



EMPRENDIMIENTO (PLAN DE NEGOCIOS)



II-2025

EXPO

CIENCIA FACULTATIVA XV

NOMBRE DEL TEMA: ASESORES CONTABLES JR

NÚMERO DE GRUPO: 053 **TURNO DE PRESENTACIÓN:** TARDE

DOCENTE GUÍA: P.h.D. Fausto Mendoza Iriarte

INTEGRANTES:

Luis Mateo Cardona Espinoza

Bruno Andrés Rueda Gutierrez

Roy Sebastian Ríos Meneses

Kevin Del castillo julio

**NÚMERO INTERNO
DE GRUPO:**

APOYAN:



Ph.D. Luis Alberto Méndez
DECANO

M.Sc. Miguel Sorich
VICE-DECANO

M.Sc. Gabriela Montenegro
DIR. DE INF. CONTROL DE GEST.

Ph.D. Piter Fernández
DIR. DE CONTADURÍA PÚBLICA

Introducción

Capítulo 1: Análisis Externo

Capítulo 2: Análisis Interno

Capítulo 3: Plan de Producción

Capítulo 4: Plan de Marketing

Capítulo 5: Plan de Recursos Humanos

Capítulo 6: Plan de Finanzas

Capítulo 7: Estudio Jurídico Fiscal.

Conclusiones y Recomendaciones.

Bibliografía.

Anexos

1. ANÁLISIS EXTERNO

1.1 Microentorno

1.1.1 Análisis de la demanda o clientes potenciales

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

Santa Cruz: Microempresas comerciales, emprendedores, pequeños servicios, profesionales independientes.

La Paz: Comerciantes, negocios familiares, pequeños consultorios, servicios personales.

Cochabamba: Gastronomía, talleres, microempresas de servicios y estudiantes universitarios.

Tarija: Servicios turísticos, restaurantes pequeños, vendedores independientes.

Oruro: Comerciantes del rubro minero y pequeños negocios.

Potosí: Microcomerciantes y prestadores de servicios básicos.

Chuquisaca: Emprendedores jóvenes y pequeños negocios familiares.

Beni y Pando: Actividades comerciales urbanas pequeñas y servicios informales.

- En caso de exportación ¿Cuáles serán los clientes potenciales internacionales?

Describa por país

Emprendedores digitales

Profesionales independientes que buscan cursos de contabilidad básica en español.

(Solo aplicable para capacitaciones virtuales, no para trámites tributarios.)

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

En Bolivia hay **más de 1 millón de microemprendedores y 390.000 empresas activas.**

Al menos **el 60% necesita orientación contable básica.**

ASCENSORES CONTABLES JR puede captar:

- **Primer año:** 250 a 350 clientes
 - **Segundo año:** 500 a 700 clientes
 - **Tercer año:** 900 a 1.200 clientes
- Describa como va a dividir al total de clientes potenciales en grupos o segmentos de mercado

Segmentos principales:

1. Microempresas (de 1 a 10 empleados).
2. Emprendedores independientes.
3. Profesionales independientes.
4. Estudiantes universitarios que requieren apoyo contable básico.
5. Negocios familiares informales en proceso de formalización.

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

Emprendedores y microempresas urbanas que necesitan:

- Contabilidad básica
 - Asesoría tributaria esencial
 - Elaboración de reportes simples
 - Capacitación práctica y económica
- ¿cuáles son los hábitos de consumo que tiene su mercado objetivo o target?

Hábitos de consumo del mercado objetivo

- Prefieren precios bajos y soluciones rápidas.
 - Buscan asesoría por WhatsApp o redes sociales.
 - Consumen capacitaciones cortas.
 - Compran servicios solo cuando los necesitan (consumo reactivo).
 - Valoran explicaciones claras y sin tecnicismos.
 - Prefieren pagos flexibles y atención personalizada.
- ¿Cuál es el perfil o características que tiene su consumidor?

