

**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

29



**XIII**

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

**CATEGORÍA**

**EMPRENDIMIENTO**

**INTEGRANTES**

Tahis Lideth Arauz Franco 221008276

Jon Jeickob Chávez 222053585

Yoselin Arancibia Delgadillo 222085738

Mariben Rodas Navarro 220159858

**DOCENTE GUIA**

Liliana Bejarano Martínez

## **Resumen**

Nuestro emprendimiento se dedica a proporcionar asesoría contable especializada para la constitución de pequeñas empresas, asegurando que cada cliente cumpla con las normativas fiscales y lleve una contabilidad organizada y eficiente. En la actualidad, muchos emprendedores enfrentan dificultades debido a la falta de conocimiento contable y tributario, lo que puede resultar en sanciones o en una gestión financiera ineficaz.

## **Problema**

El problema principal que abordamos es la falta de conocimientos en contabilidad y fiscalidad por parte de los emprendedores de pequeñas empresas. Esta carencia de información genera incumplimiento de las obligaciones fiscales, errores en los estados financieros y, en algunos casos, el cierre prematuro de las empresas. Muchas veces, los empresarios no saben por dónde empezar en el proceso de constitución o cómo gestionar correctamente sus impuestos, lo que les genera inseguridad y retrasos.

## **Justificación**

La justificación de este emprendimiento radica en la necesidad de brindar un servicio integral de asesoría contable para pequeñas empresas, que les permita cumplir con sus obligaciones fiscales y administrar eficientemente sus finanzas. Al ofrecer una asesoría experta y accesible, ayudamos a los emprendedores a minimizar errores costosos y a establecer una base sólida para el crecimiento de su empresa. Esto no solo contribuye a la formalización de nuevos negocios, sino también a la estabilidad económica de los mismos, promoviendo un ambiente empresarial más seguro y ordenado.

## **Objetivos**

Los objetivos de nuestra asesoría contable son:

Guiar a los emprendedores en los procesos contables necesarios para la constitución de sus pequeñas empresas, desde la elección del régimen fiscal adecuado hasta la elaboración de los primeros estados financieros.

Proporcionar asesoría continua en la gestión de impuestos, garantizando el cumplimiento con las autoridades fiscales y evitando sanciones.

Ofrecer herramientas y estrategias para llevar una contabilidad organizada y optimizada, utilizando tecnología y procesos eficientes.

Identificar y resolver las dificultades más comunes en el manejo de las finanzas de las pequeñas empresas, proporcionando soluciones prácticas y adaptadas a sus necesidades.

### **Metodología**

Nuestra metodología se basa en una combinación de asesoría personalizada y el uso de herramientas tecnológicas avanzadas. Ofrecemos una evaluación inicial para comprender las necesidades específicas de cada empresa, luego proporcionamos una guía paso a paso para la constitución de la empresa y la organización de sus finanzas.

El seguimiento constante es parte integral de nuestro servicio, asegurando que nuestros clientes cumplan con sus obligaciones y mantengan su contabilidad al día.

### **Resultados**

Los resultados de nuestra asesoría muestran que los pequeños empresarios que adoptan una gestión contable adecuada desde el principio tienen una mayor probabilidad de éxito y sostenibilidad. Los empresarios que han trabajado con nosotros han destacado la claridad y seguridad que sienten al cumplir con sus obligaciones fiscales, así como la mejora en la organización de sus recursos financieros. Además, han podido identificar oportunidades de ahorro y optimización en sus procesos internos. Las pequeñas empresas asesoradas también reportaron una mayor capacidad para tomar decisiones estratégicas basadas en datos financieros confiables.

# Plan De Negocios

Introducción .....	1
<b>1. Análisis Externo .....</b>	<b>2</b>
<b>1.1. Micro Entorno .....</b>	<b>2</b>
<b>1.1.1. Análisis de la Demanda o Clientes Potenciales .....</b>	<b>2</b>
<b>1.2. Macro Entorno .....</b>	<b>2</b>
<b>1.2.1. ¿Quiénes son nuestros principales competidores? .....</b>	<b>2</b>
<b>1.2.2. ¿Quiénes son los compradores de nuestros competidores? .....</b>	<b>2</b>
<b>1.2.3. ¿Qué ofrecen nuestros competidores para atraer a estos clientes? .....</b>	<b>3</b>
<b>1.2.4. ¿Cuánto cobran? .....</b>	<b>3</b>
<b>1.2.5. ¿Cómo promocionan sus servicios? .....</b>	<b>3</b>
<b>1.2.6. ¿Cómo llegan a los clientes? .....</b>	<b>3</b>
<b>1.3. Producto/Mercado .....</b>	<b>4</b>
<b>1.3.1. ¿Qué vende? .....</b>	<b>4</b>
<b>1.3.2. ¿A quién vende? .....</b>	<b>4</b>
<b>1.3.3. ¿Con qué está hecho el producto o cómo está hecho? .....</b>	<b>4</b>
<b>1.3.4. Análisis del Comportamiento del Mercado .....</b>	<b>5</b>
<b>2. Análisis Interno .....</b>	<b>6</b>
<b>2.1. Actividades Primarias .....</b>	<b>6</b>
<b>2.1.1. Logística interna .....</b>	<b>6</b>
<b>2.1.2. Operaciones .....</b>	<b>6</b>
<b>2.1.3. Logística externa .....</b>	<b>6</b>
<b>2.2. Actividades de Soporte .....</b>	<b>6</b>
<b>2.2.1. Infraestructura de la empresa .....</b>	<b>6</b>
<b>2.2.2. Gestión de Recursos Humanos .....</b>	<b>7</b>
<b>2.2.3. Desarrollo Tecnológico .....</b>	<b>7</b>

2.2.4.	<b>Abastecimiento</b> .....	7
3.	<b>Análisis Foda</b> .....	7
3.1.	<b>Estrategia</b> .....	9
3.1.1.	<b>Misión</b> .....	9
3.1.2.	<b>Visión</b> .....	9
4.	<b>Plan De Servicio</b> .....	9
4.1.	<b>Principales procesos de trabajo:</b> .....	9
4.2.	<b>Nuestros principales servicios serán:</b> .....	10
4.3.	<b>Distribución interna de servicio (Layout)</b> .....	10
4.4.	<b>Estrategia óptima para ofrecer servicios</b> .....	10
4.5.	<b>Capacidad y programa de servicios:</b> .....	11
4.6.	<b>Nuestros Principales Reglamentos Y Normas</b> .....	12
4.7.	<b>Costos de inversión</b> .....	12
5.	<b>Plan De Marketing</b> .....	14
5.1.	<b>Mercado Objetivo</b> .....	14
5.1.1.	<b>Estructura del Servicio</b> .....	14
5.1.2.	<b>¿Qué ofrecemos?</b> .....	14
5.1.3.	<b>¿Qué espera el cliente?</b> .....	15
5.1.4.	<b>¿Qué lograremos alcanzar?</b> .....	16
5.2.	<b>Análisis del producto</b> .....	16
5.2.1.	<b>Principales atributos del servicio respecto a su diseño:</b> .....	16
5.3.	<b>Análisis de Precio</b> .....	19
5.3.1.	<b>¿Cuál es su estrategia de precio?</b> .....	19
5.3.2.	<b>¿Qué tipo de elasticidad precio de la demanda presenta su producto o servicio?</b> .....	20
5.3.3.	<b>¿Cuál será la política de modificación de precios?</b> .....	22
5.3.4.	<b>¿Cuál será la política de descuentos?</b> .....	22

5.3.5.	¿Cómo motivará a sus clientes para que compren en su empresa y no a otro competidor? .....	22
5.4.	<b>Análisis de la Promoción</b> .....	23
5.4.1.	¿Cómo va a comunicar o promocionar el producto o servicio a su cliente? .....	23
5.4.2.	¿Cuál será su mezcla comunicacional o promocional que utilizará? .....	23
5.4.3.	Relaciones públicas: .....	24
5.4.4.	Marketing Directo: .....	24
5.4.5.	¿Qué técnica usar? .....	25
5.4.6.	¿Cuál será el mensaje que comunicará a su mercado objetivo o target? .....	25
5.4.7.	Medios para difundir el mensaje: .....	25
5.4.8.	Presupuesto de comunicación .....	26
5.4.9.	¿Cómo evaluará que la promoción o logró los resultados esperados? .....	26
5.5.	<b>Análisis de Plaza</b> .....	27
5.5.1.	¿Qué tipo de canal de distribución utilizará? .....	27
5.5.2.	Canal Directo.....	27
5.5.3.	Canal Indirecto.....	27
5.5.4.	¿Cómo evaluará que la distribución sea eficiente y eficaz? .....	28
6.	<b>PLAN DE RECURSOS HUMANOS</b> .....	28
6.1.	Resumen.....	28
6.2.	Estructura Organizativa.....	28
6.3.	Roles y Responsabilidades.....	28
6.4.	Reclutamiento y Selección.....	29
6.5.	Capacitación y Desarrollo .....	29
6.6.	Evaluación de Desempeño.....	29
6.7.	Compensación y Beneficios .....	29
6.8.	Seguridad e Higiene Personal .....	29

6.9. Plan de Carrera.....	29
7. Plan De Finanzas.....	30
7.1. Balance General:.....	30
7.2. Estado de resultados .....	31
7.3. VAN.....	31
7.4. Periodo de Recuperación (Payback Period) .....	32
7.5. Los Principales Riesgos Financieros .....	33
8. ESTUDIO JURÍDICO FISCAL .....	33
9. Conclusiones .....	34
9. Recomendaciones .....	35
10. Bibliografía.....	35
11. Anexos .....	36

## **Introducción**

Este informe tiene como objetivo proporcionar una visión completa sobre el desarrollo y avance de nuestro emprendimiento, una firma especializada en la asesoría para la creación de empresas y la gestión contable. Nuestro emprendimiento se enfocará en facilitar el proceso de emprendimiento y administración contable, brindando un servicio que combina profesionalismo, conocimiento técnico, y un toque único de carisma y cercanía. A lo largo del tiempo, trabajaremos en estrecha colaboración con nuestros clientes, desde el planteamiento inicial de sus proyectos hasta el seguimiento detallado de sus obligaciones contables y financieras.

