

**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

VILLCA GIRONDA ANAHI ELIZABETH

RIVERO CHUVEZ LUIS FERNANDO

GUARDIA MELGAR NOELIA

FERNANDEZ FLORES MOISES MIGUEL

FERNANDEZ ANTHONELA MISHEL

TAPENDABA ALVAREZ WILSON

DOCENTE GUIA

LICENCIADA :BEJARANO MARTINEZ LILIANA

INDICE

1	INTRODUCCION	4
2	ANÁLISIS EXTERNO	6
2.1	Microentorno	6
2.1.1	Análisis de la demanda o clientes potenciales	6
2.2	Macroentorno	9
3	ANÁLISIS INTERNO.	9
3.1	Fortalezas y Debilidades de la Situación Actual	9
4	ANÁLISIS FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).	10
4.1	Oportunidades y Amenazas del Análisis Externo	10
4.2	Fortalezas y Debilidades del Análisis Interno	10
4.3	Análisis FODA	11
4.4	Estrategia	11
4.4.1	Propuesta de Valor	11
5	PLAN OPERATIVO	11
5.1	PLAN DE OPERACIÓN	11
6	PLAN DE MARKETING	15
6.1	Mercado Objetivo o Target	15
6.1.1	Básico. ¿Qué ofrece básicamente?	15
6.1.2	Esperado. ¿Qué espera el cliente potencial además de lo básico?	15
6.1.3	Aumentado. ¿Qué logrará alcanzar con el tiempo su producto o servicio, después de superar el producto esperado por el cliente?	15
6.2	Análisis del producto	16
6.2.1	¿Cuáles son los atributos (características) del producto o servicio respecto diseño?	16
6.2.2	¿Cómo describiría la calidad de su producto o servicio?	16
6.2.3	¿Cuál será el servicio de apoyo que brindará su empresa al cliente? Ej: Garantía, mantenimientos, reclamos, sugerencias, call center, otros.	17
6.3	Análisis de Precio	17
6.3.1	¿Cuál es su estrategia de precio?	17
6.3.2	Fijación de precio basado en el valor	17
6.3.3	Fijación de precio basado en el costo	18
6.3.4	Fijación de precio basado en la competencia	18

6.3.5	¿Qué tipo de elasticidad precio de la demanda presenta su producto o servicio?	18
6.3.6	Determine la forma de cálculo para llegar al precio objetivo de venta con factura.	19
6.3.7	¿Cuál será la política de modificación de precios?	20
6.3.8	¿Cuál será la política de descuentos?	20
6.3.9	¿Cómo motivará a sus clientes para que compren en su empresa y no a otro competidor?	20
6.4	Análisis de la Promoción	21
6.4.1	¿Cómo va a comunicar o promocionar el producto o servicio a su cliente?	21
6.4.2	¿Cuál será su mezcla comunicacional o promocional que utilizará?	21
6.4.3	¿Publicidad?	21
6.4.4	¿Promoción en ventas?	21
6.4.5	¿Relaciones públicas?	21
6.4.6	¿Marketing directo?	22
6.4.7	¿Venta personal?	22
7	PLAN DE RECURSOS HUMANOS	22
7.1.1	¿Qué personal importante requiere en el área de producción u operaciones para iniciar su negocio?	22
7.1.2	Personal de dirección	22
7.1.3	Personal de ejecución	23
7.1.4	Personal de operación	23
7.1.4.1	Organigrama	24
7.1.4.2	Manual de funciones del personal clave	24
7.1.5	Reclutamiento	25
7.1.6	Selección	25
7.1.7	Capacitación	25
7.1.8	Contratación	26
7.1.9	Motivación al personal (Incentivos y comisiones)	26
7.1.10	Sueldos y salarios	26
7.1.11	Evaluación de desempeño	27
8	PLAN DE FINANZAS	28
8.1	Estados financieros	28
8.2	Balance general	28
8.3	Estado de resultado	29
8.4	Flujo de caja	30

8.5	Instrumentos requeridos:	31
8.6	Describa los principales riesgos financieros que presentaría su negocio	40
9	ESTUDIO JURÍDICO FISCAL.....	42
9.1	¿Qué forma jurídica va a tomar su empresa?	42
9.2	¿Por qué elegiría la forma jurídica que va a tomar su empresa?	42
9.3	¿Cuál será el nombre de la empresa?.....	42
9.4	¿Cuál será el número de socios y sus respectivas aportaciones? (Si corresponde)	43
9.5	¿ANTE QUÉ ORGANISMOS PÚBLICOS DEBE INSCRIBIR SU EMPRESA?	43
9.6	¿Cuáles serán sus principales obligaciones fiscales?.....	45
10	CONCLUSION	49
11	BIBLIOGRAFÍA.....	49
12	ANEXOS	50

TEMA: ASESORAMIENTO GENERAL DE FACTURACION

1 INTRODUCCION

El asesoramiento en facturación es un servicio clave que permite a empresas, autónomos y profesionales gestionar de manera eficiente y segura todos los procesos relacionados con la emisión y administración de facturas. En un entorno económico y fiscal cada vez más complejo, contar con un asesor que entienda las particularidades de la facturación ayuda a las organizaciones a evitar problemas, mejorar sus flujos de trabajo y asegurar el cumplimiento de las normativas vigentes. Este servicio cubre desde la elaboración de facturas hasta la implementación de estrategias para un control y seguimiento adecuado de los cobros, pasando por la digitalización de documentos y la adopción de sistemas automatizados.

Una de las áreas más importantes del asesoramiento en facturación es el cumplimiento de las obligaciones fiscales. Cada país cuenta con normativas específicas que regulan el contenido, la estructura y la periodicidad de la emisión de facturas, y no cumplir con estos requisitos puede llevar a sanciones e incluso problemas legales. Los asesores en facturación están capacitados para orientar a las empresas en la aplicación correcta de impuestos como el IVA (Impuesto sobre el Valor Añadido), el IRPF (Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas) y otros tributos específicos, de manera que las facturas se ajusten a los requerimientos legales y tributarios. Esto no solo evita posibles conflictos con las autoridades fiscales, sino que también contribuye a una gestión más transparente y ordenada de la contabilidad empresarial.

Además del aspecto fiscal, el asesoramiento en facturación ofrece mejoras en los procesos de gestión administrativa y financiera. Los asesores ayudan a identificar y corregir ineficiencias en el ciclo de facturación, como errores en el registro de datos, la falta de seguimiento en los cobros o la pérdida de documentos importantes. Mediante la implementación de software de facturación y contabilidad, y el uso de plataformas de automatización de procesos, las empresas pueden agilizar sus operaciones y reducir el riesgo de cometer errores humanos. Estas herramientas permiten crear facturas de forma rápida y precisa, gestionar automáticamente los vencimientos de pago, y llevar un registro digital de toda la documentación, lo que optimiza considerablemente el flujo de trabajo y permite a las empresas tener una visión clara de su situación financiera en tiempo real.

El control y gestión de la facturación electrónica es otra área en la que el asesoramiento se vuelve esencial. Con el avance de las tecnologías, cada vez más países exigen o fomentan el uso de facturación electrónica, ya que esta facilita el control fiscal y reduce la carga administrativa. Sin embargo, la transición a la facturación electrónica puede ser complicada, especialmente para empresas que aún utilizan métodos manuales. Los asesores en facturación guían a las organizaciones en la implementación de sistemas electrónicos, aseguran la correcta integración con el software de contabilidad y facilitan la capacitación del personal en el uso de estas herramientas digitales.

El asesoramiento en facturación también tiene un impacto positivo en la gestión del flujo de caja y la salud financiera de las empresas. Un ciclo de facturación bien estructurado garantiza que las facturas se emitan y se cobren en tiempo y forma, lo que mejora los ingresos y reduce el riesgo de impagos o retrasos en los cobros. Los asesores ayudan a implementar políticas de facturación

efectivas, como plazos de pago, descuentos por pronto pago o penalidades por retrasos, y brindan consejos sobre cómo realizar el seguimiento y la cobranza de facturas pendientes, asegurando que el flujo de caja sea constante y predecible.

Finalmente, el asesoramiento en facturación permite a las empresas adaptarse rápidamente a cambios legales y fiscales, que suelen ser frecuentes en el ámbito de la contabilidad y la tributación. Los asesores están al tanto de las actualizaciones en la normativa fiscal y pueden guiar a las organizaciones en la implementación de los cambios necesarios para cumplir con nuevas leyes o regulaciones. Esto es especialmente importante en entornos dinámicos donde las políticas fiscales pueden variar significativamente de un año a otro, afectando los procedimientos de facturación y la gestión financiera de las empresas.

En resumen, el asesoramiento en facturación es mucho más que un simple apoyo en la emisión de documentos; es un servicio integral que optimiza el proceso administrativo, asegura el cumplimiento de las normativas, y contribuye a la estabilidad y crecimiento de las empresas. A través de una gestión profesional de la facturación, las organizaciones pueden mejorar su eficiencia operativa, minimizar riesgos fiscales y financieros, y enfocar sus recursos en actividades estratégicas que impulsen su éxito a largo plazo.

2 ANÁLISIS EXTERNO

2.1 Microentorno

2.1.1 Análisis de la demanda o clientes potenciales

➤ **¿Cuáles serán los clientes potenciales en Bolivia? Describa por departamento**

Para un servicio de **asesoramiento en facturación en Bolivia**, los clientes potenciales por departamento serían:

1. **La Paz:** Comercios mayoristas, hoteles y restaurantes, servicios financieros. Necesitan automatización y cumplimiento de normativa.
2. **Santa Cruz:** Agroindustrias, constructoras, supermercados. Demandas de facturación electrónica y para exportación.
3. **Cochabamba:** Empresas de alimentos, clínicas, transporte y logística. Necesitan integración en ventas y servicios de salud.
4. **Tarija:** Productores de vino, hidrocarburos, turismo. Asesoría en exportación y facturación para clientes extranjeros.
5. **Potosí:** Minería y turismo histórico. Requieren facturación compleja para minerales y servicios turísticos.
6. **Oruro:** Minería, comercio y turismo cultural. Necesitan facturación adaptada para minería y eventos turísticos.
7. **Beni:** Ganaderos, comercios, turismo ecológico. Facturación para productos agrícolas y pequeños negocios.
8. **Pando:** Productores de castaña y madera, comercio transfronterizo. Asesoría en facturación para exportación y simplificada.
9. **Chuquisaca:** Educación, turismo cultural, pequeños comercios. Necesitan sistemas simplificados y facturación educativa.

Estos sectores buscan cumplir normativas fiscales, optimizar facturación y adaptarse a la facturación electrónica.

➤ **En caso de exportación ¿Cuáles serán los clientes potenciales internacionales? Describa por país**

Para asesoramiento en facturación orientada a **exportación**, los clientes potenciales internacionales en Bolivia incluyen empresas que realizan comercio transfronterizo y exportación de productos a mercados regionales y globales. Aquí se destacan algunos de los sectores clave:

1. **Agroindustria**
 - **Productos:** Soya, quinua, castaña, café, frutas, carne y derivados.

- **Clientes Internacionales:** Importadores de alimentos y grandes cadenas de distribución en EE.UU., Europa, Asia, y países vecinos (Brasil, Argentina, Chile, Perú).
2. **Minería**
 - **Productos:** Plata, zinc, estaño y otros minerales.
 - **Clientes Internacionales:** Fundiciones, fabricantes de tecnología y proveedores industriales en Asia (China, Japón, Corea del Sur), Europa y EE.UU.
 3. **Hidrocarburos y Energía**
 - **Productos:** Gas natural, electricidad.
 - **Clientes Internacionales:** Empresas energéticas de Brasil, Argentina, y países con acuerdos comerciales en Sudamérica.
 4. **Industria Vitivinícola**
 - **Productos:** Vino y singani.
 - **Clientes Internacionales:** Importadores de bebidas en EE.UU., Europa, y algunos países asiáticos.
 5. **Manufactura y Textiles**
 - **Productos:** Ropa de alpaca, prendas de vestir, artesanías.
 - **Clientes Internacionales:** Empresas de moda y distribuidores en Europa, EE.UU., y Japón.
 6. **Forestal y Madera**
 - **Productos:** Madera y productos de carpintería.
 - **Clientes Internacionales:** Importadores de madera en Asia, Norteamérica y Europa.
 7. **Tecnología y Servicios de Software**
 - **Productos:** Servicios de outsourcing y desarrollo de software.
 - **Clientes Internacionales:** Empresas de tecnología en EE.UU., Europa y otros mercados que buscan externalización de servicios.
 - **Enfoque de Servicios:** Estos clientes internacionales requieren asesoramiento en facturación electrónica y normativas de exportación, considerando aspectos de traducción de documentos, moneda extranjera, y cumplimiento de regulaciones tributarias y comerciales para garantizar el flujo correcto de operaciones comerciales en cada región destino.

