

Se monitoreará la cantidad de clientes que utilizan la plataforma web o móvil para recibir servicios. El análisis del uso permitirá identificar si los canales digitales están siendo eficientes y si es necesario mejorar su accesibilidad o funcionalidad.

También se medirá el porcentaje de clientes que prefieren el canal digital sobre el presencial, para ajustar los recursos de manera más eficaz.

4. Control de calidad de los intermediarios:

Se evaluará el desempeño de los socios estratégicos e intermediarios mediante la revisión de los clientes referidos. Se realizarán auditorías periódicas para asegurar que la calidad del servicio se mantenga en todos los canales de distribución.

Además, se utilizarán contratos o acuerdos con cláusulas específicas sobre la calidad y expectativas de los servicios, para asegurar un nivel de rendimiento acorde a los estándares de la empresa.

5. Análisis de costos:

Se analizarán los costos de los diferentes canales (directos e indirectos) para garantizar que la inversión en oficinas físicas, plataformas digitales y socios estratégicos sea rentable. Si algún canal resulta costoso sin generar el retorno esperado, se evaluarán posibles mejoras o ajustes.

6. Tasa de retención de clientes:

Un indicador clave de la eficiencia de la distribución es la tasa de retención de clientes. Se realizará un seguimiento de cuántos clientes permanecen con la empresa a lo largo del tiempo y cuántos son referidos por intermediarios. Una alta retención sugiere que el sistema de distribución está funcionando correctamente.

6 PLAN DE RECURSOS HUMANOS

6.1 jhfjh

6.1.1 ¿Qué personal importante requiere en el área de producción u operaciones para iniciar su negocio?

El área de producción u operaciones en una empresa de contabilidad incluye la gestión de los servicios contables, auditoría, asesoría fiscal y otros servicios financieros. Para iniciar un negocio de contabilidad en Bolivia en 2025, se requieren las siguientes posiciones clave:

Contadores: Profesionales certificados y registrados en el Colegio de Contadores de Bolivia, con experiencia en normativa contable local e internacional (NIIF, IAS).

Audidores: Profesionales con experiencia en auditorías financieras y operativas.

Consultores fiscales: Especialistas en la legislación fiscal y tributaria boliviana, con experiencia en la presentación de impuestos.

Asistentes contables: Personal de apoyo que se encargue de la preparación de informes financieros preliminares y tareas administrativas contables.

6.1.2 Personal de dirección

El personal directivo será el encargado de establecer las estrategias y guiar la operación del negocio. Incluye:

Gerente general: Responsable de la dirección estratégica y operativa de la empresa, control de finanzas y gestión de relaciones con los clientes.

Gerente de operaciones: Encargado de supervisar la eficiencia operativa, garantizando la entrega puntual y correcta de los servicios contables.

Gerente financiero: Responsable de las finanzas internas de la empresa, gestión de inversiones y control de gastos.

6.1.3 Personal de ejecución

Este personal ejecuta las tareas operativas clave para los servicios contables:

Contadores senior: Dirigen los equipos contables, manejan cuentas de clientes importantes y supervisan el trabajo de contadores junior.

Audidores senior: Supervisan las auditorías de empresas grandes o complejas y garantizan la calidad del proceso de auditoría.

Consultores fiscales senior: Proporcionan asesoría experta en planificación tributaria y representan a los clientes ante autoridades fiscales.

6.1.4 Personal de operación

Este personal está involucrado en la operación diaria del negocio:

Contadores junior: Realizan tareas diarias como la contabilidad básica, preparación de informes financieros y gestión de nóminas.

Audidores junior: Asisten en auditorías y revisiones de documentos financieros.

Asistentes contables: Se encargan de tareas administrativas como facturación, organización de documentos y seguimiento de clientes.

Soporte técnico (TI): Personal encargado de gestionar el software contable, mantenimiento de sistemas de información y protección de datos.