En este informe, se detalla la evolución que puede tener nuestro modelo de negocio, que incluye alianzas estratégicas con socios contadores, desarrollo de un plan de marketing específico, y la implementación de métodos innovadores que nos permitirán destacarnos en un sector sumamente competitivo.

A partir del análisis presentado, se proyectan las metas a corto y mediano plazo para seguir mejorando nuestro servicio y continuar marcando una diferencia en la vida de los emprendedores. Así mismo, el informe incluye recomendaciones estratégicas orientadas a fortalecer nuestra propuesta de valor y asegurar una ventaja competitiva sostenible. Este análisis refleja el compromiso con la excelencia y la innovación, elementos clave que nos posicionan como un aliado confiable en la creación y desarrollo de negocios.

## **1. Análisis Externo**

### **1.1. Micro Entorno**

#### **1.1.1. Análisis de la Demanda o Clientes Potenciales**

Los potenciales clientes para la cual nuestro emprendimiento está pensado son:

Emprendedores y nuevos empresarios que deseen empezar un negocio propio, pero no cuenten con la experiencia en la creación de empresas ni en un manejo contable eficiente, que carezcan de conocimientos administrativos y contables

Pequeñas y medianas empresas que ya estén operando, pero necesiten una optimización en su contabilidad, que quieran un plan financiero optimo a mediano y largo plazo, realizar los cálculos para el pago de sus impuestos y llenado de formularios.

Personas y profesionales independientes que deseen formalizar su actividad o bien gestionar de una mejor manera sus ingresos y gastos.

Decidimos enfocarnos en clientes con esas características sin importar el departamento donde residan, ya que contaremos con distintos planes adaptados a las necesidades de nuestros clientes.

### **1.2. Macro Entorno**

#### **1.2.1. ¿Quiénes son nuestros principales competidores?**

Empresas y personas que ya están ayudando a emprendedores y dueños de negocios a arrancar y gestionar su contabilidad. Puede ser desde firmas contables tradicionales hasta asesores independientes o plataformas en línea que ofrecen servicios de contabilidad automatizados. Cada uno se enfoca en distintos aspectos del mismo mercado.

#### **1.2.2. ¿Quiénes son los compradores de nuestros competidores?**

Usualmente son personas que quieren iniciar un negocio, emprendedores que necesitan orientación para cumplir con los requisitos legales, o pequeños empresarios que buscan llevar una buena contabilidad sin complicarse. Estos clientes quieren evitar problemas con los impuestos, ahorrar tiempo y costos, y recibir ayuda para entender mejor sus finanzas. Algunos necesitan más asesoría específica en temas fiscales o para hacer crecer su negocio.

### **1.2.3. ¿Qué ofrecen nuestros competidores para atraer a estos clientes?**

La mayoría ofrece desde lo más básico, como registro de empresas y presentación de impuestos, hasta servicios más completos como asesoría fiscal, manejo de nóminas y asesoramiento financiero. Algunos se enfocan solo en contabilidad, mientras otros son más integrales y cubren tanto áreas legales como financieras. Hay quienes ofrecen paquetes básicos para quienes solo necesitan algo puntual, y otros venden paquetes personalizados que se ajustan a negocios con necesidades más complejas.

### **1.2.4. ¿Cuánto cobran?**

Los precios varían mucho según la experiencia, el tamaño de la firma y lo que ofrecen. Los servicios básicos suelen ser más accesibles, mientras que los servicios personalizados o de mayor profundidad, como auditorías o planificación financiera, suelen ser más caros. Los precios suelen estar ajustados para atraer a pequeños negocios, pero algunas firmas grandes cobran más y se enfocan en empresas medianas o grandes.

### **1.2.5. ¿Cómo promocionan sus servicios?**

La mayoría utiliza redes sociales, páginas web, y en algunos casos anuncios en LinkedIn o Facebook. Otros usan blogs o eventos para atraer a sus clientes.

A veces ofrecen un primer asesoramiento gratis, descuentos por los primeros meses de servicio, o acceso a software contable gratuito para atraer a nuevos clientes.

Muchos buscan generar confianza mostrando casos de éxito o compartiendo información educativa. Quieren que el cliente sienta que está en buenas manos y que puede contar con ellos en el camino.

### **1.2.6. ¿Cómo llegan a los clientes?**

**Atención remota y presencial:** La mayoría ya ofrece opciones de asesoría en línea, lo cual es ideal para quienes quieren resolver todo sin moverse de casa. Aunque algunos aún mantienen oficinas físicas, sobre todo las firmas más tradicionales.

**Tecnología:** Algunas empresas tienen plataformas en línea o apps donde los clientes pueden gestionar su contabilidad y hacer consultas fácilmente, sin necesidad de llamadas o reuniones.

### 1.3. Producto/Mercado

#### 1.3.1. ¿Qué vende?

**Producto principal:** El servicio de asesoría para emprendedores y dueños de negocios que necesitan orientación y apoyo para la creación de sus empresas, cumplimiento de requisitos legales y la gestión de su contabilidad.

**Componentes del servicio:** Incluye orientación sobre los pasos para registrar una empresa, presentación de impuestos, organización financiera, y en algunos casos, asesoría en planificación y crecimiento de negocios.

**Valor añadido:** Este servicio no solo ayuda a formalizar un negocio, sino que también les ofrece a los emprendedores herramientas y conocimientos para administrar sus finanzas y mantenerse al día con sus obligaciones fiscales, minimizando errores y optimizando sus recursos.

#### 1.3.2. ¿A quién vende?

**Mercado objetivo:** Emprendedores, dueños de pequeñas y medianas empresas (PYMES), profesionales independientes, así como negocios en fase inicial que buscan formalizarse o mejorar su gestión contable.

**Segmentación:** El servicio atrae a personas y negocios que:

- Tienen poco o ningún conocimiento en áreas contables o fiscales.
- Buscan optimizar su estructura financiera y evitar problemas legales.
- Valoran el tiempo y prefieren delegar tareas especializadas para enfocarse en el crecimiento de su negocio.

#### 1.3.3. ¿Con qué está hecho el producto o cómo está hecho?

**Componentes de servicio:** La asesoría es un servicio basado en conocimiento y experiencia. Se “construye” a partir de una mezcla de:

Conocimientos contables, legales y financieros: Son los pilares para poder guiar a los clientes en procesos de creación de empresas, cumplimiento de normativas y optimización de su contabilidad.

**Uso de tecnología:** Hoy en día, muchas asesorías contables utilizan software especializado para automatizar procesos, manejar la contabilidad y presentar informes claros para los clientes.

**Personalización:** Cada cliente tiene necesidades particulares, así que el servicio suele adaptarse a las características de cada negocio, desde paquetes de servicios básicos hasta asesoría avanzada para negocios más complejos.

**Proceso de prestación:** El producto se entrega de manera directa a través de reuniones (virtuales o presenciales), documentación que explica cada paso, reportes financieros, y a menudo mediante plataformas digitales que facilitan la comunicación y la entrega de documentos.

#### **1.3.4. Análisis del Comportamiento del Mercado**

**Demanda creciente:** Con el aumento de personas que buscan emprender y la digitalización del trabajo, hay una demanda cada vez mayor de servicios que ayuden a la creación y gestión de empresas. La necesidad de cumplir con normativas y evitar errores en la gestión fiscal atrae a muchas personas a contratar estos servicios.

**Tendencia hacia la digitalización:** Muchas empresas del sector están invirtiendo en plataformas y tecnología para hacer el proceso más eficiente, mejorar la experiencia del cliente y reducir costos.