➤ **Describa el tamaño de clientes potenciales y que cantidad podrá vender usted de su producto o servicio a clientes potenciales**

Para un servicio de asesoría en facturación para exportación en Bolivia, los **clientes potenciales** y su demanda aproximada serían:

1. **Agroindustria:** 100-200 empresas, con 600-800 servicios anuales.
2. **Minería:** 150-200 empresas, con 800-1,000 servicios anuales.
3. **Hidrocarburos y Energía:** 20-30 empresas grandes, con 200-300 servicios anuales.
4. **Vitivinícola:** 50-70 bodegas, con 150-200 servicios anuales.
5. **Textil y Manufactura:** 200-300 PYMEs, con 400-500 servicios anuales.
6. **Tecnología y Software:** 100-150 empresas, con 300-400 servicios anuales.

Total anual estimado: 2,500-3,200 servicios, reflejando una alta demanda en sectores exportadores grandes y medianos en Bolivia.

➤ **Describa como va a dividir al total de clientes potenciales en grupos o segmentos de mercado**

La segmentación de **clientes potenciales** para asesoría en facturación de exportación se puede dividir en:

1. **Por Tamaño de Empresa:**
 - **Grandes Empresas:** Asesoría continua y avanzada (agroindustria, minería).
 - **PYMEs:** Asesoría puntual y simplificada (textiles, vitivinícolas).
2. **Por Sector:**
 - **Agroindustria:** Facturación para exportación agrícola.
 - **Minería:** Facturación compleja para minerales.
 - **Tecnología:** Facturación digital para servicios de software.
3. **Por Frecuencia de Necesidad:**
 - **Necesidades Continuas:** Grandes exportadoras (agroindustria, hidrocarburos).
 - **Necesidades Puntuales:** PYMEs y exportaciones estacionales.
4. **Por Complejidad:**
 - **Alta Complejidad:** Empresas grandes con grandes volúmenes de exportación.
 - **Baja a Media Complejidad:** Empresas pequeñas con necesidades más simples.

Esta segmentación permite ofrecer servicios adaptados a las necesidades de cada grupo, optimizando el alcance y la efectividad.

➤ **Describa si el mercado que usted ha seleccionado, como mercado objetivo o target.**

El **mercado objetivo** para la **asesoría en facturación para exportación** en Bolivia incluye:

1. **Empresas Exportadoras:** Sectores como **agroindustria, minería, hidrocarburos, tecnología y vitivinícola.**
2. **Tamaño de Empresa:** Grandes empresas (agroexportadoras, mineras) y **PYMEs** (textiles, bodegas vitivinícolas, tecnología).
3. **Frecuencia de Necesidad:**
 - **Asesoría Continua** para grandes exportadoras.
 - **Asesoría Puntual** para PYMEs con exportaciones estacionales.

Este mercado está en crecimiento, impulsado por la necesidad de cumplir con regulaciones fiscales y la digitalización de la facturación.

➤ **¿Cuáles son los hábitos de consumo que tiene su mercado objetivo o target?**

El mercado objetivo de asesoramiento en facturación busca servicios digitales y automatizados, con opciones de acceso remoto y herramientas en la nube. Valoran la eficiencia, el ahorro de tiempo, el cumplimiento normativo, la personalización y el soporte continuo. Prefieren precios transparentes, recomendaciones confiables y servicios que les ofrezcan capacitación y asesoría en tiempo real.

➤ **¿Cuál es el perfil o características que tiene su consumidor?**

El consumidor de asesoramiento en facturación es, por lo general:

1. **PYMEs y emprendedores:** Empresas pequeñas y medianas que necesitan optimizar la facturación.
2. **Tecnológicos:** Usan plataformas digitales y soluciones basadas en la nube.
3. **Buscan eficiencia:** Prefieren procesos automáticos que ahorren tiempo y minimicen errores.
4. **Preocupados por el cumplimiento fiscal:** Buscan garantizar que sus facturas cumplan con la normativa vigente.
5. **Valoradores de la personalización:** Quieren soluciones adaptadas a su tipo de negocio.
6. **Conscientes del costo:** Prefieren servicios con precios claros y accesibles.

2.2 Macroentorno

Describe ¿cuál es la situación política, medio ambiente, social, tecnológica, económica, legal, demográfica y cultural de Bolivia con relación a su idea de negocio? describe las amenazas y oportunidades más importantes.

3 ANÁLISIS INTERNO.

3.1 Fortalezas y Debilidades de la Situación Actual

➤ **Fortalezas:**

- Tecnología avanzada y moderna.
- Equipo especializado y experimentado.
- Estrategias de marketing digital efectivas.
- Excelente atención al cliente y soporte postventa.

➤ **Debilidades:**

- Dependencia de proveedores específicos.
- Limitaciones en la capacidad de producción.
- Alcance limitado en mercados internacionales.
- Dificultad para atraer y retener talento especializado.

4 ANÁLISIS FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).

4.1 Oportunidades y Amenazas del Análisis Externo

➤ Oportunidades:

- Crecimiento del mercado de servicios digitales.
- Apoyo gubernamental a la digitalización empresarial.
- Mayor adopción de tecnologías digitales.

➤ Amenazas:

- Cambios regulatorios y normativos.
- Competencia intensa en el mercado de soluciones digitales.
- Fluctuaciones económicas y financieras.

4.2 Fortalezas y Debilidades del Análisis Interno

➤ Fortalezas:

- Tecnología avanzada y moderna.
- Equipo especializado y experimentado.
- Estrategias de marketing digital efectivas.
- Excelente atención al cliente y soporte postventa.

➤ Debilidades:

- Dependencia de proveedores específicos.
- Limitaciones en la capacidad de producción.
- Alcance limitado en mercados internacionales.
- Dificultad para atraer y retener talento especializado.

4.3 Análisis FODA

FODA	Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
Interno	Tecnología avanzada y moderna.	Crecimiento del mercado de servicios digitales.	Dependencia de proveedores específicos.	Cambios regulatorios y normativos.
	Equipo especializado y experimentado.	Apoyo gubernamental y a la digitalización empresarial.	Limitaciones en la capacidad de producción.	Competencia intensa de soluciones digitales.
	Estrategias de marketing digital efectivas.	Mayor adopción de tecnologías digitales.	Alcance limitado en mercados internacionales.	Fluctuaciones económicas y financieras.
	Excelente atención al cliente y soporte postventa.		Dificultad para atraer y retener talento especializado.	

4.4 Estrategia

4.4.1 Propuesta de Valor

Ofrecer soluciones de facturación adaptadas a las necesidades de cada cliente, con tecnología avanzada, soporte técnico y capacitación, garantizando el cumplimiento de las normativas fiscales.

➤ **Diferenciación de la Competencia:**

- Diversificación de tipos de facturación.
- Servicios personalizados y soporte técnico continuo.
- Capacitación y asesoramiento para clientes.

➤ **Adecuación al Entorno:**

- Adaptarse a las regulaciones fiscales vigentes.
- Innovar constantemente en tecnología y servicios.
- Desarrollar alianzas estratégicas con otras empresas del sector tecnológico.

➤ **Misión:** Proveer servicios de facturación eficientes, confiables y adaptados a las necesidades de nuestros clientes, contribuyendo al cumplimiento de las normativas fiscales y a la optimización de sus procesos administrativos.

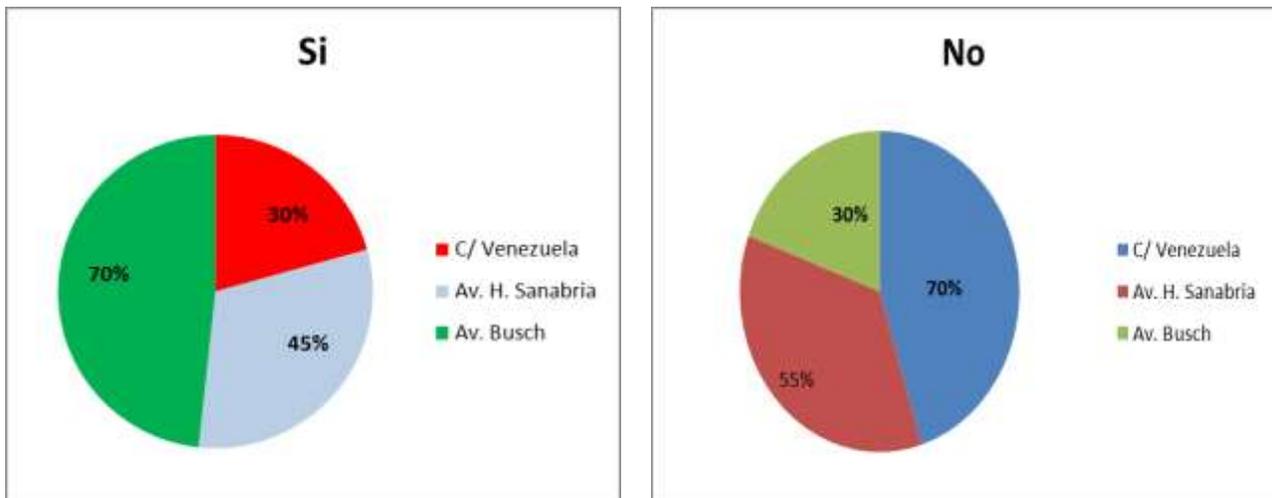
➤ **Visión:** Ser la empresa líder en servicios de facturación en Bolivia, reconocida por nuestra innovación, calidad y compromiso con la satisfacción del cliente.

5 PLAN OPERATIVO

5.1 PLAN DE OPERACIÓN

Para determinar la localización del negocio de Asesoramiento General De Facturación, se realizó una encuesta a los estudiantes de la UAGRM, específicamente a 76 personas que están iniciando sus actividades de emprendimientos.

Se seleccionó 3 lugares en específico, los cuales son: C/Venezuela, Av. Hernando Sanabria y Av.



El resultado de la encuesta mostro que el 70% de los estudiantes prefiere en la

Av. Busch, mientras que el 45% prefiere en la Av. Hernando Sanabria y por último el 30% opto por la C/ Venezuela.

➤ **¿Responda Si Es Accesible Para Ud., ¿Que El Centro De Asesoramiento De Facturación, Este Ubicado Dentro De Estos 3 Puntos Específicos?**

Por ende, se estableció, que el negocio estará ubicado en la Av. Busch N° 1194, Santa Cruz De La Sierra, una zona de alto tránsito y comercio en las cercanías de la universidad Autónoma Gabriel Rene Moreno, esta ubicación brinda ventaja competitiva al aprovechar la afluencia de estudiantes que transitan diariamente esta área, además garantiza visibilidad y accesibilidad para los clientes potenciales.

➤ **TAMAÑO DEL PROYECTO**



La empresa cuenta con un equipo de trabajo de 6 personas, de los cuales 4 están asignados al área de servicio, 1 encargado de la venta de nuestro servicio, 1 de la administración, cada personal del área de producción tendrá una capacidad de mínima de 3 asesoramientos, por hora.