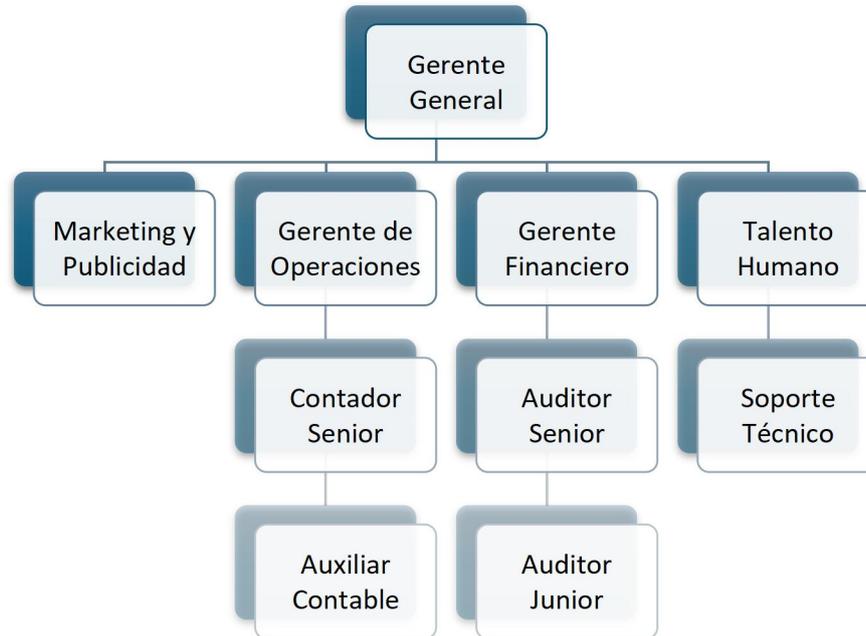
6.1.5 Otros

Personal de marketing y ventas: Enfocados en la captación de nuevos clientes y la promoción de los servicios contables ofrecidos por la empresa.

Personal administrativo: Para la gestión de recursos humanos, control de inventarios, y atención al cliente.

6.1.6 Manual de organización

6.1.6.1 Organigrama



6.1.6.2 Análisis y descripción de cargos (opcional)

Este análisis permitirá identificar las responsabilidades específicas de cada cargo, sus competencias requeridas y el perfil ideal para cada posición.

6.1.6.3 Manual de funciones del personal clave

El manual de funciones describe en detalle las responsabilidades y actividades principales de cada cargo, facilitando la alineación de expectativas y la gestión del rendimiento.

6.1.6.4 Plan de carrera

Es importante desarrollar un plan de carrera para retener a los empleados talentosos. Este plan incluirá:

Oportunidades de promoción interna.

Formación continua.

Evaluaciones anuales de desempeño para identificar oportunidades de crecimiento.

6.1.7 Reclutamiento

El reclutamiento se enfocará en atraer a profesionales contables, financieros y administrativos capacitados y con experiencia. Las principales fuentes de reclutamiento serán:

Portales de empleo online (LinkedIn, Computrabajo, etc.).

Universidades y colegios profesionales.

Referencias internas y redes de contacto.

6.1.8 Selección

La selección se basará en entrevistas técnicas y psicométricas, revisión de referencias y pruebas de competencias específicas para asegurarse de que los candidatos cumplan con los requisitos técnicos y se ajusten a la cultura organizacional.

6.1.9 Capacitación

Se ofrecerán programas de capacitación inicial y continua, con el objetivo de actualizar el conocimiento del personal en normas contables, fiscales y uso de software especializado.

6.1.10 Contratación

La contratación formal incluirá contratos laborales que cumplan con la legislación laboral boliviana, especificando la remuneración, las funciones y los beneficios.

6.1.11 Inducción

El proceso de inducción estará diseñado para integrar al nuevo personal en la cultura organizacional y asegurar que entiendan claramente sus funciones y responsabilidades desde el primer día.

6.1.12 Motivación al personal (Incentivos y comisiones)

Se implementará un sistema de incentivos basado en comisiones por rendimiento y bonos por cumplimiento de metas, tanto individuales como de equipo. Además, se ofrecerán beneficios como seguros médicos, días libres adicionales y programas de bienestar.

6.1.13 Sueldos y salarios

Los sueldos se establecerán de acuerdo con el mercado local y la experiencia del personal. Los niveles salariales estarán claramente definidos por posición y experiencia:

- Contadores senior: Bs. 8,000 a Bs. 12,000
- Contadores junior: Bs. 4,500 a Bs. 6,500
- Auditores: Bs. 5,000 a Bs. 10,000
- Asistentes contables: Bs. 3,000 a Bs. 4,500

6.1.14 Seguridad e higiene personal

Se implementarán medidas para garantizar un ambiente de trabajo seguro y saludable, como la ergonomía en las estaciones de trabajo, acceso a servicios médicos y la prevención de riesgos laborales.