**Competencia y diferenciación:** La competencia es amplia y diversa. Firmas grandes y pequeñas compiten en este mercado, y la diferenciación tiende a basarse en la experiencia, especialización en ciertos sectores o tipos de negocios, y la cercanía en el trato con los clientes.

**Oportunidades en la personalización:** Los clientes valoran cada vez más un enfoque personalizado, por lo que las asesorías que se adaptan a las necesidades específicas de sus clientes (y que entienden su realidad) tienen una ventaja significativa.

## 2. Análisis Interno

### 2.1. Actividades Primarias

#### 2.1.1. Logística interna

**Fortalezas:** Nuestro servicio no requiere almacenamiento ni inventario físico, lo que simplifica el manejo de materiales. La flexibilidad en los horarios y las plataformas digitales permiten organizar los recursos de manera eficiente.

**Debilidades:** Podría faltar una estructura clara para organizar y almacenar toda la documentación digital (expedientes de clientes, archivos contables). La organización de la información y el fácil acceso a esta es clave para un servicio contable eficiente.

#### 2.1.2. Operaciones

**Fortalezas:** Tenemos conocimiento técnico y experiencia en el área contable, lo que te permite ofrecer asesorías con un enfoque experto. La flexibilidad para adaptar tu servicio a las necesidades específicas de los clientes también es un punto fuerte.

**Debilidades:** Es probable que, sin una propuesta de valor diferenciada, el servicio pueda percibirse como uno más en el mercado. Esto puede hacer que enfrentes una competencia directa con firmas de asesoría que cuentan con más recursos o mayor experiencia en marketing y posicionamiento.

#### 2.1.3. Logística externa

**Fortalezas:** Podemos ofrecer servicios en línea y utilizar plataformas de video llamadas para llegar a clientes sin necesidad de desplazamientos físicos, lo que aumenta el alcance y comodidad para el cliente.

**Debilidades:** La dependencia de la tecnología puede ser una debilidad si no tienes herramientas optimizadas para manejar grandes cantidades de clientes de forma remota (sistemas de contabilidad compartidos, etc.). Además, si el cliente no es familiar con la tecnología, esto puede representar un desafío.

### 2.2. Actividades de Soporte

#### 2.2.1. Infraestructura de la empresa

**Fortalezas:** Al ser una empresa de servicios, tenemos la ventaja de operar con una estructura de costos bajos (sin instalaciones físicas, sin almacenamiento de productos). Esto permite destinar recursos a tecnología o marketing.

**Debilidades:** La falta de una estructura sólida de procesos o protocolos puede hacer que el servicio sea menos eficiente, sobre todo si hay una gran cantidad de clientes o un aumento en la demanda.

### 2.2.2. Gestión de Recursos Humanos

**Fortalezas:** Como el servicio depende de tus conocimientos y habilidades, puedes asegurar un alto nivel de calidad y compromiso en el servicio que ofreces.

**Debilidades:** Sin una red de apoyo (personal auxiliar o contadores adicionales), podrías enfrentarte a una carga de trabajo insostenible. Además, no tener personal con otras habilidades (como ventas o marketing) podría hacer que pierdas oportunidades de crecimiento.

### 2.2.3. Desarrollo Tecnológico

**Fortalezas:** El uso de herramientas en línea facilita la comunicación con clientes y el manejo de sus documentos, optimizando el tiempo.

**Debilidades:** La falta de inversión en herramientas tecnológicas avanzadas (software de contabilidad integrado, plataformas de comunicación interna) puede limitar la eficiencia y capacidad para atender a más clientes de manera eficaz.

### 2.2.4. Abastecimiento

**Fortalezas:** No dependemos de proveedores físicos de materiales, sino de servicios en la nube y software que ayudan a mantener bajo el costo operativo.

**Debilidades:** La dependencia en herramientas de terceros puede volverse una desventaja si no tienes sistemas de respaldo o acuerdos que aseguren estabilidad y eficiencia en el uso de estas plataformas.

## 3. Análisis Foda

Análisis Externo	Análisis Interno
<b>Oportunidades</b> 1. Crecimiento del mercado de emprendedores, cada vez más personas están optando por emprender o trabajar de manera independiente, lo cual	<b>Fortalezas</b> 1. Conocimiento especializado, tenemos una experiencia sólida en contabilidad y asesoría para la creación de empresas, lo que nos permite ofrecer un servicio

<p>aumenta la demanda de asesorías contables y de constitución legal de empresas.</p> <p><b>2.</b> Digitalización del sector contable, las herramientas y plataformas tecnológicas están transformado el sector por lo tanto adoptarlas nos permitirá ofrecer un servicio más óptimo y eficaz.</p> <p><b>3.</b> Conciencia en el cumplimiento normativo, muchos negocios y personas emprendedoras están siendo conscientes de la creciente regulación de las normas y leyes lo cual los lleva a buscar asesorías para evitar multas y sanciones.</p>	<p>confiable y muy valioso.</p> <p><b>2.</b> Al tener una buena capacidad para conectar y ofrecer un trato cercano, humano, es un valor agregado que puede atraer a emprendedores que buscan una relación de confianza.</p> <p><b>3.</b> Al tratarse de un servicio digital en su mayoría, podemos trabajar con una estructura baja en costos, lo que nos facilitaría el acceso a un mercado competitivo.</p> <p><b>4.</b> Al ofrecer algunos servicios en línea, podemos llegar a clientes en todo el territorio nacional.</p>
<p><b>Debilidades</b></p> <p><b>1.</b> Aunque contemos con un plan de marketing, aun puede ser de mucha utilidad fortalecer los procesos internos para optimizar aún más la eficiencia, especialmente a medida que crezca la clientela.</p> <p><b>2.</b> Aunque contemos con personal, la carga de trabajo podría aumentar, por lo que contar con un sistema de planificación de gestión facilitaría la administración de los clientes y de la organización de tareas.</p> <p><b>3.</b> Podríamos fortalecer el proceso postventa con algunas estrategias adicionales para mantener la relación con los clientes a largo plazo y fomentar su</p>	<p><b>Amenazas</b></p> <p><b>1.</b> El mercado de asesoría contable y de constitución de empresas tiene competidores bien establecidos, incluyendo grandes firmas, consultores independientes y plataformas en línea, que pueden captar clientes con precios competitivos o servicios más automatizados.</p> <p><b>2.</b> Cambios en las normas y leyes fiscales podrían variar de manera inesperada, lo que podría obligarnos a invertir más tiempo en actualizarnos y ajustar nuestros servicios.</p> <p><b>3.</b> Al depender de software de terceros sin tener opciones de respaldo, podríamos enfrentar algunos problemas operativos si</p>

fidelidad.	algunas de estas plataformas presenta fallas o limita nuestro acceso.
------------	---

Fuente: Elaboración Propia

### **3.1. Estrategia**

#### **3.1.1. Misión**

Ofrecer una asesoría en la creación de empresas y gestión contable que realmente acompañe y oriente a los emprendedores, brindando un trato cercano, empático y personalizado. Nos diferenciaremos por nuestra habilidad para traducir procesos contables y fiscales en pasos fáciles y claros de entender, apoyando a cada cliente de manera única, con el respaldo de un equipo experto y comprometido con el éxito de sus proyectos.

#### **3.1.2. Visión**

Ser reconocidos como la primera opción de asesoría para emprendedores y Pymes que buscan un servicio contable y una asesoría en la creación, constitución legal de su empresa, cercano y enfocado en resultados sostenibles. Aspiramos a ser una empresa que no solo asesora, sino que también inspira y moldea a los emprendedores, marcando la diferencia en el mercado con nuestro compromiso genuino por el crecimiento de cada cliente.

## **4. Plan De Servicio**

Ofreceremos los servicios de asesoramiento en el 1er anillo entre calle buenos aires y santa bárbara al frente del hospital de niño zona estratégica para realizar trámites, ya que se encuentra cerca de impuestos nacionales, caja petrolera de salud y ministerio de trabajo, etc.