➤ **INGENIERIA DE PROYECTO**

▪ **Inversión En El Dpto. Administrativo**

MUEBLES Y ENSERES			
CANTIDAD	DESCRIPCION	C.U. EN BS.	TOTAL
1	Escritorio	560.00	560.00
1	Silla	50.00	50.00
1	Basureros	30.00	30.00
TOTAL			640.00

EQUIPO DE COMPUTACION			
CANTIDAD	DESCRIPCION	C.U. BS.	TOTAL
1	COMPUTADORA	5000.00	5000.00
1	IMPRESORA	850.00	850.00
TOTAL			5850.00

➤ **INVERSION EN EL DPTO. DE VENTAS**

MUEBLES Y ENSERES			
CANTIDAD	DESCRIPCION	C.U. EN BS.	TOTAL
1	Escritorio	560.00	560.00
1	Computadora	5000.00	5000.00
1	Silla	50.00	50.00
1	Basureros	30.00	30.00
TOTAL			5640.00

➤ **INVERSION EN EL DPTO. DE PRODUCCION**

MATERIAL DE ESCRITORIO PARA EL EQUIPO DE PRODUCCION			
CANTIDAD	DESCRIPCION	C.U. EN BS.	TOTAL
4	COMPUTADORA	20,000.00	20,000.00
2	IMPRESORA	1,700.00	1,700.00
4	Escritorio	2,240.00	2,240.00
4	Silla	200.00	200.00
4	Basureros	120.00	120.00
TOTAL			24,260.00

➤ **RESUMEN DE LA INVERSION**

INVERSION FIJA REQUERIDA	
INVERSION DPTO. DE ADMINISTRACION	6,490.00
MUEBLES Y ENSERES	640.00
EQUIPO DE COMPUTACION	5,850.00
INVERSION DPTO. DE VENTAS	5,640.00
EQUIPO DE COMPUTACION	5,000.00
MUEBLES Y ENSERES	640.00
INVERSION DPTO. DE PRODUCCION	24,260.00
MUEBLES Y ENSERES	4,260.00
EQUIPO DE COMPUTACION	20,000.00
TOTAL INVERSION EN BS.	36,390.00

➤ **PROCESO DE PRODUCCION**

Los pasos para el proceso de producción del servicio serán los siguientes:

- Elaborar un informe digital y documentado de forma física, para cada tipo de asesoramiento sobre facturación que nos pide el gobierno nacional boliviano, en lo que se presentara al emprendedor para poder asesorarlo.
- Recabar información sobre el tipo de empresa con la cual vamos a brindar nuestros servicios.
- Selección de tipos de facturación para distintas actividades, empresariales.
- Realizar la formulación del informe de manera documentada para presentarlo a servicios de impuestos nacionales.

➤ **IDENTIFICACION A LA POBLACION**

El servicio va dirigido a la población en Gral. Pero con más énfasis en los estudiantes de la uagrm por la misma razón el negocio se establecerá cerca de este centro de estudio, se tiene un aproximado de 100.000 estudiantes según datos que proporciona el mismo centro de estudio.

➤ **NORMAS DE CALIDAD DEL SERVICIO**

La norma de calidad de nuestro servicio, se distingue por los siguientes puntos que son:

- Empatía de los representantes (asesores legales).
- Transparencia en el proceso de facturación.
- Velocidad inmediata de respuesta confiable acreditable.
- Nivel de personalización.
- Resolución de quejas y reclamaciones.
- Satisfacción del cliente.
- Retención de los mismos
- Ventaja competitiva.
- Reputación de la empresa.
- Fidelidad del cliente.

➤ **METODOLOGIA**

La metodología y tecnicas que se utilizó en el proyecto fue la siguiente:

➤ **MÉTODO INDUCTIVO**

El método inductivo, es un proceso de razonamiento que se basa en la observación y la experimentación para llegar a una conclusión general a partir de casos específicos. Identificando patrones o tendencias y así llegar a una conclusión específica.

6 PLAN DE MARKETING

6.1 Mercado Objetivo o Target

6.1.1 Básico. ¿Qué ofrece básicamente?

Nuestro servicio permite gestionar el flujo de trabajo relacionado con la facturación, como dar de alta o baja a clientes, crear facturas, programar el envío de facturas, verificar el pago de las facturas, en el sector tributario de sistema de facturación.

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

Los clientes potenciales esperan que las empresas les ofrezcan más que lo básico, como:

- Experiencias personalizadas
Que las empresas entiendan sus necesidades y les ofrezcan interacciones honestas, informadas y confidenciales
- Contenido de valor
Que las empresas les brinden contenido de utilidad, como blogs, infografías, ebooks, asesorías y demos.
- Proceso de adquisición rápido y eficaz
Que la compra y los manejos de sistema de facturación sea un paso único y satisfactorio.

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

Al ofrecer un servicio aumentado, una empresa puede lograr:

- Distinguirse de la competencia
Al ofrecer un valor añadido a los consumidores, la marca puede ganar cuota de mercado.
- Mejorar la experiencia del cliente
Al ofrecer funciones o servicios que no se esperaban, la empresa puede mejorar la experiencia de usuario.
- Reforzar la imagen de marca

Al ofrecer productos aumentados, la empresa puede ganarse la confianza y lealtad de los clientes.

Para mejorar la calidad de servicio, se pueden considerar las siguientes acciones: Identificar las necesidades y requisitos de los clientes, Optimizar la gestión de la demanda del producto, Potenciar la formación para reforzar la asistencia técnica, Ofrecer garantías, Cumplir lo pactado

6.2 Análisis del producto

6.2.1 ¿Cuáles son los atributos (características) del producto o servicio respecto diseño?

Los atributos son características o rasgos que describen un producto o servicio.

Los atributos de un producto pueden ser tangibles o intangibles. Los atributos tangibles son aquellos que se pueden percibir con los sentidos, como el color, el diseño, el peso, el olor, la sensación, la cantidad, entre otros. Los atributos externos o identificativos son la marca, el packaging o la etiqueta

6.2.2 ¿Cómo describiría la calidad de su producto o servicio?

La calidad de un servicio se puede describir considerando los siguientes aspectos:

- Satisfacción del cliente: La calidad es un elemento fundamental para la satisfacción del cliente.
- Cumple con normas: La elaboración del servicio debe respetar las normas, normativas y especificaciones tributarias
- Atributos: Los atributos de un producto son sus características tangibles e intangibles.
- Procesos: La calidad del proceso de elaboración o configuración del servicio es fundamental.
- Precio: El precio es un criterio para definir la calidad.
- Seguridad: La seguridad es un criterio para definir la calidad.
- Eficiencia o rendimiento: La eficiencia o el rendimiento es un criterio para definir la calidad.

Para mejorar la calidad del servicio, se puede realizar investigaciones de mercado, encuestas y análisis de comentarios de los clientes.

6.2.3 ¿Cuál será el servicio de apoyo que brindará su empresa al cliente? Ej: Garantía, mantenimientos, reclamos, sugerencias, call center, otros.

El servicio al cliente es la asistencia que una empresa brinda a sus clientes antes o después de que compren o utilicen sus productos o servicios. Un buen servicio al cliente satisface las necesidades y expectativas del consumidor, y ayuda a retener a los clientes.

Algunas acciones que se pueden tomar para brindar un buen servicio al cliente son:

- Dar una buena primera impresión
- Ser empático
- Ofrecer atención personalizada
- Compartir los valores de la empresa
- Adoptar un enfoque omnicanal
- Dominar los datos y la información
- Hacer que el servicio sea rápido y eficiente
- Reducir la burocracia

6.3 Análisis de Precio

6.3.1 ¿Cuál es su estrategia de precio?

Para elegir la mejor estrategia de precios, se debe considerar una serie de factores, como:

- Los costos de producción
- Los gastos de publicidad
- La demanda
- La competencia
- El valor percibido por los clientes
- La naturaleza del producto o servicio
- El mercado objetivo
- Los objetivos comerciales

Algunas estrategias de precios son:

- Estrategia de precios competitivos

Consiste en fijar el precio de los productos o servicios al precio actual del mercado.

6.3.2 Fijación de precio basado en el valor

La fijación de precios basada en el valor es una estrategia de precios que se basa en el valor que los clientes perciben en un producto o servicio. Este método también se conoce como fijación de precios por valor añadido o por valor.

Para implementar una estrategia de precios basada en el valor, las empresas deben:

- Definir el mercado objetivo
- Segmentar a los clientes por sus necesidades y preferencias
- Determinar cuánto están dispuestos a pagar por los productos o servicios

6.3.3 Fijación de precio basado en el costo

La fijación de precios basada en el costo es un método para determinar el precio de un producto o servicio en función de sus costos de producción:

- Se calcula el costo de producción del producto
- Se agrega un porcentaje o suma fija del costo total para obtener el margen de beneficio deseado
- El resultado es el precio final

6.3.4 Fijación de precio basado en la competencia

La fijación de precios basada en la competencia es una estrategia que consiste en establecer el precio de un producto o servicio en función de los precios de los competidores. Este método se basa en el análisis de la competencia y la demanda del mercado.

Algunas ventajas de la fijación de precios basada en la competencia son:

- Contribuye al equilibrio del mercado
- Favorece que el e-commerce no pierda cuota de mercado
- Permite ganar clientes puntualmente

6.3.5 ¿Qué tipo de elasticidad precio de la demanda presenta su producto o servicio?

La elasticidad precio de la demanda (EPD) es una medida que indica la receptividad de los clientes a los cambios en el precio de un producto o servicio. Para determinar el tipo de elasticidad precio de la demanda de un producto o servicio, se puede considerar la siguiente información:

- **Demanda perfectamente inelástica**

La EPD es igual a 0, lo que significa que los cambios de precio no afectan la demanda. Solo los artículos y servicios absolutamente esenciales tienen este tipo de demanda.

- **Demanda inelástica**

La EPD es menor que 1, lo que significa que la reacción de los consumidores ante un cambio en el precio no es significativa.

- **Demanda elástica unitaria**

La EPD es igual a 1, lo que significa que la cantidad demandada varía en la misma proporción que el precio.

- **Demanda elástica**

La EPD es mayor que 1, lo que significa que la reacción de los consumidores ante un cambio en el precio es significativa.

- **Demanda perfectamente elástica**

La EPD es infinita, lo que significa que la demanda cae a cero ante el menor aumento de precio o la demanda se vuelve grande con una ligera disminución de precio.

La EPD puede ayudar a comprender si la estrategia de precios de una empresa atrae o disuade a los clientes

6.3.6 Determine la forma de cálculo para llegar al precio objetivo de venta con factura.

Para calcular el precio de venta de un producto, se pueden seguir los siguientes pasos:

- Sumar todos los gastos de producción de la mercancía
- Dividir la suma entre el número total de bienes que se pondrán a la venta

El resultado de esta operación es el precio mínimo que debe tener el producto para no generar pérdidas para la empresa.

Para calcular el costo de ventas, se puede utilizar la siguiente fórmula:

- $\text{Costo de venta} = \text{inventario inicial} + \text{costo de producción} - \text{inventario final}$

Para calcular el porcentaje de ganancia bruta, se puede utilizar la siguiente fórmula:

- $\text{Ingresos por venta} - \text{Costo de producción} = \text{ganancia bruta}$

Para calcular el margen de utilidad, se puede utilizar la siguiente fórmula:

- $(\text{Precio de venta} - \text{Costo de producción}) / \text{Precio de venta}$

La compra y venta de un producto o servicio también puede incluir aspectos subjetivos como los procesos de la empresa, la competencia y la percepción del cliente.

6.3.7 ¿Cuál será la política de modificación de precios?

Una estrategia de precios dinámica es aquella que fija los precios en tiempo real, tomando en cuenta la actividad de la competencia y las fluctuaciones del precio de mercado. Esta estrategia puede parecer aleatoria para el consumidor, pero en realidad responde a una serie de factores que permiten a las empresas mantener su rentabilidad.

6.3.8 ¿Cuál será la política de descuentos?

Los descuentos son una estrategia comercial que puede ayudar a: Atraer nuevos clientes, Retener clientes inactivos, Fortalecer la marca, Mejorar la gestión de inventario.

6.3.9 ¿Cómo motivará a sus clientes para que compren en su empresa y no a otro competidor?