6.1.15 Evaluación de desempeño

Las evaluaciones de desempeño se realizarán de manera semestral para revisar los objetivos alcanzados y establecer planes de mejora.

7 PLAN DE FINANZAS

El plan de finanzas es uno de los componentes clave para garantizar la viabilidad económica del negocio. En este apartado, se desarrollan los principales estados financieros, así como los análisis financieros necesarios para evaluar el rendimiento y la salud financiera de la empresa de contabilidad.

7.1 Estados Financieros

El negocio de contabilidad tendrá dos estados financieros principales: el Balance General y el Estado de Resultados, los cuales se usarán para evaluar la situación económica y el desempeño financiero.

7.2 Balance General

El Balance General es un reporte que muestra la situación financiera de la empresa en un momento específico del tiempo. Los componentes clave son:

- **Activo:** Los recursos económicos que posee la empresa.
- **Activos corrientes:** Efectivo, cuentas por cobrar (clientes), y gastos pagados por adelantado.
- **Activos no corrientes:** Equipos informáticos, software de contabilidad, oficinas (si aplica).
- **Pasivo:** Las obligaciones de la empresa.
- **Pasivos corrientes:** Cuentas por pagar, gastos acumulados, impuestos por pagar.
- **Pasivos no corrientes:** Préstamos a largo plazo o créditos comerciales.
- **Patrimonio:** Lo que queda después de restar los pasivos del total de los activos. Es el capital invertido por los socios, más las utilidades acumuladas.

7.3 Estado de Resultado

El estado de resultados muestra la rentabilidad del negocio a lo largo de un período específico. Los elementos más importantes son:

- **Ventas:** Ingresos generados por la prestación de servicios de contabilidad, auditoría, asesoría financiera, etc.
- **Costo:** Costos directos asociados a la prestación del servicio, como salarios de contadores, software especializado y equipos.
- **Margen bruto:** Diferencia entre las ventas y el costo directo de los servicios.
- **Gastos:** Gastos operativos, como alquiler de oficina, servicios públicos, marketing y costos administrativos.
- **Margen neto:** Beneficio final después de restar los gastos operativos. Este resultado mostrará la rentabilidad del negocio.

7.4 Flujo de Caja

El flujo de caja permite ver el movimiento de efectivo en las diferentes actividades de la empresa, lo cual es esencial para mantener la liquidez. Se subdivide en:

- **Flujo de caja de inversión:** Inversiones en activos fijos como software de contabilidad, computadoras y equipamiento de oficina. Es una salida de caja en los primeros años.
- **Flujo de caja de operación o explotación:** Entrada de caja por cobros a clientes y salida de caja por pago de sueldos, alquiler, suministros y demás gastos operativos. Este flujo debe ser positivo para garantizar la estabilidad del negocio.
- **Flujo de caja de deuda o financiación:** Este flujo refleja las entradas por préstamos o aportes de socios, y las salidas por el pago de deudas o dividendos a los socios. Al inicio, puede haber flujo positivo por financiamiento, que luego se convertirá en negativo a medida que se repaguen deudas.

7.5 Instrumentos Requeridos

Para evaluar la viabilidad financiera del negocio, se aplicarán las siguientes herramientas financieras:

TRMA (Tasa de rendimiento mínima aceptada): Es el rendimiento mínimo que los inversionistas o socios están dispuestos a aceptar por el capital invertido. Esta tasa será usada como referencia para evaluar proyectos de inversión.

VAN (Valor Actual Neto): Se calculará el VAN para proyectos de inversión inicial (compra de activos) y expansión del negocio, para determinar si las inversiones generan valor para la empresa.

TIR (Tasa Interna de Retorno): El TIR ayudará a comparar la rentabilidad de las inversiones a lo largo del tiempo y evaluar si superan el costo del capital o la TRMA.

Valor residual: Es el valor estimado que tendrán los activos al final del período de planificación, como el equipo de oficina y el software. Este valor será considerado en los cálculos de inversión.

Periodo de recuperación: Tiempo estimado en que las inversiones iniciales (equipos, software, etc.) se recuperarán a través de las ganancias operativas.