### **4.1. Principales procesos de trabajo:**

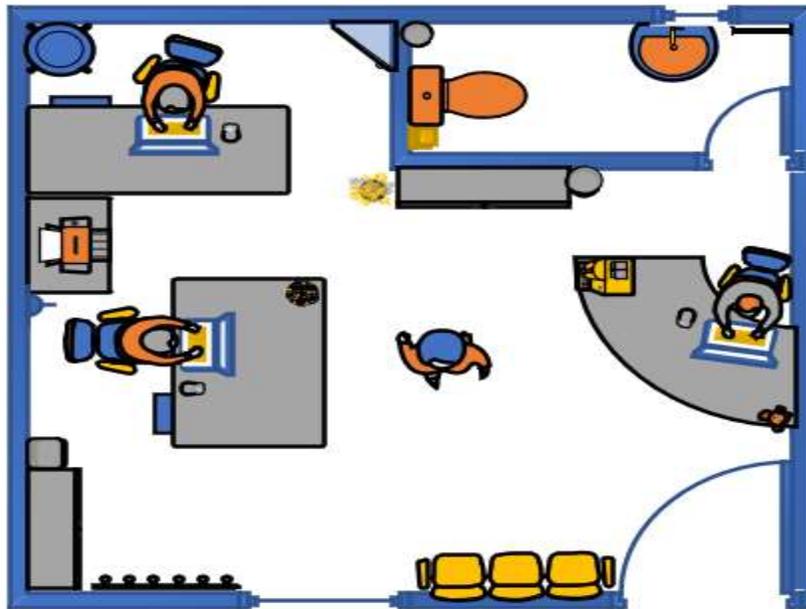
- Reunión inicial para entender las necesidades del cliente
- Análisis y diagnóstico de la situación actual
- Presentación de recomendaciones y propuestas
- Implementación de plan de acción

- Seguimiento y evaluación

#### 4.2. Nuestros principales servicios serán:

- Gestión de la contabilidad de la empresa
- Asesoría en Creación de empresas unipersonal, SRL, SA.
- Análisis de la situación económica de la empresa
- Planificación tributaria
- Elaboración de balances contables
- Supervisión y control de la contabilidad
- Cumplimiento de la normativa legal vigente
- Organización y clasificación de documentos contables, financieros y tributarios
- Determinación y liquidación de obligaciones tributarias

#### 4.3. Distribución interna de servicio (Layout)



Fuente: Internet

#### 4.4. Estrategia óptima para ofrecer servicios

##### Marketing digital:

- Sitio web profesional
- Redes sociales (Facebook, TikTok, Instagram)

- Email marketing

**Redes de contactos:**

- Asociaciones de empresarios
- Cámaras de comercio
- Eventos de información y oportunidades

**Estrategia de atención al cliente**

**Asesores juniors dedicados:**

Asesores asignados a cada cliente, para evaluar a diario la rentabilidad que genera el negocio y su capacidad de endeudamiento.

Comunicación regular:

- Reuniones trimestrales para revisar estados financieros, para la toma de decisiones fundamentales acorde a la situación del negocio del cliente
- Informes mensuales de progreso, y asesorar al cliente si conviene o no invertir al corto o largo plazo

**Soporte técnico:**

Disponible para preguntas y consultas

**4.5. Capacidad y programa de servicios:**

**Precio de servicios y totales de servicios:**

- Costos totales: 35299 bs
- Muebles y enseres: 6740bs
- Equipos de computación: 17210 bs
- Alquiler: 1200
- Servicios básicos: 349 bs
- Sueldos y salarios: 8600bs

**Precios de servicios:**

Los servicios de asesoría contable básica que incluyen la gestión de contabilidad, planificación tributaria, elaboración de balances:

Costará: 200 bs a 500 bs, según el tamaño de negocio del cliente

Para los servicios de asesoramiento en creación de empresas, puede variar dependiendo el tipo de sociedad y servicios requeridos:

- Unipersonales: 2000 bs
- Sociedad de responsabilidad limitada: 5000 bs
- Sociedad anónima: 15000 bs

Estos precios son deducidos acorde a la competencia del entorno al que nos encontramos.

#### 4.6. Nuestros Principales Reglamentos Y Normas

realizamos nuestros trabajos bajo normas generalmente aceptados, leyes vigentes en Bolivia como el código tributario o código de comercio, reglamentos específicos y políticas contables de acuerdo al negocio.

#### 4.7. Costos de inversión

Muebles y enseres:

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio de compra</b>	<b>Inversión</b>
Silla giratoria	3 unidades	350 bs	1050 bs
Escritorio de oficina	2 unidades	300 bs	600 bs
Escritorio ejecutivo	1 unidades	2500 bs	2500 bs
Silla de espera de 3 personas	1 unidad	600 bs	600 bs
Taburete con ruedas	1 unidad	100 bs	100 bs
Libreros	2 unidades	450 bs	900 bs
Librero de esquina	1 unidad	230 bs	230 bs
Basureros metálicos	2 unidades	190 bs	280 bs
Basureros de plástico	1 unidad	50 bs	50 bs
Máquina de café Oster	1 unidad	430 bs	430 bs
<b>Total, inversión en muebles y enseres</b>			<b>6740 bs</b>

Fuente: Elaboración Propia

### Equipos de computación:

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio de compra</b>	<b>Inversión</b>
Laptop Dell i3	3	4400 bs	13200 bs
Mouse inalámbrico	3	70 bs	210 bs
Impresora Epson 15590	1	3800 bs	3800 bs
<b>Total, inversión de equipos de computación</b>			<b>17210 bs</b>

Fuente: Elaboración Propia

- Alquileres: 1200 bs por mes
- Servicios básicos: total: 349 bs
- Agua: 80bs
- Luz: 100 bs
- Internet (wifi): 169 bs

### Sueldos y salarios:

<b>Trabajadores</b>	<b>Sueldos liquido</b>
Consultor general	3500 bs
Asesor 1	2500 bs
Asesor 2	2500 bs
Pasante 1	100 bs
<b>Total, sueldo</b>	<b>8600 bs</b>

Fuente: Elaboración Propia

## 5. Plan De Marketing

### 5.1. Mercado Objetivo

Está constituido por:

**Emprendedores y nuevos empresarios:** Personas que están en proceso de iniciar un negocio y requieren ayuda para formalizar su empresa, cumplir con las normativas y llevar su contabilidad desde el principio.

**Pequeñas y medianas empresas:** Negocios que ya operan, pero necesitan formalizar y mejorar los procesos contables y fiscales. Buscan orientación para cumplir con las normativas.

**Profesionales Independientes:** Que desean formalizar su actividad mediante la creación de una empresa multipersonal o sociedad.

#### 5.1.1. Estructura del Servicio

**Fase 1: Proveedor del Servicio.** - Nuestro equipo de contadores.

**Fase 2: Consulta inicial.** - Se evalúan las necesidades del tipo de empresa que se desea constituir.

**Fase 3: Tramitación y registro.** - Iniciamos con los registros legales en todas las instituciones correspondientes, obtención de licencias y permisos, seguridad social.

**Fase 4: Apertura de la contabilidad.** - En esta etapa del servicio definimos el sistema contable que se usará, plan de cuentas, registro de capital inicial, apertura de libros contables según las normativas.

**Fase 5: Acompañamiento continuo.** - Llevar un seguimiento en los aspectos financieros y fiscales.

#### 5.1.2. ¿Qué ofrecemos?

La asesoría contable en la constitución de pequeñas empresas ofrece un enfoque integral para que el emprendedor cumpla con todos los requisitos fiscales y financieros necesarios para poder operar legalmente y para que la empresa esté bien estructurada desde el comienzo.

Asesoramos en el proceso de inscripción de la empresa ante las autoridades fiscales (como el Servicio de Impuestos Nacionales en Bolivia), obteniendo el Número de Identificación Tributaria (NIT) y habilitando a la empresa para emitir facturas.

También ayudaremos a elegir el régimen tributario adecuado (Simplificado, general, etc.) Según el tipo de actividad y facturación esperada.

Nos encargamos de abrir los libros contables:

Como el libro diario, libro mayor y balances.

Preparamos los primeros asientos contables para que la empresa cumpla con las normativas vigentes desde su inicio. El asesor contable asegura que la empresa esté al día en el cumplimiento de sus obligaciones fiscales, incluyendo el cálculo y pago de impuestos como el IVA, impuestos a las utilidades y retenciones de empleados, si corresponde.

También se ocupa de mantener los registros fiscales en regla, evitando multas o sanciones.

Asiste en los trámites bancarios, como la apertura de una cuenta bancaria empresarial que permita manejar las finanzas de forma formal y separada de las cuentas personales del emprendedor.

Sugerir el uso de software contable para mantener las finanzas organizadas y facilitar el cumplimiento de obligaciones fiscales.

### **5.1.3. ¿Qué espera el cliente?**

Una vez constituida la empresa, la consultora contable puede ofrecer servicios continuos de contabilidad, llevanza de libros, presentación de impuestos, y asesoría fiscal para asegurar que la empresa cumpla con las normativas y mantenga un buen estado financiero a lo largo del tiempo.

Más allá de los servicios básicos que nuestro cliente potencial espera al contratar nuestros servicios, buscan una consultora que tenga experiencia y conocimiento en el sector que desean operar

Esperan que utilicemos software contable moderno que faciliten la gestión de sus finanzas, también esperan un proceso claro y definido que le de confianza en que todo se está realizando de manera eficiente y organizada y la capacidad de anticipar y prevenir posibles inconvenientes en el cumplimiento normativo o en la gestión contable.

#### **5.1.4. ¿Qué lograremos alcanzar?**

Con el tiempo, nuestro cliente obtendrá un trabajo bien elaborado ya que obtendrá un negocio con todos los trámites correspondientes al día y su negocio operará legalmente ya que nuestro trabajo también se basará en cumplir con las expectativas de nuestro cliente.