Para motivar a los clientes a comprar en tu empresa y no en la competencia, puedes:

- Ofrecer experiencias exclusivas
Organiza eventos como degustaciones, demostraciones, capacitación entre otros, para crear conexiones significativas con los clientes.
- Mostrar la diferencia
En el embudo de ventas, los clientes comparan tu servicio con otras opciones, por lo que debes convencerlos de que el tuyo es la mejor opción.
- Construir una relación de confianza
Las personas tienden a comprar servicios con los que se identifican, por lo que puedes apoyar causas sociales que les importen.
- Ofrecer incentivos
Puedes ofrecer promociones relacionadas con el precio, o incentivos adicionales.
- Utilizar testimonios
Los testimonios pueden ayudar a convencer a los clientes potenciales.
- Analizar a la competencia
Identifica a los competidores débiles y aprovecha sus debilidades.
- Recopilar datos de los clientes

Utiliza un software de Customer Relationship Management (CRM) para conocer a tus clientes y a tus competidores.

- Realizar una venta consultiva

Investiga sobre tu prospecto y sobre la competencia, y pregunta sobre sus necesidades y dudas.

6.4 Análisis de la Promoción

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

Para comunicar o promocionar un producto o servicio a un cliente, se puede utilizar una variedad de canales y estrategias:

- Redes sociales: Una estrategia efectiva para promocionar un producto es crear anuncios en redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter o Pinterest. Se puede aprovechar para fortalecer la relación con la audiencia, responder comentarios y ofrecer contenido relevante. .

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

La mezcla de comunicación se refiere a las herramientas que se utilizan para informar, persuadir y recordar. La mezcla promocional es la combinación de herramientas de comunicación y mercadotecnia que una organización utiliza para cumplir con sus objetivos empresariales.

6.4.3 ¿Publicidad?

La publicidad se diferencia de la propaganda y las relaciones públicas, que también buscan influir en la opinión de la gente. La principal diferencia es el tipo de conducta que se pretende modificar.

6.4.4 ¿Promoción en ventas?

La promoción de ventas es el conjunto diverso de herramientas de incentivo, en su mayoría de corto plazo, diseñadas para estimular una compra más rápida o mayor de determinados productos/servicios por parte de los consumidores o del mercado”.

6.4.5 ¿Relaciones públicas?

Las relaciones públicas (RRPP) son un proceso de comunicación estratégica que busca establecer y mantener relaciones mutuamente beneficiosas entre una organización y sus

públicos. Su objetivo es influir en la percepción del público sobre la empresa, de manera que se genere una imagen positiva.

6.4.6 ¿Marketing directo?

El marketing directo se basa en una comunicación individualizada con un público objetivo. Incluye herramientas como correos electrónicos, llamadas telefónicas, marketing por catálogo y mensajes de texto.

6.4.7 ¿Venta personal?

La venta personal es una técnica de marketing que consiste en interactuar de forma directa con los clientes potenciales para concretar una venta. Se caracteriza por ser una estrategia personalizada, sin intermediarios, y que permite establecer un trato directo con el cliente. La venta personal puede realizarse de diferentes maneras, como cara a cara, por teléfono o mediante videoconferencias. Sin embargo, el formato más común es el cara a cara.

7 PLAN DE RECURSOS HUMANOS

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

- 1. Asesor Fiscal/Contable:** Experto en legislación fiscal y contabilidad, brinda asesoramiento en facturación y cumplimiento normativo.
- 2. Especialista en Facturación:** Conocedor de los procesos y regulaciones de facturación, asegura la precisión y cumplimiento.
- 3. Analista de Datos:** Procesa y analiza datos para identificar tendencias y errores en la facturación.
- 4. Coordinador de Clientes:** Atiende consultas y resolver problemas de los clientes relacionados con la facturación.
- 5. Gerente de Facturación:** Supervisa y coordina el equipo de facturación, asegurando la eficiencia y precisión.

7.1.2 Personal de dirección

A continuación, te presento algunos ejemplos de personal de dirección que pueden estar involucrados en el accesoriamiento de facturación:

- **Nivel Estratégico**

1. Director Financiero (CFO): Responsable de la estrategia financiera y de facturación.

2. Director de Operaciones: Supervisa la implementación de procesos y sistemas de facturación.

3. Director de Contabilidad: Asegura la precisión y cumplimiento de la contabilidad y facturación.

➤ **Nivel Táctico**

1. Gerente de Facturación: Coordina y supervisa el proceso de facturación.

2. Gerente de Contabilidad: Asegura la precisión y cumplimiento de la contabilidad.

3. Gerente de Procesos: Mejora y optimiza los procesos de facturación.

➤ **Nivel Operativo**

1. Supervisor de Facturación: Supervisa el equipo de facturación.

2. Coordinador de Facturación: Coordina y prioriza tareas del equipo de facturación.

3. Analista de Facturación: Realiza análisis y reconciliaciones de facturación.

Recuerda que las necesidades específicas del personal pueden variar según el tamaño y tipo de empresa, así como las regulaciones locales.

7.1.3 Personal de ejecución

1. Facturador: Responsable de preparar y procesar facturas.

2. Contador: Realiza registros contables y reconciliaciones.

3. Asistente de Facturación: Ayuda con tareas administrativas relacionadas con la facturación.

4. Analista de Datos: Procesa y analiza datos para identificar errores o inconsistencias.

5. Reconciliador: Realiza reconciliaciones bancarias y de facturación.

6. Inspector de Calidad: Verifica la precisión y calidad de la facturación.

7. Operador de Sistema: Maneja el software de facturación y contabilidad.

8. Auxiliar de Archivo: Mantiene organizados los archivos y documentos relacionados con la facturación.

7.1.4 Personal de operación

➤ **Personal Operativo**

1. Operador de Facturación: Prepara y procesa facturas.

2. **Contador de Transacciones:** Registra y reconcilia transacciones financieras.
3. **Asistente de Facturación:** Ayuda con tareas administrativas relacionadas con la facturación.
4. **Reconciliador de Cuentas:** Realiza reconciliaciones bancarias y de facturación.
5. **Inspector de Calidad:** Verifica la precisión y calidad de la facturación.
6. **Digitador de Datos:** Ingresa datos en el sistema de facturación.
7. **Archivista:** Mantiene organizados los archivos y documentos relacionados con la facturación.
8. **Auxiliar de Facturación:** Ayuda con tareas relacionadas con la facturación.

7.1.4.1 Organigrama

Organigrama del Asesoramiento en Facturación



7.1.4.2 Manual de funciones del personal clave

1. **Director Financiero:** Encargado de supervisar todas las áreas financieras, incluyendo la facturación y cobros.
2. **Jefe de Asesoría y Contabilidad:** Coordina los servicios de asesoramiento contable y fiscal.
3. **Supervisor de Facturación y Cobros:** Supervisa los procesos de facturación y garantiza que los cobros se realicen de manera eficiente.
4. **Asesores Fiscales y Contables:** Brindan asesoramiento relacionado con impuestos y contabilidad a los clientes.

5. Asesores de Facturación: Ayudan a los clientes a resolver dudas y problemas sobre facturación.

6. Especialista en Facturación Electrónica: Se encarga de implementar y supervisar la facturación electrónica.

7. Asesor Senior en Facturación y Cobros: Atiende los casos más complejos y ofrece soporte a los asesores.

8. Analistas de Facturación/Cobros: Realizan análisis de facturas, seguimiento de cobros y generan reportes.

9. Auxiliares de Facturación y Cobros: Apoyan en tareas administrativas básicas y de seguimiento.

Si necesitas un archivo o más detalles, házmelo saber.

7.1.5 Reclutamiento

El reclutamiento de asesoramiento en facturación suele ser un proceso breve y directo. Consiste en identificar y seleccionar profesionales con experiencia en la gestión de facturación, asegurándose de que cuenten con conocimientos en normativas fiscales y habilidades en software de contabilidad. Este proceso puede incluir una entrevista para evaluar sus habilidades técnicas y de comunicación, así como una revisión de su historial laboral y referencias.

7.1.6 Selección

Se busca asegurar que el candidato tenga habilidades para manejar sistemas de facturación y cumplir con las normativas.

Además de la evaluación de experiencia y habilidades técnicas, la selección puede incluir pruebas prácticas para verificar el dominio de herramientas de facturación, así como una evaluación de la capacidad para resolver problemas y tomar decisiones bajo presión. También se pueden considerar habilidades de comunicación para interactuar eficazmente con clientes y equipos internos.

7.1.7 Capacitación

La capacitación en asesoramiento de facturación generalmente incluye:

1. Formación en normativa fiscal y legal: Conocer las leyes y regulaciones fiscales aplicables para asegurar el cumplimiento.

2. Uso de software de facturación: Aprender a manejar herramientas y sistemas específicos para la creación, seguimiento y almacenamiento de facturas.

3. Técnicas de gestión financiera: Instrucción sobre cómo optimizar procesos, gestionar pagos y cobros, y hacer un seguimiento de los registros.

4. Atención al cliente y comunicación: Capacitar en la interacción efectiva con clientes para resolver dudas y garantizar el correcto procesamiento de facturas.

5. Casos prácticos y simulaciones: Resolución de situaciones reales para mejorar la toma de decisiones y el manejo de problemas comunes en la facturación.

7.1.8 Contratación

1. Publicación de vacante: Se difunde la oferta en plataformas de empleo o a través de redes profesionales.

2. Proceso de selección: Evaluación de currículums, entrevistas y pruebas técnicas.

3. Negociación: Se discuten términos como salario, beneficios y horario.

4. Firma de contrato: Acuerdo formal que define el alcance del trabajo, responsabilidades y condiciones laborales.

5. Integración: Orientación y capacitación inicial para familiarizar al empleado con los sistemas y procesos de facturación.

7.1.9 Motivación al personal (Incentivos y comisiones)

1. Comisiones por desempeño: Un porcentaje por cada factura gestionada correctamente.

2. Bonos por volumen o precisión: Recompensas por alto volumen de facturación o baja tasa de errores.

3. Premios por calidad de servicio: Incentivos basados en la satisfacción del cliente o tiempo de respuesta.

4. Reconocimientos no monetarios: Premios como "asesor del mes" o oportunidades de desarrollo profesional.

7.1.10 Sueldos y salarios

En el ámbito del asesoramiento en facturación, los sueldos y salarios pueden variar dependiendo de factores como la experiencia, ubicación, tamaño de la empresa y nivel de responsabilidad. Aquí te dejo un rango general:

1.Asistente de Facturación (Nivel Junior):

- Sueldo mensual: Entre \$700 y \$1,200 USD.
- Funciones: Soporte en la gestión de facturas, seguimiento de pagos, verificación de datos.
- Perfil: 1-2 años de experiencia, conocimientos básicos en facturación electrónica y manejo de sistemas ERP.

2.Asesor de Facturación (Nivel Intermedio):

- Sueldo mensual: Entre \$1,200 y \$2,000 USD.
- Funciones: Asesoría directa a clientes, resolución de problemas complejos, capacitación a nuevos empleados.
- Perfil: 3-5 años de experiencia, dominio en software de facturación, conocimientos fiscales.

3.Especialista o Consultor en Facturación (Nivel Senior):

- Sueldo mensual: Entre \$2,000 y \$3,500 USD o más, dependiendo del país y el sector.
- Funciones: Análisis avanzado, implementación de estrategias de optimización, consultoría fiscal y normativa.
- Perfil: Más de 5 años de experiencia, amplia experiencia en sistemas ERP, conocimientos profundos en normativa fiscal.

4. Comisiones e incentivos adicionales:

- Pueden añadir un 10% a 20% del salario base en función del rendimiento y cumplimiento de objetivos.

7.1.11 Evaluación de desempeño

La evaluación de desempeño en **asesoramiento en facturación** se enfoca en:

- 1. Precisión:** Menos errores en facturas.
- 2. Productividad:** Cantidad de facturas procesadas y consultas resueltas.
- 3. Calidad del servicio:** Satisfacción del cliente.
- 4. Conocimiento técnico:** Manejo de sistemas y normativas.
- 5. Cumplimiento de objetivos:** Logro de metas establecidas

8 PLAN DE FINANZAS

8.1 Estados financieros

8.2 Balance general

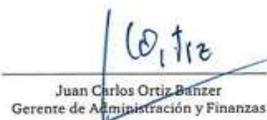
GAS TRANSBOLIVIANO S.A.