Punto de equilibrio: Se calculará para determinar cuántos servicios (ej. declaraciones fiscales, auditorías) se deben vender para cubrir todos los costos fijos y variables. Esto ayudará a planificar los precios y las metas de ventas.

7.6 Principales Riesgos Financieros

El negocio de contabilidad puede enfrentarse a diversos riesgos financieros que deben ser gestionados:

1. Riesgo de liquidez: El negocio podría enfrentar problemas de liquidez si los clientes retrasan sus pagos. Esto afectaría el flujo de caja operativo, poniendo en riesgo el pago de salarios y otros costos fijos.

2. Riesgo de crédito: Al ofrecer servicios a crédito, puede haber un riesgo de impagos por parte de algunos clientes, lo que generaría pérdidas.

3. Riesgo operativo: A medida que crece la empresa, los costos operativos pueden aumentar. Si los gastos crecen más rápido que los ingresos, el margen neto podría verse afectado.

4. Riesgo de mercado: Cambios en la demanda de servicios contables debido a crisis económicas, cambios en la legislación o competencia feroz podrían afectar las ventas proyectadas.

5. Riesgo de financiación: En caso de utilizar financiamiento externo, existe el riesgo de que las tasas de interés suban, encareciendo el costo del crédito. Además, la incapacidad de cumplir con los pagos de deuda podría generar incumplimientos financieros.

Un manejo proactivo de estos riesgos, junto con la creación de una reserva de emergencia y la diversificación de los servicios, puede ayudar a mitigar los impactos negativos en el negocio.

8 Estudio Jurídico Fiscal

8.1 ¿Qué forma jurídica va a tomar su empresa?

La forma jurídica que adoptará la empresa será Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL).

8.2 ¿Por qué elegiría la forma jurídica que va a tomar su empresa?

Se elige la SRL debido a sus características que ofrecen ventajas importantes para el tipo de negocio de contabilidad:

Responsabilidad limitada: Los socios responden solo con su aportación de capital, lo cual protege su patrimonio personal en caso de deudas o problemas financieros de la empresa.

Flexibilidad de gestión: Permite que los socios participen directamente en la administración, lo que es ventajoso en una empresa de servicios como la contabilidad, donde el involucramiento de los socios puede ser clave para el éxito.

Requisitos de capital más accesibles: Comparado con otras formas jurídicas, como la Sociedad Anónima (SA), la SRL requiere un menor capital inicial.

Número limitado de socios: La SRL limita el número de socios a 25, lo cual es adecuado para una empresa de contabilidad que no requiere una gran cantidad de accionistas.

Distribución de ganancias equitativa: Las ganancias se distribuyen de acuerdo con las aportaciones de cada socio, lo que hace la SRL una opción atractiva para una estructura de negocio que podría incluir socios estratégicos.

8.3 ¿Cuál será el nombre de la empresa?

El nombre propuesto para la empresa será: Contabilidad Integral Bolivia S.R.L.

Este nombre refleja claramente el ámbito de operación de la empresa, que ofrece servicios integrales de contabilidad adaptados a las necesidades del mercado boliviano.

8.4 ¿Cuál será el número de socios y sus respectivas aportaciones?

La empresa estará formada por 3 socios, cada uno con un rol definido en la empresa:

Socio 1 (Director General): Aportación de Bs. 100,000. Encargado de la dirección estratégica y toma de decisiones principales.

Socio 2 (Gerente de Operaciones): Aportación de Bs. 100,000. Responsable de la gestión operativa diaria, coordinación con clientes y supervisión del equipo contable.

Socio 3 (Gerente Financiero): Aportación de Bs. 50,000. Responsable de la administración financiera interna de la empresa y de la planificación tributaria y financiera de los clientes.

Socio 4 (Auditor Financiero): Aportación de Bs. 80,000. Responsable de las auditorías internas y externas.

Total, del capital social: Bs. 330,000.

8.5 ¿Ante qué organismos públicos debe inscribir su empresa?

Para formalizar la empresa en Bolivia, se deberán seguir estos pasos y registrar ante los siguientes organismos públicos:

1. SEPREC: Es el primer paso para obtener el Registro de Comercio, el cual habilita a la empresa a operar legalmente en el país.

2. Servicio de Impuestos Nacionales (SIN): Aquí se debe tramitar el Número de Identificación Tributaria (NIT), indispensable para realizar actividades comerciales y pagar impuestos.