### **5.2. Análisis del producto**

#### **5.2.1. Principales atributos del servicio respecto a su diseño:**

El diseño del servicio se centra en ofrecer una experiencia personalizada, eficiente, consistente y accesible para el cliente. La combinación de tecnología, personalización y estándares de calidad es clave para garantizar que los clientes perciban un alto valor en tus servicios y se sientan satisfechos con la consultoría que reciben

El cliente está involucrado en el proceso de producción del servicio. En una consultora contable, el cliente no solo recibe la asesoría, sino que también interactúa de manera activa durante el proceso de análisis y resolución de sus problemas. Los servicios pueden ser altamente personalizados según las necesidades del cliente. En el caso de una consultora contable, cada cliente puede tener diferentes requerimientos dependiendo de la estructura de su empresa, su situación financiera, y su sector económico.

- Implicación en el diseño: El servicio debe ser flexible para adaptarse a las necesidades particulares de cada cliente
- Accesibilidad. - Es esencial tener canales de comunicación claros, como teléfono, correo electrónico, chat en línea, y, en la medida de lo posible, ofrecer consultas virtuales para facilitar el acceso. También es importante ofrecer horarios flexibles para adaptarse a los tiempos de los clientes.
- La calidad de nuestro servicio es muy buena ya que respetamos las normativas vigentes y tenemos una atención personalizada con nuestros clientes.
- **Marca del Servicio:** TAYSA Consultores
- **Descripción de la Marca:**

TAYSA Consultores es una firma dedicada a la asesoría contable y financiera, orientada a satisfacer las necesidades de pequeñas y medianas empresas que buscan optimizar sus procesos financieros y fiscales.

**a) Eslogan de la Marca:**

“TAYSA Consultores: Cuidamos tus finanzas, fortalecemos tu futuro.”

El servicio de apoyo que brindaremos a nuestros clientes será a través de las redes sociales, ya que mediante por WhatsApp ellos tendrán la opción de realizar algún reclamo o alguna sugerencia.

**Contamos con nuestra cartera de servicios:**

1. Asesoría Contable General

Servicios de contabilidad para llevar los registros financieros de la empresa, garantizando cumplimiento y exactitud en los informes.

2. Planificación Fiscal

Estrategias para optimizar la carga tributaria de la empresa y asegurar el cumplimiento de las leyes fiscales.

3. Elaboración de Declaraciones de Impuestos

Preparación y presentación de las declaraciones de impuestos (IVA, Impuesto sobre la Renta de las Personas Naturales, entre otros).

4. Asesoría en el proceso contable de Constituciones de Empresas

5. Gestión de Nóminas

6. Asesoramiento en la planificación financiera y la toma de decisiones económicas para el crecimiento de la empresa.

7. Externalización de todos los procesos contables para que las pequeñas empresas se centren en sus actividades principales.

**b) Líneas de Servicios**

**1. Línea de Servicios Contables**

Contabilidad General: Servicios básicos de registro y organización de la contabilidad de la empresa.

Elaboración de Estados Financieros: Preparación de informes financieros periódicos, como el balance general y el estado de resultados.

Cierres Contables: Preparación de los cierres de fin de año o trimestrales.

Contabilidad para Pymes: Asesoría adaptada a las necesidades específicas de pequeñas y medianas empresas, que generalmente incluyen un servicio más personalizado.

## **2. Línea de Servicios Fiscales y Tributarios**

Elaboración de Declaraciones Fiscales: Servicio recurrente para la preparación y presentación de impuestos sobre la renta, IVA, etc.

Asesoría sobre Regímenes Tributarios: Servicios enfocados en la selección del régimen tributario adecuado para cada empresa (general, simplificado, etc.).

Asesoría para el Cumplimiento de Obligaciones Fiscales: Servicios de seguimiento para asegurarse de que la empresa cumpla con todas las obligaciones fiscales

## **3. Línea de Servicios Laborales**

Gestión de Nóminas: Elaboración de recibos de pago, liquidaciones y todo lo relacionado con los pagos a empleados.

- c) La profundidad de cada uno de los servicios es Moderada: Servicios de contabilidad general, formación y capacitación, y servicios laborales.

### **1. Línea de Servicios Contables**

**Profundidad:** Moderada

### **2. Línea de Servicios Fiscales y Tributarios**

**Profundidad:** Moderada

### **3. Línea de Servicios Laborales**

**Profundidad:** Moderada

**Gestión de Nóminas:** Elaboración y procesamiento de salarios, beneficios y pagos a empleados.

- d) Nuestro servicio está en el ciclo de Introducción; ya que recientemente lo lanzamos al mercado y los clientes nos están conociendo, en esta fase de introducción, el objetivo principal es dar a conocer los servicios a través de diversas estrategias de marketing, como campañas publicitarias, promociones o referidos. Este esfuerzo por generar visibilidad es una característica distintiva de la etapa inicial, también es una fase de prueba y aprendizaje para asegurarnos de que nuestros servicios son los adecuados para el mercado objetivo. El reconocimiento de marca es bajo en esta fase, por lo que el objetivo es ganar confianza y credibilidad.

### 5.3. Análisis de Precio

#### 5.3.1. ¿Cuál es su estrategia de precio?

La estrategia de **precio** de nuestra consultora contable debe estar alineada con el **valor percibido** por los clientes, tomaremos en cuenta la **competencia** y los **costos operativos**. Adoptaremos una combinación que será una **estrategia mixta**, donde se usa el **valor como base**, pero también se considera **el costo y el precio de la competencia**

- a) **Fijación de precio basado en el costo:** Asegurando que cubres todos tus costos operativos y generas un margen de ganancia.
- b) **Fijación de precio basado en la competencia:** Estableciendo un precio similar al de los competidores locales en el mercado.

La **fijación de precio basado en el valor** se refiere a establecer el precio en función de la percepción del cliente sobre el valor del servicio.

- a) **Valor agregado:** Fijar un precio Premium basado en la **experiencia** y **conocimiento** de los profesionales.
- b) **Beneficios tangibles:** Comunicar los beneficios que el cliente obtendrá al contratar tus servicios, como la **reducción de impuestos**, la **optimización de recursos** y la **seguridad legal**.

El precio refleja la **confianza** que el cliente tiene en la capacidad de la consultora para aportar valor a su empresa o negocio. Si la consultora brinda un servicio altamente especializado o personalizado, los clientes estarán dispuestos a pagar más por el valor añadido que perciben.

La **fijación de precio basada en el costo** Asegurar que cubre todos los costos operativos y generamos un margen de ganancia.

#### **Cálculo de precio basado en el costo:**

- a) **Costos fijos:** Sueldos de empleados, alquiler de oficina, suscripciones de software contable, etc.
- b) **Costos variables:** Gastos de publicidad, comisiones de ventas, materiales de marketing, etc.

El precio final se obtiene sumando los costos y aplicando un **margen de ganancia**.

La **fijación de precio basado en la competencia** También tomaremos en cuenta los precios de los competidores directos en el mercado.

- a) **Investigación de mercado:** Analizar los precios que otras consultoras contables están cobrando por servicios similares. Por ejemplo, si las consultoras locales cobran entre 1,500 Bs y 2,500 Bs por una asesoría contable, el precio debe estar dentro de ese rango o ligeramente por encima si ofrecemos un servicio con valor agregado.
- b) **Diferenciación:** Si nuestros servicios incluyen algo adicional podemos justificar un precio más alto.

Con estas estrategias nos aseguramos de mantener una competitividad de precios mientras al mismo tiempo todos los costos están cubiertos

#### **5.3.2. ¿Qué tipo de elasticidad precio de la demanda presenta su producto o servicio?**

En el **caso** de la consultora contable, la elasticidad de la demanda es **inelástica** o **poco elástica**. Porque:

- Los servicios contables son **esenciales** para las empresas y emprendedores, y no pueden prescindir de ellos fácilmente.
- **Valor percibido alto:** Los clientes estarán menos dispuestos a cambiar de proveedor por un pequeño ajuste en el precio.

Si aumentamos el precio de manera moderada, es probable que no perdamos muchos clientes, pero si los aumentos son drásticos, podemos enfrentar una caída en la demanda. Sin embargo, la demanda de servicios contables suele ser bastante **inelástica**, ya que las empresas deben cumplir con sus **obligaciones fiscales y contables** independientemente de las fluctuaciones de precio.

La forma de cálculo para llegar al precio objetivo de venta con factura.

Fórmula:

$$\text{Precio Objetivo} = \frac{\text{Costo Total}}{1 - \text{Margen de Ganancia} - \text{Tasa de IVA}}$$

- La **tasa de IVA** es **13%** (o **0.13**).

Ejemplo

- Costo **Total**: 2,000 Bs
- Margen **de Ganancia (30%)**: 600
- Precio **antes de IVA**: 2,000 Bs + 600 Bs = 2,600 Bs
- IVA (**13% sobre 2,600 Bs**): 2,600 Bs × 0.13 = 338 Bs
- Precio **Total con IVA (factura)**: 2,600Bs + 338 Bs = 2,938 Bs

Debemos

- Calcular el **costo total** de ofrecer el servicio.
- Agregar el **margen de ganancia** deseado.
- Incluir la **tasa de IVA** (13%)
- Calcular el **precio final** que debe reflejar el valor total del servicio con impuestos.