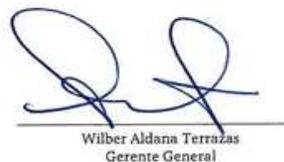
BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE DE 2021 Y 2020
(Expresado en Bolivianos)

	Nota	2021 Bs	2020 Bs
ACTIVO			
Activo corriente			
Disponibilidades	6	300.590.678	394.734.289
Cuentas por cobrar comerciales	7	43.285.694	75.889.407
Otras cuentas por cobrar	8	87.375.025	91.397.612
Pagos anticipados		6.497.369	5.731.693
Total activo corriente		437.748.766	567.753.001
Activo no corriente			
Notas de crédito fiscal	9	61.482.402	61.482.402
Otras cuentas por cobrar	8	158.110.863	158.110.863
Inversiones		2.215.370	2.215.370
Inventarios		73.315.745	72.391.184
Activo fijo (neto de depreciación acumulada)	10	4.288.742.630	4.507.041.320
Activo diferido		2.453.030	4.932.302
Total activo no corriente		4.586.320.040	4.806.173.441
TOTAL ACTIVO		5.024.068.806	5.373.926.442
PASIVO			
Pasivo corriente			
Proveedores		60.204.380	12.288.560
Cuentas por pagar - compañías afiliadas	11	24.538.010	12.005.535
Dividendos por pagar	17	-	57.420.000
Ingresos cobrados por anticipado	12	14.094.000	14.094.000
Deudas sociales y fiscales	13	70.024.553	78.294.608
Otras cuentas por pagar		15.520.298	19.822.613
Previsión reclamo YPFB	21	66.816.000	66.816.000
Total pasivo corriente		251.197.241	260.741.316
Pasivo no corriente			
Cuentas por pagar - compañías afiliadas	11	65.796.612	65.796.612
Ingresos cobrados por anticipado	12	239.598.000	253.692.000
Impuestos diferidos	14	954.896.938	996.547.341
Previsión para indemnizaciones		4.171.527	5.996.800
Total pasivo no corriente		1.264.463.077	1.322.032.753
TOTAL PASIVO		1.515.660.318	1.582.774.069
PATRIMONIO NETO			
Capital social	15	169.700.000	169.700.000
Prima de emisión		40.000	40.000
Reservas	16	1.845.519.660	1.929.946.177
Resultados acumulados		1.493.148.828	1.691.466.196
TOTAL PATRIMONIO NETO		3.508.408.488	3.791.152.373
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		5.024.068.806	5.373.926.442

Las notas 1 a 24 que se acompañan, forman parte integrante de estos estados financieros.


Martín López Hurtado
Jefe de Contabilidad


Juan Carlos Ortiz Bañzer
Gerente de Administración y Finanzas


Wilber Aldana Terrazas
Gerente General

8.3 Estado de resultado

GAS TRANSBOLIVIANO S.A.

ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS POR EL EJERCICIO TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2021 Y 2020

(Expresado en Bolivianos)

	Nota	2021 Bs	2020 Bs
Ingresos			
Transporte de gas natural		460.851.506	476.568.384
Menos:			
Impuesto a las transacciones		(15.899.505)	(16.435.606)
Tasa ANH		(5.297.144)	(5.477.798)
Total ingresos operativos		<u>439.654.857</u>	<u>454.654.980</u>
Gastos operativos - netos		(118.908.563)	(102.239.025)
Depreciación - activo fijo	10	(278.137.495)	(279.460.843)
Amortización - activo diferido		(2.479.273)	(2.527.472)
Ganancia bruta		<u>40.129.526</u>	<u>70.427.640</u>
Otros ingresos (gastos) - netos		(10.605.620)	(1.467.396)
Ganancia operativa		<u>29.523.906</u>	<u>68.960.244</u>
Ingreso por compensación tributaria		16.321.483	17.789.092
Ingresos financieros		1.072.583	2.976.189
Otros costos financieros		(114.443)	(39.445)
		<u>17.279.623</u>	<u>20.725.836</u>
Ganancia resultante de las actividades de la empresa		46.803.529	89.686.080
Diferencia de cambio		(2.500.209)	1.631.826
Ajuste por inflación y tenencia de bienes		-	10.684.400
Efectos por diferencias de cambio e inflación		(2.500.209)	12.316.226
Ganancia antes de impuesto		44.303.320	102.002.306
Impuesto a las utilidades	14	(13.847.205)	(38.032.843)
Ganancia neta del ejercicio		<u><u>30.456.115</u></u>	<u><u>63.969.463</u></u>

Las notas 1 a 24 que se acompañan, forman parte integrante de estos estados financieros.


Karin López Hurtado
Jefe de Contabilidad


Juan Carlos Ortiz Banzer
Gerente de Administración y Finanzas


Wilber Aldana Terrazas
Gerente General

8.4 Flujo de caja

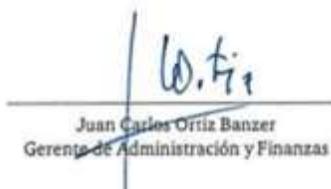
GAS TRANSBOLIVIANO S.A.

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO POR EL EJERCICIO TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2021 Y 2020 (Expresado en Bolivianos)

	2021 Bs	2020 Bs
FONDOS GENERADOS POR LAS OPERACIONES		
Utilidad neta del periodo	30.456.115	63.969.463
Ajustes para conciliar la utilidad del periodo con los fondos generados por las operaciones		
Depreciación de bienes de activo fijo	278.137.495	279.460.843
Depreciación de bienes de activo fijo gestiones anteriores	4.811.232	-
Amortización de activo diferido	2.479.273	2.527.473
Amortización de ingresos cobrados por anticipados	(14.094.000)	(14.094.000)
Impuesto sobre las Utilidades Corriente y Diferido	14.032.136	38.032.843
Previsión para indemnizaciones	1.862.472	2.032.359
Ajuste por inflación y tenencia de bienes	-	(14.320.647)
Cambios en activos y pasivos operativos		
Disminución en cuentas por cobrar comerciales	32.603.713	148.088.628
Disminución (Aumento) en otras cuentas por cobrar	4.022.587	(21.636.773)
Aumento en pagos anticipados	(765.676)	(3.548.712)
Aumento en inventarios	(924.561)	(3.038.941)
Aumento (Disminución) en cuentas por pagar	47.915.820	(7.898.163)
Disminución en Previsión reclamo YPF	-	(805.447)
Aumento en cuentas por pagar compañías afiliadas	12.532.475	5.050.325
Disminución en otras cuentas por pagar	(4.302.315)	(10.829.557)
Aumento (Disminución) en deudas fiscales y sociales	1.997.958	(7.804.528)
Pago de Impuesto a las Utilidades	(65.950.552)	(165.742.048)
Indemnizaciones pagadas	(3.687.746)	(1.554.872)
Fondos netos generados por las operaciones	<u>341.126.427</u>	<u>287.888.247</u>
FONDOS UTILIZADOS EN ACTIVIDADES DE INVERSION		
Compra de activo fijo y desembolsos para obras en curso	<u>(64.650.037)</u>	<u>(12.243.687)</u>
Fondos utilizados en actividades de inversión	<u>(64.650.037)</u>	<u>(12.243.687)</u>
FONDOS UTILIZADOS EN ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO		
Pago de dividendos	<u>(370.620.000)</u>	<u>(278.748.000)</u>
Fondos utilizados en actividades financieras	<u>(370.620.000)</u>	<u>(278.748.000)</u>
(DISMINUCION) AUMENTO NETO DE LOS FONDOS	(94.143.610)	(3.103.440)
Disponibilidades al inicio del ejercicio	<u>394.734.289</u>	<u>397.837.729</u>
Disponibilidades al cierre del ejercicio	<u>300.590.678</u>	<u>394.734.289</u>

Las notas 1 a 24 que se acompañan, forman parte integrante de estos estados financieros.


Karin López Hurtado
Jefe de Contabilidad


Juan Carlos Ortiz Banzer
Gerente de Administración y Finanzas


Wilber Aldana Terraza
Gerente General

8.5 Instrumentos requeridos:

▪ **TRMA. Tasa de rendimiento mínima aceptada**

La tasa de rendimiento mínima aceptada (también conocida como Tasa Mínima Aceptable de Retorno - TMAR) es la tasa de retorno mínima que un proyecto o inversión debe generar para que sea considerado viable. En Gas Transboliviana S.A., esta tasa es clave para evaluar la rentabilidad de proyectos de gran envergadura, como la construcción de nuevas estaciones de compresión o la expansión de gasoductos.

Cómo Determinar la Tasa de Rendimiento Mínima Aceptada (TMAR)

1. Costo de Capital: La TMAR se suele basar en el costo de capital de la empresa, que es la tasa de retorno requerida por los inversionistas y acreedores. En el caso de GTB, esta tasa debe cubrir el costo de financiamiento tanto de deuda como de capital propio.

Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC): Este es el costo promedio del capital de la empresa, calculado ponderando el costo de la deuda y el capital propio de acuerdo con su proporción en la estructura de capital. GTB podría utilizar el WACC como referencia de su TMAR.

2. Riesgo del Proyecto: Proyectos con mayor riesgo deberían tener una TMAR más alta para compensar la incertidumbre adicional. Por ejemplo, una nueva tecnología o un proyecto en una zona geográficamente desafiante puede exigir una TMAR más alta en comparación con una expansión de infraestructura en zonas de operación ya conocidas.

3. Inflación y Factores Macroeconómicos:

La TMAR debe considerar la inflación esperada, ya que afecta el valor real de los flujos de efectivo futuros. Factores como la tasa de interés del mercado y las condiciones económicas locales e internacionales también influyen en la TMAR. Ejemplo de TMAR para GTB Supongamos que GTB calcula su costo promedio ponderado de capital (WACC) en 10%, y, debido a ciertos riesgos específicos del proyecto (por ejemplo, riesgo de fluctuación en la demanda de gas), decide agregar un margen adicional de riesgo de 2%. En este caso, su TMAR sería de:

$$\text{TMAR} = \text{WACC} + \text{Margen de Riesgo} = 10\% + 2\% = 12\%$$

Aplicación de la TMAR

Una vez determinada la TMAR, GTB la utiliza para evaluar si los proyectos son rentables, mediante métodos como:

Valor Actual Neto (VAN): Un proyecto es viable si su VAN calculado con la TMAR es positivo.

Tasa Interna de Retorno (TIR): Un proyecto es aceptable si la TIR supera la TMAR. La TMAR es fundamental para tomar decisiones de inversión que alineen el riesgo y retorno esperado, asegurando que los proyectos contribuyan al crecimiento financiero sostenible de GTB.

- **VAN. Valor Actual Neto**

El Valor Actual Neto (VAN) es una métrica clave para evaluar la rentabilidad de proyectos de inversión en una empresa como Gas Transboliviana S.A. (GTB), que realiza inversiones significativas en infraestructura de transporte de gas. El VAN mide el valor de los flujos de efectivo futuros, descontados al presente, en comparación con el costo inicial de la inversión. Un VAN positivo indica que un proyecto generará más ingresos de los que cuesta, considerando el valor temporal del dinero, y es una señal de que el proyecto es viable.

Aquí te explico algunos instrumentos y técnicas relacionadas con el VAN que pueden aplicarse en GTB:

Cálculo del VAN

Tasa de Descuento: Para calcular el VAN, GTB utiliza una tasa de descuento que puede basarse en el costo promedio ponderado de capital (WACC), en la tasa mínima aceptable de retorno (TMAR), o en el costo de oportunidad del capital. Esta tasa refleja el rendimiento que la empresa espera obtener en sus inversiones.

Herramientas de Software: El cálculo del VAN puede realizarse con herramientas de software financiero, como Excel, SAP, Oracle, o programas específicos de evaluación financiera. Estas herramientas tienen funciones integradas para calcular el VAN en base a los flujos de efectivo proyectados y la tasa de descuento.

Instrumentos Complementarios para Evaluar el VAN

Flujos de Efectivo Proyectados: Los flujos de efectivo estimados para cada proyecto de GTB deben incluir tanto ingresos como costos futuros. Esto incluye ingresos por transporte de gas, costos operativos, mantenimiento, impuestos, entre otros.