3. Cajas de Salud y GESTORA(AFP): Para afiliar a los empleados a la seguridad social y a los fondos de pensiones, cumpliendo con las normativas laborales bolivianas.

4. Ministerio de Trabajo: Registro de los empleados y cumplimiento de las normativas laborales.

5. Gobierno Autónomo Municipal: Para obtener la Licencia de Funcionamiento Municipal, indispensable para operar dentro del municipio correspondiente.

6. Caja Nacional de Salud (CNS): Para registrar a los empleados en el seguro de salud obligatorio.

8.6 ¿Cuáles serán sus principales obligaciones fiscales?

La empresa deberá cumplir con las siguientes obligaciones fiscales:

1. Impuesto al Valor Agregado (IVA): Obligación de presentar declaraciones mensuales del IVA sobre los ingresos generados por la prestación de servicios contables. La alícuota es del 13% y se aplicará a los servicios facturados a los clientes.

2. Impuesto sobre las Utilidades de las Empresas (IUE): Este impuesto se debe presentar anualmente sobre las utilidades obtenidas. La tasa es del 25% sobre las utilidades netas.

3. Aportaciones a la Seguridad Social y AFP: La empresa tiene la obligación de realizar aportes mensuales para la seguridad social (caja de salud) y los fondos de pensiones de los empleados.

4. Impuesto a las Transacciones (IT): Se debe pagar mensualmente sobre el total de ingresos brutos que genera la empresa, con una tasa del 3%.

5. Retenciones del IUE a empleados: Retención del IUE en caso de que la empresa tenga empleados con sueldos que sobrepasen los umbrales establecidos.

6. Patentes y tasas municipales: Pago anual de la patente municipal para operar legalmente en el municipio donde se encuentra la empresa.

Conclusión

Este plan ofrece un enfoque detallado para la creación de una empresa de contabilidad en Bolivia, tomando en cuenta los aspectos legales y fiscales clave para 2025. La forma jurídica de SRL, el enfoque en socios con aportaciones específicas y el cumplimiento riguroso de las obligaciones fiscales, permitirán que la empresa opere de manera eficiente y sostenible.

Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones del análisis de la demanda

Este análisis permite planificar la oferta de servicios contables de manera segmentada y adaptada a las características específicas del mercado boliviano.

Conclusiones del análisis de competidores:

Los principales competidores en el sector contable boliviano pueden dividirse en grandes firmas tradicionales, despachos pequeños y plataformas de contabilidad en línea. Cada uno tiene un enfoque diferente y atiende a un tipo específico de cliente. Las grandes firmas tienen un alto costo, pero una fuerte reputación; los despachos pequeños ofrecen un servicio personalizado y asequible; mientras que las plataformas en línea apuestan por la automatización y el bajo costo.

El reto para un nuevo negocio de contabilidad en Bolivia será encontrar un nicho que no esté completamente cubierto por estos competidores, diferenciándose por la personalización, la combinación de servicios remotos y presenciales, o la especialización en sectores poco atendidos.

Resumen de Amenazas y Oportunidades en el macroentorno

Amenazas:

Cambios políticos y económicos, conflictos sociales y demás que podrían generar incertidumbre en el mercado.

Baja adopción de tecnología en algunas empresas y regiones.

La informalidad sigue siendo un reto, sobre todo en zonas rurales y áreas menos desarrolladas.

Oportunidades:

La modernización tecnológica y digitalización del sistema fiscal brinda nuevas oportunidades de negocio.

El crecimiento de la clase media emprendedora genera una demanda constante de servicios contables.

La creciente necesidad de formalización de pequeñas empresas puede ampliar la cartera de clientes potenciales.

Los constantes cambios en las normativas fiscales y tributarias fomentan la necesidad de asesoría especializada en el cumplimiento normativo.

Este análisis permite entender los factores externos que afectarán la creación y desarrollo de una firma contable en Bolivia, y destaca cómo adaptarse a las amenazas y aprovechar las oportunidades para posicionarse exitosamente en el mercado.

Resumen del Producto:

¿Qué vende? Servicios de contabilidad, auditoría y asesoría fiscal para empresas y profesionales en Bolivia.

¿A quién vende? PYMEs, grandes empresas, emprendedores, profesionales independientes y ONGs.