Así obtendremos el **precio objetivo de venta con factura**, para emitir factura y cumplir con el impuesto IVA correctamente.

### **5.3.3. ¿Cuál será la política de modificación de precios?**

La **política de modificación de precios** se basará en varios factores:

1. **Ajustes anuales:** Los ajustaremos cuando haya una inflación o aumento de los costos operativos.
2. **Descuentos o aumentos por volumen:** Ofrecer descuentos para clientes que contraten más de un servicio o para aquellos que firmen contratos anuales. Alternativamente, si el costo de los servicios aumenta, el precio puede incrementarse proporcionalmente.
3. **Precios promocionales:** Realizar ajustes de precios para promociones limitadas, como descuentos de temporada o precios especiales para nuevos clientes.

### **5.3.4. ¿Cuál será la política de descuentos?**

La **política de descuentos** que utilizaremos para atraer clientes será:

1. **Descuentos por contratación anticipada:** Ofrecer un **descuento** a clientes que paguen por adelantado por servicios anuales o por paquetes de servicios.
2. **Descuento por volumen:** Ofrecer precios más bajos a clientes que contraten múltiples servicios.
3. **Descuentos de introducción:** Ofrecer **descuentos especiales** a nuevos clientes durante un período inicial para atraerlos a probar los servicios.

### **5.3.5. ¿Cómo motivará a sus clientes para que compren en su empresa y no a otro competidor?**

Para motivar a los clientes a elegir nuestra consultora contable sobre la competencia, ofreceremos:

1. **Enfatizar el valor añadido:** Resaltar la **experiencia personalizada**, el conocimiento especializado, y la capacidad de ofrecer **soluciones a medida** que no siempre están disponibles en otras consultoras.
2. **Prueba gratuita o consulta inicial:** Ofreceremos una **consulta gratuita** o una **evaluación financiera inicial** sin compromiso para demostrar el valor que podemos aportar.
3. **Atención al cliente excepcional:** Asegurarnos de ofrecer un **servicio al cliente de calidad**, con respuestas rápidas y atención personalizada que haga sentir a los clientes valorados.

#### 5.4. Análisis de la Promoción

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

La **comunicación** y promoción de los servicios de una consultora contable se puede realizar a través de una combinación de canales **online** y **offline**. Algunas estrategias pueden incluir:

- a. **Marketing digital:** A través de la página web, redes sociales, email marketing, y publicidad digital (Google Ads, LinkedIn Ads).
- b. **Recomendaciones:** Aprovechando el **boca a boca** y las referencias de clientes satisfechos.
- c. **Asesorías gratuitas o webinars:** Ofrecer contenidos valiosos sobre temas fiscales y contables para atraer clientes potenciales.

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

La **mezcla comunicacional** o **promocional** será una combinación de **técnicas de promoción digital** y **contacto personal** para construir relaciones sólidas con los clientes. La mezcla incluirá:

- a. **Publicidad digital** (redes sociales, Google Ads, SEO).
- b. **Promoción en ventas** (descuentos para nuevos clientes o paquetes especiales).
- c. **Relaciones públicas** (construcción de relaciones con otros profesionales y empresas).

d. **Venta personal** (consultorías directas).

La publicidad será una parte esencial de la estrategia para aumentar la visibilidad de la consultora. Se empleará el marketing digital ya que es lo que la mayoría de la gente utiliza en la actualidad.

- a. **Publicidad digital:** Publicidad en Google Ads y redes sociales (LinkedIn, Facebook, Instagram) dirigida a empresarios, emprendedores y pequeñas empresas.
- b. **Utilizaremos la promoción en ventas** ya que es clave para atraer nuevos clientes o incentivar la lealtad.
- c. **Descuentos por primeros servicios:** Ofrecer un **descuento inicial** a nuevos clientes que contraten un paquete de servicios.
- d. **Paquetes de servicios:** Crear ofertas de servicios combinados, como una **asesoría fiscal y asesoría en el proceso contable** a un precio especial.

#### **5.4.3. Relaciones públicas:**

Las relaciones públicas serán esenciales para construir **credibilidad y reputación**.

**Networking:** Participaremos en eventos del sector (ferias empresariales, seminarios, etc.) para establecer relaciones con otros profesionales y empresas que puedan referir a nuevos clientes.

#### **5.4.4. Marketing Directo:**

El marketing directo será una herramienta importante para establecer una **comunicación personalizada**. Los que usaremos serán los siguientes:

- a. **Email marketing:** Enviar boletines con contenido educativo sobre cambios fiscales, consejos contables, y promociones especiales.
  - b. **Campañas de email personalizado:** Enviar correos específicos con ofertas o actualizaciones a clientes actuales o potenciales.
- La venta personal será clave para convertir prospectos en clientes, ya que la consultoría contable es un servicio que a menudo requiere un trato personalizado:

**Consultorías iniciales:** Realizar reuniones personales o virtuales para evaluar las necesidades contables de los clientes y ofrecer soluciones personalizadas.

- a. **Seguimiento de clientes potenciales:** Hacer un seguimiento personalizado con clientes interesados, ya sea por teléfono, email o en persona, para cerrar el trato.
- Los eventos y experiencias pueden ser una excelente manera de interactuar directamente con clientes potenciales y mostrar la experiencia de la consultora. Algunas estrategias incluyen:
  - a. **Webinars:** Ofrecer seminarios online sobre temas de interés para emprendedores o pequeñas empresas, como **optimización fiscal** o **gestión de impuestos**.
  - b. **Talleres y conferencias:** Organizar eventos en vivo, tanto presenciales como virtuales, donde se pueda explicar la importancia de una correcta gestión contable y los beneficios de contratar una consultoría contable.

#### **5.4.5. ¿Qué técnica usar?**

En este caso, la consultora debe utilizar **todas las tácticas mencionadas**, adaptándolas según el perfil del cliente y el contexto. Sin embargo, el enfoque principal tiene que ser el **marketing digital** (publicidad, marketing directo) y **venta personal** debido a **la naturaleza del servicio**, combinaremos con una estrategia de **relaciones públicas** y **eventos** para fortalecer la marca.

#### **5.4.6. ¿Cuál será el mensaje que comunicará a su mercado objetivo o target?**

En TAYSA Consultores, nos dedicamos a ofrecer asesoría contable confiable y profesional, adaptada a las necesidades de tu negocio. Nuestro compromiso es simplificar tus procesos financieros y asegurar el cumplimiento de normativas, para que puedas enfocarte en hacer crecer tu empresa. Con nosotros, cuentas con un aliado estratégico para tomar decisiones informadas y optimizar tus recursos.

#### **5.4.7. Medios para difundir el mensaje:**

Los medios y vehículos más adecuados para nuestro mercado objetivo serán:

- a. **Digitales:** Redes sociales (LinkedIn, Facebook, Instagram), Google Ads, correo electrónico.
- b. **Contenido educativo:** Webinars, blogs, videos explicativos.

#### **5.4.8. Presupuesto de comunicación**

Los presupuestos de comunicación según nuestros recursos disponibles serán:

- a. **Publicidad digital:** 40% del presupuesto, priorizando Google Ads y campañas en LinkedIn.
- b. **Marketing directo (email marketing):** 15% del presupuesto, para desarrollar contenido y gestionar bases de datos de contactos.
- c. **Relaciones públicas y eventos:** 20% del presupuesto, para la creación de alianzas y organización de webinars o eventos presenciales.
- d. **Promociones y descuentos:** 10% del presupuesto, para realizar campañas de atracción de clientes nuevos.
- e. **Venta personal:** 15% del presupuesto, para capacitaciones del equipo de ventas y seguimiento de clientes potenciales.

#### **5.4.9. ¿Cómo evaluará que la promoción o logró los resultados esperados?**

Para evaluar si la **promoción o comunicación** de los servicios de la consultora contable ha logrado los **resultados esperados**, utilizaremos los siguientes métodos de medición y análisis:

- a. **ROI (Retorno sobre la Inversión):** Compara el **gasto en publicidad** o promoción con los **ingresos generados**. Esto te ayudará a determinar si la campaña fue rentable.
- b. Seguimiento de Interacciones y Engagement
  - **Interacción en redes sociales:** Analiza las interacciones (likes, comentarios, compartidos) en publicaciones relacionadas con la campaña.
  - **Visitas al sitio web:** Utilizar herramientas como **Google Analytics** para evaluar el tráfico web.
- c. **Análisis de la Participación en Promociones Especiales**

- **Eficiencia de las promociones:** analizar cuántos clientes tomaron la oferta. Si las promociones generaron un aumento en la contratación de servicios, podemos considerar que la estrategia de promoción fue efectiva.