Análisis de Sensibilidad: Este análisis evalúa cómo se comporta el VAN ante cambios en los factores clave, como los costos operativos, el precio del gas, o la tasa de descuento. GTB puede identificar cómo la rentabilidad del proyecto es afectada bajo distintos escenarios y ajustarse en consecuencia.

Tasa Interna de Retorno (TIR): Además del VAN, GTB puede calcular la TIR del proyecto para ver si el retorno del proyecto excede la TMAR. La TIR es especialmente útil como complemento del VAN, pues muestra la rentabilidad en términos de una tasa porcentual.

Análisis de Escenarios

Escenario Optimista, Base y Pesimista: GTB puede desarrollar tres escenarios para sus proyectos: optimista (con mayores ingresos y menores costos), base (escenario esperado), y pesimista (con menores ingresos y mayores costos). Esto permite ver cómo cambia el VAN en cada caso.

Simulación Monte Carlo: Una técnica avanzada para evaluar el VAN bajo condiciones de incertidumbre. Simulaciones Monte Carlo pueden ser utilizadas para modelar riesgos, como fluctuaciones en los precios del gas o cambios en la demanda, y calcular una distribución de resultados posibles para el VAN del proyecto.

Análisis del Periodo de Recuperación Descontado

Esta herramienta muestra cuánto tiempo se tarda en recuperar la inversión inicial, tomando en cuenta el valor temporal del dinero. GTB puede usar el periodo de recuperación descontado para medir el riesgo de liquidez de un proyecto, ya que le da una idea del tiempo necesario para que el proyecto se autofinancie.

Uso de VAN en la Optimización del Portafolio de Proyectos

Selección de Proyectos Prioritarios: GTB puede ordenar sus proyectos según el VAN, priorizando aquellos con un VAN más alto que superen el TMAR. Esto es especialmente útil en caso de tener recursos de inversión limitados.

Comparación entre Proyectos Mutuamente Excluyentes: Si GTB enfrenta proyectos que compiten entre sí, puede usar el VAN para decidir cuál de ellos generará mayor valor para la empresa.

VAN en las Decisiones Estratégicas de Largo Plazo

Evaluación de Expansiones de Infraestructura: GTB podría usar el VAN para decidir si es rentable construir nuevos tramos de gasoducto, estaciones de compresión, o expandir la capacidad d...

▪ **TIR. Tasa Interna de Retorno**

La Tasa Interna de Retorno (TIR) es una herramienta financiera utilizada para evaluar la rentabilidad de un proyecto de inversión. Es la tasa de descuento que hace que el Valor Actual Neto (VAN) de un proyecto sea igual a cero. En otras palabras, es la tasa que iguala los flujos de efectivo futuros de un proyecto con su inversión inicial. Si la TIR de un proyecto es mayor que la tasa de rendimiento mínima aceptada (TMAR) o el costo de capital, el proyecto es considerado viable. En una empresa como Gas Transboliviana S.A. (GTB), que maneja grandes inversiones en infraestructura y operaciones de transporte de gas, la TIR es

fundamental para tomar decisiones de inversión. Aquí te explico algunos instrumentos y conceptos relacionados con la TIR que pueden ser útiles para GTB:

Cálculo de la TIR

Método de Iteración: La TIR se calcula generalmente mediante iteraciones, ya que no existe una fórmula algebraica simple para encontrarla. Se utilizan herramientas como calculadoras financieras, hojas de cálculo (como Excel) o software especializado que realizan iteraciones hasta encontrar la tasa de retorno que hace que el VAN sea cero.

Herramientas de Software: Para facilitar el cálculo de la TIR, GTB puede usar software financiero o de contabilidad (por ejemplo, SAP, Oracle o Excel), los cuales tienen funciones preprogramadas para calcular la TIR de un flujo de efectivo.

Comparación de TIR y TMAR

Benchmarking de TIR: GTB compara la TIR obtenida de un proyecto con la TMAR (tasa mínima aceptable

- **Valor residual.**

El valor residual es el valor estimado que tendrán los activos de una empresa al final de su vida útil, es decir, el monto que se espera recuperar si el activo es vendido o su valor remanente tras el desgaste de su uso. En una empresa como Gas Transboliviana S.A. (GTB), que cuenta con una infraestructura robusta y de larga duración, el valor residual es crucial para la planificación financiera, la evaluación de proyectos y el cálculo de la depreciación de activos.

Aquí se detallan algunos aspectos importantes sobre el valor residual en el contexto de GTB:

Determinación del Valor Residual

Tipo de Activo: Cada tipo de activo en GTB puede tener un valor residual distinto. Por ejemplo, activos como gasoductos, estaciones de compresión, válvulas, equipos de seguridad y monitoreo, y vehículos especializados suelen tener valores residuales variables en función de su desgaste, obsolescencia tecnológica y condiciones del mercado.

Vida Útil: El valor residual se estima al inicio de la vida útil del activo y se ajusta según el tiempo de uso esperado. Por ejemplo, un gasoducto puede tener una vida

útil de 30 a 50 años, al término de los cuales GTB puede estimar que su valor residual representa un porcentaje específico de su costo inicial.

Mercado de Reventa: El valor residual también se basa en el precio de mercado al final de la vida útil del activo. Algunos activos, como equipos de tecnología, pueden depreciarse más rápido por cambios tecnológicos, mientras que infraestructuras de acero o materiales valiosos pueden retener cierto valor de reventa.

Aplicación del Valor Residual en Cálculos de Depreciación

Método de Depreciación: GTB puede utilizar métodos de depreciación como el método lineal o el de unidades de producción, donde el valor residual se resta del costo inicial para calcular la base de depreciación. Esto permite distribuir el costo del activo a lo largo de su vida útil, teniendo en cuenta el valor que aún tendrá al final.

Cálculo de Gastos de Depreciación: El valor residual reduce el monto total de depreciación, permitiendo a GTB registrar un gasto más ajustado en sus estados financieros. Por ejemplo, si un activo tiene un costo inicial de \$1 millón y un valor residual de \$100,000, GTB solo depreciará \$900,000 a lo largo de la vida útil del activo.

Valor Residual en el Análisis de Rentabilidad y Recuperación de Inversión

Evaluación del VAN y TIR: El valor residual de los activos puede incluirse en el cálculo del Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR) de proyectos a largo plazo. Esto es especialmente relevante en proyectos de infraestructura costosos, donde el valor residual puede representar un ingreso adicional al final del periodo de inversión.

Periodo de Recuperación: El valor residual también puede influir en el periodo de recuperación de la inversión. Al final de la vida útil del proyecto, si GTB vende los activos a un valor residual, puede recuperar parte de la inversión, lo que mejora la viabilidad del proyecto.

Ejemplos de Valor Residual para Activos de GTB

Gasoductos y Tuberías: Al finalizar su vida útil, estas infraestructuras pueden tener un valor residual relacionado con los materiales de construcción (acero, hierro) que

pueden venderse como chatarra. El valor residual suele ser bajo, pero contribuye a la recuperación del costo inicial.

Estaciones de Compresión: Las estaciones de compresión pueden tener un valor residual en función de sus componentes reutilizables, aunque los avances tecnológicos pueden reducir su valor de reventa al volverse obsoletos.

Equipos y Tecnología: Los equipos de monitoreo y tecnología suelen tener un valor residual bajo debido a la rápida depreciación tecnológica. Sin embargo, ciertos componentes pueden conservar valor en mercados secundarios.

Vehículos Especializados: Los vehículos de ...

- **Periodo de recuperación.**

El periodo de recuperación es el tiempo que toma para que una inversión inicial sea recuperada a través de los flujos de efectivo generados por un proyecto. En el caso de Gas Transboliviana S.A. (GTB), este periodo es crucial para evaluar la viabilidad y el riesgo de proyectos a largo plazo, como la construcción de nuevos gasoductos, estaciones de compresión o actualizaciones de infraestructura.

Métodos para Calcular el Periodo de Recuperación

Existen dos formas principales para calcular el periodo de recuperación:

Periodo de Recuperación Simple:

Este método no toma en cuenta el valor temporal del dinero.

Se calcula sumando los flujos de efectivo generados año tras año hasta que igualen el costo inicial de la inversión.

Por ejemplo, si GTB invierte \$10 millones y espera generar \$2 millones anualmente, el periodo de recuperación simple será de 5 años.

Periodo de Recuperación Descontado:

En este caso, se considera el valor temporal del dinero, lo que significa que los flujos de efectivo futuros se descuentan a una tasa específica (por ejemplo, la tasa mínima aceptable de retorno de GTB).

Se van sumando los flujos de efectivo descontados hasta alcanzar el valor de la inversión inicial.

Este método es más preciso, ya que refleja el valor real de los flujos futuros teniendo en cuenta la inflación, el riesgo y el costo de capital.

Importancia del Periodo de Recuperación en GTB

Para GTB, el periodo de recuperación es útil en varios aspectos:

Evaluación del Riesgo: Un periodo de recuperación corto reduce la exposición al riesgo, ya que GTB recupera su inversión rápidamente, minimizando el impacto de factores externos, como cambios en el precio del gas o en la demanda.

Decisiones de Inversión: Ayuda a GTB a priorizar proyectos, especialmente cuando se tiene un presupuesto limitado. Los proyectos con periodos de recuperación más cortos pueden ser preferidos, ya que generan retornos en menor tiempo.

Planificación Financiera: Permite a GTB hacer una mejor gestión de flujo de efectivo y planificación de recursos, asegurando que los proyectos seleccionados no afecten la estabilidad financiera de la empresa.

Ejemplo de Cálculo en GTB

Supongamos que GTB realiza una inversión de \$12 millones en una nueva estación de compresión y estima los siguientes flujos de efectivo:

Cálculo del Periodo de Recuperación Simple:

Año 1: \$3 millones acumulados

Año 2: \$7 millones acumulados

Año 3: \$12 millones acumulados (se recupera la inversión)

Entonces, el periodo de recuperación simple es de 3 años.

Cálculo del Periodo de Recuperación Descontado: Si se aplica una tasa de descuento del 10%, los flujos de efectivo se descontarían antes de acumularse, y el periodo de recuperación podría ser algo mayor debido al efecto de la tasa de descuento.

Limitaciones del Periodo de Recuperación

Aunque útil, el periodo de recuperación no considera los flujos de efectivo después de que la inversión se haya recuperado ni mide la rentabilidad total del proyecto. Por eso, GTB también puede usar otras métricas, como el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR), para obtener una visión completa de la viabilidad financiera de sus proyectos.

En resumen, el periodo de recuperación es una herramienta importante para evaluar el riesgo y la liquidez de proyectos en GTB, ayudando a priorizar las inversiones y mejorar la gestión de recursos financieros.

- **Punto de equilibrio**

El punto de equilibrio es el nivel de ventas o producción en el que los ingresos generados igualan los costos totales, sin generar ni pérdidas ni ganancias. En una empresa como Gas Transboliviana S.A. (GTB), que se dedica al transporte de gas natural y tiene altos costos fijos en infraestructura y operación, el punto de equilibrio es fundamental para evaluar la sostenibilidad financiera y la viabilidad de sus proyectos.

Cálculo del Punto de Equilibrio

Para calcular el punto de equilibrio, se utilizan tres componentes principales:

Costos Fijos: Son los costos que GTB debe cubrir independientemente de la cantidad de gas transportado, como mantenimiento de infraestructura, sueldos fijos, y amortización de activos.

Costos Variables: Son los costos que aumentan o disminuyen en función del volumen de gas transportado, como el consumo de energía en las estaciones de compresión, materiales de mantenimiento, y otros costos operativos dependientes del volumen.

Precio o Tarifa por Unidad de Transporte: Es el ingreso que GTB obtiene por transportar una unidad de gas (por ejemplo, un millón de metros cúbicos).