¿Cómo está hecho el servicio? A través de un equipo de contadores especializados, el uso de software contable y la aplicación de normas tributarias bolivianas.

Fortalezas Clave de la Empresa Contable

Personal con sólida experiencia en normativa contable y fiscal boliviana.

Relación cercana y personalizada con clientes, especialmente con pequeñas y medianas empresas.

Uso básico de software contable que permite un manejo adecuado de la documentación.

Debilidades Clave

Falta de integración tecnológica y procesos automatizados, lo que ralentiza la eficiencia.

Escasa presencia digital y marketing en redes, lo que limita la captación de nuevos clientes.

Baja inversión en innovación tecnológica y desarrollo del talento humano, lo que puede generar estancamiento frente a la competencia.

Este análisis interno servirá como base para formular una estrategia que potencie las fortalezas y minimice las debilidades, orientando el crecimiento de la empresa mediante una propuesta de valor diferenciada y moderna.

Este plan se posiciona como una opción sólida en el competitivo mercado boliviano, con un enfoque estratégico en la tecnología y la personalización de servicios para capturar oportunidades crecientes en un entorno cambiante.

En resumen, la empresa utilizará una combinación de canales directos e indirectos, apoyados en herramientas tecnológicas y asociaciones estratégicas, para llegar a los clientes de manera eficiente. La evaluación continua del desempeño de estos canales será crucial para asegurar una distribución eficaz y una satisfacción alta entre los clientes.

9 ANEXOS

Datos de la Empresa

DATOS GENERALES DE LA EMPRESA

Tipo de Unidad Económica

SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

Objeto Social

SERVICIOS DE CONTABILIDAD EN GENERAL

ACTIVIDADES ECONÓMICAS

Actividad Económica Principal

SERVICIOS DE CONTABILIDAD EN GENERAL

Actividad Económica Secundaria

Cierre de Gestión

31/12

NOMBRE DE LA EMPRESA

Denominación de la Empresa

CONTABILIDAD INTEGRAL BOLIVIA S.R.L.

INFORMACIÓN FINANCIERA

Capital Social

492.900,00 (CUATROCIENTOS NOVENTA Y DOS MIL NOVECIENTOS BOLIVIANOS 00/100)

Número de Cuotas

4929

Valor de Cuotas

100

Fecha de Vigencia de Sociedad

01-08-2030

Datos de los Representantes

Inscripción de Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L.), Sociedad Colectiva o Sociedad en Comandita

Legal REPRESENTANTE LEGAL

DOCUMENTO DE IDENTIDAD

Tipo de Documento de Identificación
Cédula de Identidad**Número de Documento**
14586954

DATOS PERSONALES

Nombre(s) EDDY	Primer Apellido MORALES	Segundo Apellido ONTIVEROS
País de Nacionalidad BOLIVIA	Fecha de Nacimiento 01-09-1994	Género MASCULINO

Correo Electrónico
Eddy_14@hotmail.es**Dirección Comercial**
UBICACIÓN DEL COMERCIO

Departamento SANTA CRUZ	Provincia ANDRÉS IBAÑEZ
Municipio SANTA CRUZ DE LA SIERRA	Tipo División Geográfica
Nombre División Geográfica -	Vía CALLE
Nombre de Vía	Número Domicilio ----- 5220
Nombre de Edificio -	Número de Piso -
Ambiente	Número o Nombre de Ambiente ----- -
Dirección Referencial CALLE TUSEQUI N° 5220	Ubicación de la Empresa -16.500339357800750.-68.1267547659885

DATOS DEL CONTACTO DEL ESTABLECIMIENTO

Sitio Web del Establecimiento https://www.containtebol.com	Teléfono 3-552638
Correo Electrónico containte2024@gmail.com	

Inscripción de Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L.), Sociedad Colectiva o Sociedad en Comandita