## 5.5. Análisis de Plaza

### 5.5.1. ¿Qué tipo de canal de distribución utilizará?

Para una consultora contable, lo ideal es combinar **canales directos** e **indirectos** para maximizar el alcance. Los **canales directos** permitirán ofrecer un servicio personalizado y cercano a tus clientes, mientras que los **canales indirectos** pueden ampliar tu base de clientes a través de alianzas o plataformas de terceros.

### 5.5.2. Canal Directo

- a. **Consultas personales o virtuales:** A través de reuniones presenciales en nuestra oficina o mediante video llamadas.
- b. **Servicios online:** Utilizar plataformas propias (como tu sitio web o aplicaciones) para ofrecer servicios de asesoría, contabilidad y auditoría a distancia.
- c. **Redes sociales:** Usar plataformas como LinkedIn, Instagram o Facebook para promocionar tus servicios y captar clientes que luego pueden contratar directamente.

### 5.5.3. Canal Indirecto

- a. **Alianzas con otras empresas:** Puedes formar asociaciones con otras firmas que no brinden servicios contables, como empresas de software, despachos de abogados o consultoras de negocios, quienes puedan derivar a sus clientes hacia tu consultora.
- b. **Distribución a través de plataformas de terceros:** Si tu consultora ofrece software de contabilidad o servicios relacionados que pueden venderse a través de plataformas externas (por ejemplo, marketplaces o aplicaciones), este sería un canal indirecto.
- c. **Intermediarios:** Profesionales como agentes de negocios o asesores financieros podrían actuar como intermediarios para derivar clientes a tu consultora.

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

- a. **Medición de la conversión:** Analizar la **tasa de conversión** de prospectos a clientes a través de cada canal. Una tasa alta indica que el canal es eficaz.
- b. **Costo de adquisición de clientes (CAC):** Evaluar los costos asociados con cada canal. Un canal eficiente debe tener un **CAC** razonable, es decir, generar más ingresos que lo que cuesta atraer a un cliente.
- c. **Satisfacción del cliente:** Realizar **encuestas de satisfacción** o análisis de **feedback** para conocer la experiencia del cliente en el proceso de contratación y acceso al servicio.
- d. **Tiempo de respuesta:** Medir los **tiempos de respuesta** y la **accesibilidad** del servicio. Un canal eficiente debe facilitar que los clientes lleguen rápidamente y reciban la atención que necesitan.
- e. **Rentabilidad por canal:** Evaluar qué tan rentables son los diferentes canales, considerando los ingresos generados y los costos asociados.

## 6. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

### 6.1. Resumen

- Nombre de la empresa: TAYSA
- Número de empleados: 4 socios
- Objetivo: Establecer un plan de recursos humanos para gestionar el talento y apoyar el crecimiento de la consultora contable.

### 6.2. Estructura Organizativa

- Socios Fundadores (4):
- Responsables de la estrategia y toma de decisiones
- Áreas de especialización: contabilidad, impuestos, consultoría
- No hay departamentos formalmente establecidos

### 6.3. Roles y Responsabilidades

- Socio 1: Contabilidad y Gestión Financiera

- Socio 2: Impuestos y Planificación Fiscal
- Socio 3: Elaboración de estados Financieros
- Socio 4: Consultoría y Desarrollo de Negocio

#### **6.4. Reclutamiento y Selección**

- No se prevé contratación de personal adicional en el corto plazo
- En caso de necesidad, se buscarán profesionales con experiencia en contabilidad y áreas relacionadas

#### **6.5. Capacitación y Desarrollo**

- Participación en cursos y seminarios de actualización en contabilidad y áreas relacionadas
- Intercambio de conocimientos y experiencias entre socios

#### **6.6. Evaluación de Desempeño**

- Reuniones periódicas para evaluar el desempeño y establecer objetivos
- Retroalimentación y coaching entre socios

#### **6.7. Compensación y Beneficios**

- Distribución de utilidades entre socios
- Beneficios: seguro de salud, plan de pensiones, etc.

#### **6.8. Seguridad e Higiene Personal**

- Políticas de seguridad y higiene en el lugar de trabajo
- Procedimientos de emergencia

#### **6.9. Plan de Carrera**

- Desarrollo de habilidades y conocimientos para mejorar la consultora contable
- Oportunidades de crecimiento y promoción dentro de la empresa.

## 7. Plan De Finanzas

### 7.1. Balance General:

<b>Consultora Taysa</b>		
<b>Balance General</b>		
<b>(expresado en bolivianos)</b>		
<b>Activos</b>		<b>90,149.00</b>
<b>Activos Corriente</b>		<b>66,199.00</b>
Banco Bisa M/N	66,199.00	
<b>Activos No Corrientes</b>		
<b>Muebles y Enseres</b>		<b>6,740.00</b>
Silla Giratoria	1,050.00	
Escritorio De Oficina	600.00	
Escritorio Ejecutivo	2,500.00	
Silla De Espera	600.00	
Taburete	100.00	
Libreros	900.00	
Libreros De Esquina	230.00	
Basureros Metálicos	280.00	
Basureros De Plástico	50.00	
Máquina De Café	430.00	
<b>Equipos de Computación</b>		<b>17,210.00</b>
Laptop	13,200.00	
Mouse Inalámbrico	210.00	
Impresora	3,800.00	
<b>Pasivos</b>		
<b>Pasivos Corrientes</b>		<b>10,149.00</b>
Alquileres Por Pagar	1,200.00	
Sueldos Y Salarios Por Pagar	8,600.00	
Servicios Basicos	349.00	
<b>Patrimonio</b>		

Capital Social		<b>80,000.00</b>
Socio 1	20,000.00	
Socio 2	20,000.00	
Socio 3	20,000.00	
Socio 4	20,000.00	
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>		<b>90,149.00</b>

## 7.2. Estado de resultados

### CONSULTORA TAYSA

#### ESTADO DE RESULTADOS

(expresado en bolivianos)

Ventas Netas	15,000.00	
Costos De Servicios	13,050.00	
<b>Margen Bruto En Servicios</b>		<b>1,950.00</b>
<b>Gastos De Operación</b>		<b>300.00</b>
Material De Oficina	200.00	
Pasajes Y Viáticos	100.00	
<b>Utilidad En Operaciones</b>		<b>1,650.00</b>
Utilidad De La Gestión		<b>1,650.00</b>

## 7.3. VAN

El VAN mide la diferencia entre el valor presente de los flujos de efectivo futuros de un proyecto y la inversión inicial.

**Inversión inicial:** 80,000 Bs

**Flujos de efectivo esperados** (anuales) durante los próximos 5 años: 33,600 Bs

**Tasa de descuento** (TRMA): 15%

<b>Año</b>	<b>Flujo de efectivo (FC)</b>	<b>Descuento (1+TRMA)^t</b>	<b>Valor descontado</b>
0	-80,000 Bs	1,00	-80,000 Bs
1	33,600 Bs	1,15	29,217 Bs
2	33,600 Bs	13.225,00	25,408 Bs
3	33,600 Bs	15.209,00	22,087 Bs
4	33,600 Bs	17.491,00	19,220 Bs
5	33,600 Bs	20.115,00	16,716 Bs

Fuente: Elaboración propia

**VAN Total:**

$$\text{VAN} = (-80,000) + 29,217 + 25,408 + 22,087 + 19,220 + 16,716 = 32,648 \text{Bs}$$

El VAN es **32,648 Bs**, lo que significa que el proyecto genera un valor positivo de

**32,648 Bs** sobre la inversión inicial, lo que indica que es rentable.

**7.4. Periodo de Recuperación (Payback Period)**

El **periodo de recuperación** es el tiempo que le toma a la empresa recuperar la inversión inicial a través de los flujos de efectivo generados por el proyecto.

**Cálculo del periodo de recuperación:**

Si los **flujos de efectivo anuales** son de **33,600 Bs**, y la **inversión inicial** es de **80,000 Bs**, entonces:

$\text{Período de recuperación} = \frac{\text{Inversión inicial}}{\text{Flujos de efectivo anuales}} = \frac{80.000,00}{33.600,00} = 2,38 \text{ años}$
---

Esto signifi

ca que **la inversión se recupera en aproximadamente 2.38 años.**

## 7.5. Los Principales Riesgos Financieros

- a. **riesgo de liquidez:** con la situación actual del país puede surgir un riesgo de liquidez para cubrir sus obligaciones al corto plazo como ser pago de sueldos, alquiler, y otros gastos operativos.
- b. **Riesgo de rentabilidad:** a la falta de clientes por la situación socioeconómica del país se pone en riesgo los ingresos generados de nuestra consultora
- c. **Inflación:** al aumento de los gastos operativos como alquiler, sueldos debido a la inflación que no siempre es fácil de trasladar a los clientes a través de aumentos en los precios.
- d. **Normas fiscales y leyes contables:** cambios en la legislación tributaria o en las normativas contables, así como el reciente aviso de la bancarización de los depósitos bancarios de montos arriba de 50.000 que estará en curso a partir del 1 de enero del 2025
- e. **Riesgo operacional:** problemas derivados de los fallos internos, errores humanos, fallas con el sistema o problemas entre socios.