La fórmula básica para el punto de equilibrio en unidades es:

$$\text{Punto de Equilibrio (unidades)} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Precio por Unidad} - \text{Costo Variable por Unidad}}$$

Ejemplo de Cálculo del Punto de Equilibrio en GTB

Supongamos que GTB tiene los siguientes datos anuales para un proyecto de transporte de gas:

Costos Fijos: \$10 millones

Costo Variable por Unidad: \$0.50 por cada millón de metros cúbicos de gas transportado

Tarifa de Transporte por Unidad: \$2 por cada millón de metros cúbicos de gas transportado

Usando la fórmula:

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{10,000,000}{2 - 0.5} = \frac{10,000,000}{1.5}$$
$$\approx 6,666,667 \text{ millones de metros cúbicos}$$

Esto significa que GTB debe transportar aproximadamente 6.67 millones de metros cúbicos de gas al año para cubrir sus costos sin obtener ni ganancias ni pérdidas.

Importancia del Punto de Equilibrio en GTB

El punto de equilibrio es clave para GTB en varios aspectos:

Planeación Financiera: Ayuda a GTB a planificar cuántos contratos o cuánta capacidad de transporte necesitan para cubrir sus costos y evitar pérdidas.

Gestión de Riesgos: Al conocer el punto de equilibrio, GTB puede evaluar el riesgo de nuevos proyectos. Si el volumen de gas estimado está cerca o por debajo del punto de equilibrio, el proyecto puede ser riesgoso en términos de sostenibilidad.

Toma de Decisiones de Precios: Si los costos variables o fijos aumentan, GTB podría usar el punto de equilibrio para determinar si es necesario ajustar las tarifas de transporte para mantenerse en una posición de rentabilidad.

Optimización de Costos: GTB puede analizar sus costos para ver si es posible reducir el punto de equilibrio. Por ejemplo, podrían disminuir los costos variables a través de tecnologías más eficientes en las estaciones de compresión o reducir costos fijos optimizando su estructura operativa.

Evaluación de Viabilidad de Nuevos Proyectos: Para proyectos nuevos o expansiones de infraestructura, el punto de equilibrio permite a GTB proyectar si se alcanzarán los volúmenes de transporte necesarios para hacer el proyecto rentable.

Limitaciones del Punto de Equilibrio

Aunque el punto de equilibrio es útil, tiene algunas limitaciones. Por ejemplo:

No considera los beneficios potenciales adicionales que podrían generarse después de alcanzar el punto de equilibrio.

No evalúa la rentabilidad general del proyecto, por lo que GTB también necesita utilizar otras métricas, como el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR), para una visión completa de cada proyecto.

En resumen, el punto de equilibrio es una herramienta clave para GTB en la planificación financiera, la gestión de riesgos, y la optimización de costos, ayudando a asegurar que sus proyectos puedan cubrir sus costos y contribuir a la estabilidad financiera de la empresa.

8.6 Describa los principales riesgos financieros que presentaría su negocio

En Gas Transboliviana S.A. (GTB), que opera en el sector del transporte de gas natural, existen diversos riesgos que pueden afectar la rentabilidad y sostenibilidad de sus operaciones. A continuación, se presentan los principales riesgos que GTB podría enfrentar:

- **Riesgo de Mercado**

Volatilidad de Precios del Gas Natural: Aunque GTB se enfoca en el transporte, la demanda de sus servicios está vinculada al precio del gas. Si los precios del gas disminuyen, es posible que la demanda de transporte también se reduzca, afectando sus ingresos.

Dependencia de la Demanda: Cambios en la demanda de gas en el mercado interno y de exportación (como en Brasil o Argentina) pueden impactar el volumen de gas transportado y, por ende, los ingresos de GTB.

- **Riesgo Operacional**

Fallos en la Infraestructura: Como empresa que depende de una infraestructura robusta de gasoductos y estaciones de compresión, GTB enfrenta el riesgo de averías, accidentes o fallos en la infraestructura que podrían interrumpir el transporte de gas y generar altos costos de reparación.

Obsolescencia Tecnológica: Las tecnologías de monitoreo y mantenimiento se actualizan constantemente. Si GTB no mantiene su infraestructura con tecnología avanzada, puede enfrentar fallos y costos adicionales, así como menores eficiencias operativas.

- **Riesgo Financiero**

Variación en Tasas de Interés: GTB podría tener deuda en su estructura financiera. Un aumento en las tasas de interés afectaría el costo de financiamiento y podría impactar los flujos de caja disponibles.

Riesgo de Liquidez: GTB puede enfrentar problemas de liquidez si los ingresos por transporte de gas no son suficientes para cubrir sus costos operativos y sus obligaciones financieras.

- **Riesgo Regulatorio**

Cambios en la Regulación Energética: Cambios en leyes y regulaciones del sector energético en Bolivia podrían afectar las operaciones y costos de GTB, como impuestos adicionales, nuevas normas de seguridad o ajustes en las tarifas de transporte.

Riesgo de Cumplimiento: GTB está sujeta a regulaciones ambientales y de seguridad. No cumplir con estas regulaciones puede resultar en multas, sanciones y daños a la reputación.

- **Riesgo Ambiental y Social**

Impacto Ambiental: Los gasoductos atraviesan áreas naturales sensibles, por lo que existe el riesgo de derrames o fugas de gas que podrían causar daño ambiental. Además, GTB debe cumplir con estándares ambientales y de mitigación de impactos.

Conflictos Sociales: En áreas donde opera GTB, pueden surgir conflictos con comunidades locales, especialmente si estas consideran que las operaciones impactan su calidad de vida o el medio ambiente. Esto podría derivar en interrupciones de las operaciones.

- **Riesgo Climático y Natural**

Fenómenos Naturales: Bolivia enfrenta riesgos de fenómenos naturales como inundaciones, terremotos y deslizamientos que pueden afectar la infraestructura de transporte de gas, generando pérdidas materiales e interrupciones en el servicio.

Cambio Climático: El cambio climático puede aumentar la frecuencia de eventos climáticos extremos, lo que impactaría las operaciones de GTB, incrementando los costos de mantenimiento y reparación de infraestructura.

- **Riesgo Político y Geopolítico**

Inestabilidad Política: Cualquier cambio abrupto en el gobierno o en la política de hidrocarburos en Bolivia podría afectar las condiciones bajo las cuales GTB opera.

Relaciones Internacionales: Dado que GTB depende de las exportaciones de gas a países vecinos, cualquier tensión diplomática o cambio en los acuerdos comerciales con Brasil o Argentina podría afectar la demanda de transporte de gas.

▪ **Riesgo Tecnológico y Cibernético**

Ciberseguridad: GTB utiliza sistemas digitales para monitorear y operar sus instalaciones. Un ciberataque podría comprometer la seguridad de la infraestructura y la continuidad operativa.

Actualización Tecnológica: La rápida evolución tecnológica podría dejar obsoleta la infraestructura actual de GTB, especialmente en sistemas de monitoreo y control. La falta de actualización puede reducir la eficiencia y aumentar los riesgos de fallos operativos.

Estrategias para Mitigar los Riesgos en GTB

Para enfrentar estos riesgos, GTB puede implementar varias estrategias:

Diversificación de Clientes y Mercados: Minimizar la dependencia de un solo cliente o país de destino para el gas.

Mantenimiento Preventivo y Monitoreo: Realizar mantenimiento continuo de la infraestructura y emplear tecnología de monitoreo avanzada para prevenir fallos y minimizar interrupciones.

Gestión de Riesgos Financieros: Uso de coberturas o derivados para mitigar riesgos de tasas de interés o tipo de cambio, y mantener una sólida política de gestión de liquidez.

Cumplimiento Regulatorio: Asegurar un cumplimiento riguroso de las regulaciones ambientales y de seguridad para evitar sanciones y mantener la licencia operativa.

Plan de Respuesta a Emergencias: Tener un plan para desastres naturales y ciberataques, incluyendo equipos de respuesta rápida y protocolos de recuperación de operaciones.

En conclusión, GTB enfrenta diversos riesgos que pueden afectar su rentabilidad y operación, y es clave que implemente una gestión integral de riesgos para mitigar estos impactos y garantizar la sostenibilidad a largo plazo de sus operaciones.

9 ESTUDIO JURÍDICO FISCAL

9.1 ¿Qué forma jurídica va a tomar su empresa?

La forma Jurídica de la Empresa es Asesoramiento de Facturación Sociedad Anónima (SA).

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

Porque es una Sociedad Anónima (SA) ya que la responsabilidad de los socios se limita al capital que han aportado.

9.3 ¿Cuál será el nombre de la empresa?

Asesoramiento de Facturación.

9.4 ¿Cuál será el número de socios y sus respectivas aportaciones? (Si corresponde)

Son en total 5 Socios:

- Fernandez Flores Moises Miguel
- Anahi Elizabeth Villca Girona
- Guardia Melgar Noelia
- Anthonela Mishel Fernandez
- Rivero Chuvez Luis Fernando
- Wilson Tapendaba Alvarez

9.5 ¿ANTE QUÉ ORGANISMOS PÚBLICOS DEBE INSCRIBIR SU EMPRESA?

En Bolivia, una empresa S.A. (Sociedad Anónima) de asesoramiento en facturación debe inscribirse ante varios organismos públicos y cumplir con ciertos requisitos legales para operar formalmente. A continuación se detallan los principales organismos ante los cuales debe inscribirse la empresa:

- **Registro de Comercio - Fundación Nacional de Comercio (FUNDEMPRESA)**

Objetivo: Inscripción de la empresa para obtener la personalidad jurídica.

Requisito: El acta constitutiva, estatutos sociales y los datos de los socios deben ser registrados en FUNDEMPRESA para formalizar la existencia legal de la empresa.

Proceso: La empresa debe presentar los documentos constitutivos (escritura pública) ante FUNDEMPRESA para que se otorgue un Número de Identificación Tributaria (NIT).

- **Servicio de Impuestos Nacionales (SIN)**

Objetivo: Obtener el Número de Identificación Tributaria (NIT) y registrarse como contribuyente ante la administración tributaria.

Requisito: Debe inscribirse como contribuyente para cumplir con las obligaciones fiscales, como la emisión de facturas, declaración y pago de impuestos (IVA, IT, etc.).

Proceso: El registro se hace en línea a través del portal web del SIN, y se deben proporcionar documentos como el NIT de los socios y el domicilio fiscal de la empresa.

- **Ministerio de Trabajo, Empleo y Previsión Social**

Objetivo: Inscripción de la empresa si se tiene personal contratado.

Requisito: Debe registrarse como empleador si tiene trabajadores, para cumplir con las normativas laborales (seguridad social, prestaciones sociales, etc.).

Proceso: Realizar la inscripción como empleador en el Ministerio de Trabajo para acceder a los beneficios de la seguridad social y cumplir con la normativa laboral.

- **Caja Nacional de Salud (CNS)**

Objetivo: Inscripción para que los empleados puedan acceder al sistema de salud público.

Requisito: Si la empresa tiene empleados, debe inscribirlos en el sistema de seguridad social de salud (CNS) y cubrir su aporte mensual.

Proceso: La empresa debe afiliar a sus empleados a la Caja Nacional de Salud, proporcionando la información requerida para hacer los aportes correspondientes.

- **Administradora de Fondos de Pensiones (AFP)**

Objetivo: Inscripción en el sistema de pensiones para que los empleados puedan acceder a su fondo de pensiones.

Requisito: Inscribir a los empleados en una AFP para el aporte obligatorio a la jubilación.

Proceso: La empresa debe elegir una AFP y registrar a sus empleados para realizar los aportes mensuales a la pensión.

- **Dirección General de Migración (si corresponde)**

Objetivo: Inscripción si la empresa contrata extranjeros.

Requisito: Si la empresa contrata empleados extranjeros, debe cumplir con los requisitos de migración y regularizar su situación ante la Dirección General de Migración.

- **Servicio Nacional de Propiedad Intelectual (SENAPI)**

Objetivo: Registrar marcas o patentes si la empresa tiene un nombre comercial, logotipo, o cualquier activo intelectual protegido.

Requisito: Si la empresa desea proteger su nombre, logotipo o cualquier otro activo intelectual, debe registrar la marca o patente ante SENAPI.

Proceso: El registro es opcional, pero altamente recomendable para proteger la propiedad intelectual.