Perfil del consumidor

- Edad: **18 a 45 años.**
- Ocupación: microempresarios, independientes, estudiantes.
- Nivel socioeconómico: medio-bajo y medio.
- Características: necesitan ayuda para entender sus obligaciones, no contratan contadores formales por costo, buscan asesoría accesible y práctica.
- Conducta: usa redes sociales, necesita orientación inmediata, valora asesoría clara.

1.1.2 Competidores

- Detalle a quien considera los principales competidores describiendo a cada uno ellos:

¿Quiénes son los compradores de su competencia?

Los estudios contables pequeños atienden principalmente a microempresas constituidas, tiendas comerciales, pequeños restaurantes, emprendedores con NIT y negocios familiares que necesitan cumplir con sus obligaciones fiscales mensuales. Este grupo representa un segmento estable del mercado porque requiere contabilidad mensual obligatoria.

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

Ofrecen los mismos servicios esenciales que busca el cliente de ASCENSORES CONTABLES JR, tales como:

- Contabilidad mensual básica
- Declaración de impuestos (IVA, IT, RC-IVA)
- Elaboración de formularios del SIN
- Trámites de NIT y facturación
- Estados financieros simples
- Actualización de obligaciones tributarias

¿A qué precio?

Los estudios contables manejan precios estandarizados:

- Contabilidad mensual: **Bs 150 a Bs 350**
- Declaraciones sueltas: **Bs 30 a Bs 80**
- Trámites administrativos: **Bs 50 a Bs 150**

El precio suele depender del volumen de documentos y la complejidad de cada negocio.

¿Qué promociones brindan (como comunican el producto o servicio)?

Su promoción se basa en la presencia local:

- Publicaciones frecuentes en Facebook

- Avisos en grupos de contadores y comerciantes
- Descuentos por permanencia trimestral
- Entrega de tarjetas de presentación

¿Cuál es su forma de distribución (como hacen llegar los productos o servicios al consumidor final)?

La entrega del servicio se realiza principalmente de dos formas:

1. **Presencial**, en oficinas pequeñas donde reciben documentos y entregan reportes impresos o explicativos.
2. **Digital**, enviando declaraciones, reportes y formularios por WhatsApp en formato PDF.

Este modelo permite atender a clientes de zonas cercanas sin necesidad de desplazamientos constantes.

1.2 Macroentorno

Situación política

Bolivia tiene un contexto político con periodos de tensión y cambios frecuentes en políticas económicas y fiscales.

Esto genera incertidumbre, pero también aumenta la necesidad de información y asesoría sobre normas y obligaciones tributarias.

Oportunidad: más personas buscan orientación para entender cambios tributarios.

Amenaza: cambios repentinos en leyes y exigencias fiscales pueden complicar el servicio.

Medio ambiente

El negocio es de servicios, no industrial, por lo que el impacto ambiental directo es bajo.

El uso de documentos digitales en lugar de impresos puede alinearse con prácticas sostenibles.

Oportunidad: promover la digitalización de documentos y trabajo sin papel.

Amenaza: si se requiere impresión constante, suben costos de papel y se genera más residuos.

Situación social

Alta presencia de autoempleo, comercio informal y pequeños negocios.

Muchas personas emprenden sin conocimientos contables, pero con obligaciones fiscales.

Oportunidad: gran cantidad de microemprendedores que necesitan ayuda contable básica y accesible.

Amenaza: desconfianza hacia instituciones o falta de interés en formalizarse.

Situación tecnológica

Amplio uso de Internet, WhatsApp, Facebook e incluso plataformas del SIN en línea.

Muchos trámites tributarios ahora se hacen digitalmente.

Oportunidad: ASCENSORES CONTABLES JR puede atender por medios virtuales, usar herramientas digitales y ofrecer servicios online.

Amenaza: si el cliente no maneja bien la tecnología, hay que invertir más tiempo en explicación.

Situación económica

Economía con dificultades, pero con movimiento constante de pequeños negocios.

Muchas personas generan ingresos mediante emprendimientos propios.

Oportunidad: los emprendedores necesitan controlar mejor sus ingresos y cumplir con impuestos para evitar multas.

Amenaza: cuando la economía se complica, los clientes recortan gastos en asesoría y solo pagan lo mínimo.