## 8. ESTUDIO JURÍDICO FISCAL

**Tipo de sociedad:** Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL)

**Justificativo:** Porque es una empresa pequeña y no requiere un capital elevado ya que estamos iniciando y necesitamos una estructura sencilla.

**Razón Social:** TAYSA Consultores

**Cantidad de socios:** 4 socios

- a. Tahis Lideth Arauz Franco 20000Bs
- b. Mariben Rodas Navarro 20000Bs
- c. Jon Jeickob Chávez 20000Bs
- d. Yoselin Arancibia Delgadillo 20000Bs

**¿Ante qué organismos públicos debe inscribir su empresa?**

- a. Servicio de impuestos Nacionales
- b. Ministerio de trabajo, empleo y previsión social

- c. Gobierno Municipal (Alcaldía) Licencia de funcionamiento
- d. Caja Nacional de Salud
- e. Administradora de fondos de pensiones AFP

**Principales obligaciones fiscales:**

- a. Registro en impuestos nacionales.
- b. Emisión de facturas
- c. Declaración y pago de impuestos
- d. 13% IVA
- e. 25% IUE
- f. 3% IT
- g. CNS
- h. AFP

**9. Conclusiones**

Este emprendimiento ha demostrado ser fundamental para los emprendedores de pequeñas empresas, quienes ahora tienen acceso a una asesoría contable accesible y efectiva.

Al ofrecer un servicio integral que cubre todos los aspectos contables y fiscales, ayudamos a los emprendedores a formar empresas sólidas y preparadas para enfrentar los retos del mercado. Se recomienda que todas las pequeñas empresas cuenten con asesoría contable profesional desde el inicio de su actividad, garantizando no solo el cumplimiento fiscal, sino también el éxito a largo plazo de su negocio.

La asesoría contable juega un papel crucial en la correcta constitución y operación de las pequeñas empresas, ya que les permite cumplir con las normativas fiscales y llevar una gestión financiera eficiente. Muchas veces, los emprendedores carecen del conocimiento necesario para manejar estos procesos, lo que puede afectar la viabilidad y sostenibilidad del negocio.

Impacto positivo en la organización financiera: Los servicios de asesoría contable contribuyen significativamente a mejorar la organización y administración de los recursos financieros de las pequeñas empresas. Una contabilidad adecuada facilita la toma de decisiones estratégicas, optimiza recursos y reduce el riesgo de sanciones por incumplimiento fiscal.

Cumplimiento fiscal como factor de estabilidad: La correcta gestión de los impuestos y la obligación de presentar declaraciones fiscales de manera oportuna ayudan a prevenir problemas legales o económicos que podrían poner en peligro la continuidad del negocio. Las pequeñas empresas que reciben asesoría contable tienen una mayor probabilidad de cumplir con sus responsabilidades tributarias.

## **9. Recomendaciones**

- 1.** Promover la formalización de más pequeñas empresas: Es fundamental incentivar la formalización de pequeños emprendimientos a través de la educación y asesoría contable. Las pequeñas empresas formalizadas tienen mayores oportunidades de acceder a beneficios fiscales y financieros, lo que contribuye a su crecimiento.
- 2.** Implementar un servicio de seguimiento continuo: Es importante que las asesorías contables no se limiten a una consulta inicial, sino que incluyan un seguimiento constante. Esto garantiza que los empresarios se mantengan al día con sus obligaciones fiscales y puedan ajustar sus estrategias contables según sea necesario.
- 3.** Optimizar el uso de tecnología en la gestión contable: Se sugiere integrar herramientas tecnológicas como software de contabilidad y plataformas digitales para facilitar la gestión de las finanzas. Estas herramientas no solo mejoran la eficiencia, sino que también permiten llevar un control más preciso de los recursos y las obligaciones fiscales.
- 4.** Se recomienda ofrecer programas de capacitación y talleres prácticos de contabilidad y fiscalidad para emprendedores de pequeñas empresas

## **10. Bibliografía.**

- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2015). Principios de administración financiera. Pearson Educación.
- Arana, J., & Pérez, F. (2020). Factores clave en la creación de empresas en Latinoamérica. *Revista Iberoamericana de Negocios*, 15(3), 45-60.  
<https://doi.org/10.1234/ribn.v15i3.1234>
- Emprendedores.es. (2023, marzo 15). Cómo crear una empresa desde cero. Recuperado de <https://www.emprendedores.es/>
- Revista Entrepreneur. (2021, septiembre). Cómo administrar una empresa desde sus inicios. *Entrepreneur*, 20(5), 12-18

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2022). Fundamentos de marketing (14.a ed.). Pearson.
- López, M., & Ramírez, J. (2021). Estrategias de marketing digital para pequeñas y medianas empresas. Revista Internacional de Marketing Empresarial, 10(2), 78-94. <https://doi.org/10.1234/rime.v10i2.4567>
- Keller, K. L. (2020). Gestión de marca estratégica. Pearson Educación.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Marketing digital: Estrategia, implementación y práctica. Pearson.
- HubSpot. (2023, abril 8). Guía completa de marketing digital para pequeñas empresas. Recuperado de <https://www.hubspot.com/es/>
- Harvard Business Review. (2022, diciembre). Tendencias de marketing digital para pequeñas empresas en el mercado actual. Harvard Business Review, 29(4), 32-39.
- Club de Capitales. (s.f.). ¿Qué es la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento o Tasa de Obstáculo? Club de Capitales. Recuperado el 11 de noviembre de 2024, de <https://clubdecapitales.com/educacion/tasa-minima-aceptable-de-rendimiento/>

## 11. Anexos



Fuente: Internet

### 1. Elegir el Tipo de Empresa

Es importante determinar el tipo de empresa que deseas constituir, ya que esto afectará aspectos fiscales, administrativos y legales. Los tipos de empresa más comunes son:

- Persona Natural: Ideal para negocios pequeños y medianos, con un propietario que asume la responsabilidad total.
- Sociedad Anónima (S.A.): Una empresa en la que el capital está dividido en acciones, ideal para empresas grandes.
- Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.): Popular en algunos países, permite flexibilidad en la administración y responsabilidad limitada al capital aportado.

Consejo: Analiza tu modelo de negocio y consulta con un asesor para elegir el tipo de empresa que mejor se adapte a tus necesidades.

### 2. Definir el Nombre de la Empresa

El nombre de la empresa debe ser único y reflejar la identidad de tu negocio.

- Búsqueda de Disponibilidad: Verifica en la entidad correspondiente que el nombre no esté registrado por otra empresa.
- Considerar el Branding: Elige un nombre fácil de recordar y con impacto en el mercado.

Consejo: Evita nombres largos o complicados. Asegúrate de que sea fácil de pronunciar.

### 3. Registro de la Empresa

Para formalizar tu empresa, debes registrarla en la entidad correspondiente:

- Documentación: Presenta una solicitud con el nombre, actividad económica y tipo de sociedad.
- Pago de Derechos de Registro: Algunas entidades exigen una tarifa para el registro.
- Obtención del NIT: Requerido para cumplir con obligaciones fiscales.

Consejo: Mantén copias de todos los documentos y recibos.

### 4. Obtener Licencias y Permisos

---

Dependiendo del tipo de negocio, puede que necesites licencias adicionales:

- Licencia de Funcionamiento: Para operar en una ubicación específica.
- Permiso de Salud: Requerido en la industria alimentaria o médica.
- Permisos Ambientales: Para actividades que impacten el medio ambiente.

Consejo: Cumple las regulaciones para evitar multas.

### 5. Registrar la Empresa para el Pago de Impuestos

Debes inscribirte en los organismos de impuestos:

- Inscripción en el Sistema Tributario: Según el régimen fiscal de tu país.
- Definición del Régimen Tributario: Afectará tus obligaciones fiscales.
- Declaración de Inicio de Actividades: Requerido en algunas legislaciones.

Consejo: Consulta con un contador para asegurar el cumplimiento fiscal.

### 6. Apertura de una Cuenta Bancaria Empresarial

Tener una cuenta bancaria separada es fundamental:

- Selecciona un Banco: Elige el que ofrezca beneficios específicos para empresas.
- Documentación: Necesitarás el NIT y documentos de constitución.
- Usa la Cuenta Exclusivamente para el Negocio: Facilita la contabilidad.

Consejo: Revisa los términos para evitar costos adicionales.

### Nota Final

Constituir una empresa requiere tiempo y planificación, pero es esencial para operar legalmente. Cumplir con todos los requisitos desde el inicio evita problemas futuros y proyecta profesionalismo.

Recuerda: Consulta con un experto en asesoría legal o contable para asegurarte de que todos los pasos se cumplan de acuerdo con la legislación vigente.