- **Gobierno Municipal (alcaldía)**

Objetivo: Obtener la Licencia de Funcionamiento Municipal.

Requisito: Obtener la autorización de funcionamiento a nivel municipal, lo cual es necesario para operar legalmente en la jurisdicción de una alcaldía específica.

Proceso: Solicitar la licencia en la alcaldía correspondiente según la ubicación de las oficinas de la empresa. Esto puede incluir el pago de impuestos municipales, dependiendo de la actividad y ubicación.

- **Autoridad Reguladora (si corresponde)**

Si la empresa ofrece servicios que están regulados o requiere alguna autorización específica (por ejemplo, en el caso de que realice asesoría en facturación de impuestos), debe cumplir con las regulaciones del sector.

Algunos sectores específicos pueden requerir autorizaciones adicionales por parte de autoridades como el Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria (SENASAG) o el Organismo Supervisor de Empresas de Electricidad y Gas dependiendo de la actividad.

- **Dirección General de Normas y Regulaciones Financieras (si aplica)**

Si la empresa de asesoramiento en facturación maneja fondos o realiza actividades vinculadas al ámbito financiero, deberá estar registrada en la autoridad competente.

Resumen del Proceso

1. FUNDEMPRESA: Inscripción de la empresa (acta constitutiva, estatutos, etc.).

2. SIN: Obtención del NIT y registro fiscal.

3. Ministerio de Trabajo: Registro como empleador (si se tiene personal).

4. CNS: Inscripción en la Caja Nacional de Salud (para empleados).

5. AFP: Inscripción en una AFP (para empleados).

6. Licencia Municipal: Obtener la licencia de funcionamiento en la alcaldía correspondiente.

7. SENAPI: Registrar marcas o patentes (opcional, si aplica).

Es importante consultar con un abogado o contador especializado en el sector para asegurarse de cumplir con todos los requisitos específicos de la industria y evitar posibles sanciones.

9.6 ¿Cuáles serán sus principales obligaciones fiscales?

Las obligaciones de una empresa S.A. (Sociedad Anónima) de asesoramiento en facturación en Bolivia incluyen cumplir con varios aspectos legales, fiscales, laborales y operativos para asegurar su funcionamiento correcto y evitar sanciones. A continuación se detallan las principales

obligaciones que debe cumplir una empresa de este tipo:

- **Obligaciones Fiscales**

Emisión de Facturas: La empresa debe emitir facturas conforme a la normativa vigente. Esto incluye el uso del Sistema de Facturación Electrónica del Servicio de Impuestos Nacionales (SIN), que obliga a las empresas a registrar todas las transacciones de bienes y servicios.

Declaración de Impuestos: Debe cumplir con la obligación de declarar y pagar impuestos como el Impuesto al Valor Agregado (IVA), Impuesto sobre las Utilidades de las Empresas (IUE) y el Impuesto a las Transacciones (IT).

IVA: Declarar el IVA mensual sobre las ventas o servicios prestados.

IUE: Presentar la declaración anual del Impuesto sobre las Utilidades de las Empresas.

Retenciones de Impuestos: En caso de que la empresa contrate a otras personas o empresas, deberá cumplir con las retenciones impositivas, como el Impuesto a las Rentas de las Personas Naturales (IRPN) o Impuesto al Valor Agregado (IVA).

Control de Registros Contables: La empresa debe llevar una contabilidad organizada, con libros de ingresos, egresos, y balances, conforme a la normativa contable boliviana.

- **Obligaciones Laborales**

Registro de Empleados: Si la empresa tiene empleados, debe registrar a cada uno en el Ministerio de Trabajo y cumplir con las obligaciones laborales, como el pago de salarios, seguro de salud y pensiones.

Pago de Salarios y Beneficios Sociales: Debe cumplir con la Ley General del Trabajo, asegurándose de pagar salarios dentro de los plazos establecidos y proporcionar beneficios como aguinaldos, vacaciones, bonificaciones, y otros estipulados por la ley.

Aportes a la Seguridad Social: La empresa debe realizar los aportes correspondientes al sistema de seguridad social en salud (Caja Nacional de Salud - CNS) y a las Administradoras de Fondos de Pensiones (AFP) para cada empleado.

Cumplimiento de Normativas de Seguridad y Salud en el Trabajo: Debe garantizar condiciones laborales seguras para sus empleados, de acuerdo con la normativa de salud ocupacional vigente.

- **Obligaciones Regulatorias y Administrativas**

Registro en FUNDEMPRESA: La empresa debe mantener actualizada su inscripción en FUNDEMPRESA para asegurar su existencia legal y la validez de su acta constitutiva, estatutos y socios.

Licencia Municipal de Funcionamiento: Debe obtener la licencia de funcionamiento de la alcaldía correspondiente, lo que le permite operar legalmente en el municipio donde tiene su sede.

Cumplimiento de Normativas Ambientales: Si la empresa genera residuos o realiza actividades que puedan afectar al medio ambiente, debe cumplir con las regulaciones medioambientales establecidas por la Autoridad de Fiscalización y Control Social del Agua (AAPS) o las normativas locales.

- **Obligaciones ante el Servicio de Impuestos Nacionales (SIN)**

Presentación de Declaraciones Fiscales: Además de pagar impuestos, debe presentar declaraciones mensuales o anuales al SIN (como la declaración de IVA, IUE, etc.).

Generación de Reportes y Documentación: Debe mantener al día la documentación contable y fiscal, y estar preparada para presentar reportes a solicitud del SIN, especialmente en caso de auditorías fiscales.

Comprobante de Retenciones: Cuando la empresa realice pagos a terceros (como proveedores), debe emitir los comprobantes de retención y entregar los formularios de retención al fisco, según corresponda.

- **Obligaciones en Propiedad Intelectual (si aplica)**

Registro de Marcas o Patentes: Si la empresa tiene una marca registrada o realiza actividades de innovación, debe registrar su propiedad intelectual ante el Servicio Nacional de Propiedad Intelectual (SENAPI).

Protección de Datos Personales: Si la empresa maneja datos personales de clientes o empleados, debe cumplir con la normativa de protección de datos personales.

- **Obligaciones Contables y Financieras**

Auditoría y Estados Financieros: En caso de que la empresa tenga accionistas o realice actividades que requieran auditoría, debe someterse a auditorías externas y presentar estados financieros auditados, conforme a las normativas locales e internacionales.

Manejo de Cuentas Bancarias: La empresa debe operar mediante cuentas bancarias a nombre de la empresa, y registrar todas las transacciones financieras de acuerdo con la normativa contable.

▪ **Obligaciones de Responsabilidad Social**

Contribuciones Sociales: En caso de que la empresa participe en actividades de desarrollo comunitario, proyectos sociales, o realice donaciones, debe cumplir con las normativas correspondientes sobre responsabilidad social empresarial (RSE).

Resumen de las Principales Obligaciones:

1. Obligaciones Fiscales:

Emisión de facturas electrónicas.

Declaración y pago de impuestos (IVA, IUE, IT).

Retenciones de impuestos a empleados y proveedores.

2. Obligaciones Laborales:

Registro de empleados y pago de beneficios sociales.

Aportes a la seguridad social (CNS y AFP).

3. Obligaciones Regulatorias:

Registro en FUNDEMPRESA.

Obtención de licencia municipal de funcionamiento.

4. Obligaciones ante el SIN:

Presentación de declaraciones fiscales periódicas.

Cumplimiento de normativas fiscales (reportes y auditorías).

5. Obligaciones de Propiedad Intelectual:

Registro de marcas y patentes (si aplica).

6. Obligaciones Contables:

Presentación de estados financieros y auditorías si es necesario.

Mantenimiento de registros contables y financieros.

Cumplir con estas obligaciones es fundamental para evitar sanciones, optimizar las operaciones y garantizar la transparencia y legalidad de la empresa. Es recomendable que las empresas de asesoramiento en facturación trabajen con contadores y abogados especializados para asegurarse de cumplir con todas las normativa.

10 CONCLUSION

El asesoramiento de facturación es crucial para que las empresas mantengan una gestión financiera eficiente y cumplan con las normativas fiscales.

Al ofrecer soporte especializado, se ayuda a los negocios a evitar errores, optimizar procesos, y asegurar el cumplimiento de obligaciones fiscales. }

Además, el uso de herramientas tecnológicas y el conocimiento actualizado de las leyes permiten mejorar la precisión y eficiencia en la emisión de facturas. En conclusión, este servicio no solo facilita la operación diaria de las empresas, sino que también contribuye a su estabilidad financiera y crecimiento a largo plazo

11 BIBLIOGRAFÍA.

<https://www.gastransboliviano.com.bo/wp-content/uploads/2023/04/estADOS-FINANCIERO.>

<https://www.financiera.com.bo/why>

https://www.elfec.bo/elfec_ws_facturacion

<https://www.ppolegal.com/wp-content/uploads/2024/04/Alerta-Tributaria.-Modulo-RCV.pdf>

https://www.google.com/imgres?q=anexos%20en%20asesoramiento%20facturas&imgurl=https%3A%2F%2Fsiatinfo.impuestos.gob.bo%2Fimages%2F2021%2Fterceros.png&imgrefurl=https%3A%2F%2Fsiatinfo.impuestos.gob.bo%2Findex.php%2Ffacturacion-en-linea%2Fcasos-especiales%2Ffacturacion-por-terceros&docid=wBMhN81fe41W9M&tbnid=0hGFKQR_P19tGM&vet=12ahUKEwiMwZqY7dSJAxWwR5UChZtFMUsQM3oECGgQAA..i&w=1092&h=410&hcb=2&ved=2ahUKEwiMwZqY7dSJAxWwR5UChZtFMUsQM3oECGgQAA

12 ANEXOS

ANEXO N° 8
MODELO FACTURA COMERCIAL DE EXPORTACIÓN
 (EJEMPLO VÁLIDO ÚNICAMENTE PARA FINES ILUSTRATIVOS)

 Casa Matriz: AVENIDA LOS GENIOS N° 135 ZONA MIRAFLORES TELÉFONO: 3-322111 LA PAZ-BOLIVIA	<p>FACTURA COMERCIAL DE EXPORTACIÓN SIN DERECHO A CRÉDITO FISCAL</p>	NIT: 123456022 N° FACTURA: 911 N° AUTORIZACIÓN : 2801035440				
ORIGINAL Venta al por mayor de otros productos						
Lugar y fecha: La Paz, 15 de abril de 2015 Nombre: Mr. Joseph Indiana Keystone Crossing. Dirección del importador: Suite 222 QUEBEC, IN 5555 Telef. 1-418-123-4321 CANADA NIT: 0 INCOTERM y Puerto Destino: CIF – Vancouver Moneda de la Transaccion Comercial: Dólar Americano TIPO DE CAMBIO 1\$us: Bs6.96						
DETALLE						
ITEM	NANDINA	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	SUBTOTAL
1.-	0909610000	Semilla de Anis	100	Kg	100.00	10,000.00
TOTAL \$us						10,000.00
TOTAL Bs						69,600.00
Son: Diez mil 00/100 Dólares Americanos. Son: Sesenta y nueve mil seiscientos 00/100 Bolivianos.						
PRECIO O VALOR BRUTO \$us 6,975.00 GASTOS DE TRANSPORTE HASTA FRONTERA \$us 375.00 GASTOS DE SEGURO HASTA FRONTERA \$us 150.00 TOTAL F.O.B. – FRONTERA \$us 7,500.00 TRANSPORTE INTERNACIONAL \$us 2,000.00 SEGURO INTERNACIONAL \$us 500.00 OTROS \$us 0.00 TOTAL CIF-VANCOUVER \$us 10,000.00						
					Código de Control: E3-45-BF-4F-12	
					Fecha Límite de Emisión: 15/09/2015	
"ESTA FACTURA CONTRIBUYE AL DESARROLLO DEL PAÍS. EL USO ILÍCITO DE ÉSTA SERÁ SANCIONADO DE ACUERDO A LEY"						

LA INFORMACIÓN DEL RUBRO DETALLE PUEDE SER COMPLEMENTADA CON OTRA INFORMACIÓN ADICIONAL DE ACUERDO A LAS NECESIDADES DEL EXPORTADOR.