Datos Personales de los Socios

SOCIO 1

Tipo de Documento de Identidad
CÉDULA DE IDENTIDAD

Número de Identificación
2711828

DATOS PERSONALES

Nombre(s)
JOSÉ ELÍAS

Primer Apellido
CHOQUE

Segundo Apellido
ALGARAÑAZ

País de Nacionalidad
BOLIVIA

Fecha de Nacimiento
09-06-1982

Género
MASCULINO

Correo Electrónico
joseliasch@gmail.com

SOCIO 2

Tipo de Documento de Identidad
CÉDULA DE IDENTIDAD

Número de Identificación
12598451

DATOS PERSONALES

Nombre(s)
MIGUEL ANGEL

Primer Apellido
CHOQUE

Segundo Apellido
ALGARAÑAZ

País de Nacionalidad
BOLIVIA

Fecha de Nacimiento
09-07-1983

Género
MASCULINO

Correo Electrónico
miguelangelch@gmail.com

SOCIO 3

Tipo de Documento de Identidad
CÉDULA DE IDENTIDAD

Número de Identificación
12824980

DATOS PERSONALES

Nombre(s)
JOSÉ MANUEL

Primer Apellido
CHOQUE

Segundo Apellido
DURAN

País de Nacionalidad
BOLIVIA

Fecha de Nacimiento
09-08-1984

Género
MASCULINO

Correo Electrónico
josemanuelch@gmail.com

DOCUMENTOS DE SOPORTE

DOCUMENTOS CARGADOS

Emisor
EMILY

Fecha de Emisión
01-04-2023

Nombre del Documento
TESTIMONIO DE CONSTITUCIÓN

NIT

NUMERO DE IDENTIFICACION TRIBUTARIA

RÉGIMEN GENERAL

CERTIFICADO DE INSCRIPCIÓN PADRON NACIONAL DE CONTRIBUYENTES

NIT: 5344457018

NOMBRE / RAZÓN SOCIAL: CONTABILIDAD INTEGRAL S.R.L.

DATOS GENERALES:

DOMICILIO FISCAL: CALLE TUSEQUI N°5220 ZONA SUR

DEPENDENCIA: SANTA CRUZ

ALCALDÍA: Santa Cruz

GRAN ACTIVIDAD: COMERCIAL

MES DE CIERRE: DICIEMBRE

ACTIVIDAD PRINCIPAL: (SERVICIOS DE CONTABILIDAD GENERAL

ACTIVIDADES SECUNDARIAS:

REPRESENTANTE LEGAL: EDDY MORALES ONTIVEROS

CURSALES: 0

OBLIGACIONES:

FORM. 200 V.3 - IMPUESTO AL VALOR AGREGADO

FORM. 400 V.3 - IMPUESTO A LAS TRANSACCIONES

FORM. 500 - IMPUESTO A LAS UTILIDADES DE LA EMPRESA

FECHA DE INSCRIPCIÓN AL PADRÓN: 03/04/2015

FECHA DE EMISIÓN DEL CERTIFICADO: 15/04/2015



LILIANA CASTEDO PANIAGUA
JEFE DPTO. GESTIÓN DE RECAUDACIÓN Y EMPADRONAMIENTO
GERENCIA DISTRITAL SANTA CRUZ



IMPUESTOS NACIONALES

Este certificado contempla los datos declarados en su formulario de empadronamiento, además de las obligaciones generadas a partir del mismo. En caso de no estar de acuerdo con uno o más datos u obligac
anarsAnese al Departamento de Gestión de Recaudación y Empadronamiento de la Gerencia Distrital o Graco de su jurisdicción para regularizarlos.

EMPRESA: CONTABILIDAD INTEGRAL S.R.L.

NIT: 5344457018

SANTA CURZ - BOLIVIA

**BALANCE DE APERTURA
AL 10 DE NOVIEMBRE DEL 2024
(EXPRESADO EN BOLIVIANOS)**

ACTIVO			
ACTIVO CORRIENTE			200.000,00
DISPONIBLE		200.000,00	
CAJA MONEDA NACIONAL	200.000,00		
ACTIVO NO CORRIENTE			292.900,00
ACTIVO FIJO		292.900,00	
EDIFICIO	150.000,00		
MUEBLES Y ENSERES	24.662,00		
VEHÍCULO	78.238,00		
EQUIPO DE COMPUTACION	<u>40.000,00</u>		
TOTAL ACTIVO			<u>492.900,00</u>
PASIVO			
PASIVO CORRIENTE			-
PATRIMONIO			492.900,00
CAPITAL SOCIAL		492.900,00	
SOCIO JHOEL JIMENEZ M.	123.225,00		
SOCIA CAMILA	123.225,00		
SOCIO EDDY MORALES ONTIVEROS	123.225,00		
SOCIO JAVIER MONTAÑO	<u>123.225,00</u>		
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO			<u>492.900,00</u>