Situación legal

El Servicio de Impuestos Nacionales exige declaraciones, facturación, NIT, libros de compras y ventas según el régimen.

Incluso los pequeños contribuyentes tienen obligaciones mínimas que cumplir.

Oportunidad: los requisitos legales obligan a buscar apoyo contable; ahí entra

ASCENSORES CONTABLES JR.

Amenaza: aumento en fiscalización y sanciones si el servicio no se hace correctamente, lo que exige mucho cuidado profesional.

Situación demográfica

Bolivia tiene una población joven numerosa.

Muchas personas entre 18 y 40 años están emprendiendo o trabajando de forma independiente.

Oportunidad: mercado amplio de jóvenes emprendedores que necesitan formación y soporte contable básico.

Amenaza: alta rotación de negocios (muchos abren y cierran rápido), lo que puede afectar la continuidad de clientes.

Situación cultural

Fuerte cultura de emprendimiento, pero también tendencia a la informalidad.

Muchas personas consideran la contabilidad como algo complicado y “solo para cuando hay problema”.

Oportunidad: ofrecer servicios contables explicados en lenguaje simple y cercano, educando al cliente.

Amenaza: resistencia a pagar por servicios contables hasta que ya hay multas o problemas.

1.2.1 Producto/mercado

El producto genérico de ASCENSORES CONTABLES JR son servicios contables y tributarios básicos. Es decir, se trata de un servicio profesional que ayuda a los clientes a llevar sus registros, entender sus obligaciones y presentar sus declaraciones ante Impuestos. ¿Que vende?

- ¿A quién vende?

ASCENSORES CONTABLES JR vende, de forma general:

- Asesoría contable básica
- Elaboración de registros simples de ingresos y gastos
- Apoyo en declaraciones de impuestos básicos

Vende principalmente a:

- Microempresas y negocios pequeños
- Emprendedores independientes (venta por redes, servicios personales, etc.)
- Profesionales independientes (médicos, abogados, psicólogos, estilistas, etc.)

- Estudiantes universitarios de carreras económicas que necesitan refuerzo práctico

- ¿Con que está hecho el producto o como está hecho?

Al ser un servicio, no está “hecho” de materia física, pero se compone de:

- **Conocimiento contable y tributario básico**, aplicado de forma práctica.
- **Trabajo técnico del equipo de la empresa junior**, que revisa documentos, ordena información y elabora reportes.

- **Uso de herramientas** como:

- Hojas de cálculo (Excel u otros)
- Formularios del SIN
- Plataformas digitales (oficina virtual)
- WhatsApp y correo electrónico para comunicación

El “producto final” que recibe el cliente puede ser:

- Un reporte contable simple
- Formularios listos para presentar
- Comprobantes de declaración

- Explicaciones claras sobre qué debe hacer y cuándo

2.- ANÁLISIS INTERNO.

A) ACTIVIDADES PRIMARIAS

1. Logística interna (recepción de documentos e información)

Fortalezas:

- **Uso de medios digitales como WhatsApp y correo para recibir documentos.**
- **Organización simple y rápida para clasificar ingresos/gastos.**

Debilidades:

- **Dependencia de la buena calidad de los documentos que entrega el cliente.**
- **No existe un sistema automatizado para clasificar archivos.**

2. Operaciones (análisis y procesamiento contable)

Fortalezas:

- **Estudiantes capacitados en contabilidad básica y tributación.**

- **Supervisión de docentes expertos que revisan el trabajo.**
- **Manejo adecuado de Excel y formularios del SIN.**

Debilidades:

- **Falta de experiencia práctica continua.**
- **Procesos manuales que pueden ser más lentos en temporadas altas.**
- **Limitada capacidad para atender casos complejos o de mayor volumen.**

3. Logística externa (entrega del servicio)

Fortalezas:

- **Entrega digital inmediata de reportes y formularios en PDF.**
- **Posibilidad de explicar resultados por llamada o videollamada.**

Debilidades:

- **No existe oficina física permanente para atención formal.**
- **Algunos clientes prefieren explicaciones presenciales y eso limita alcance.**

4. Marketing y ventas

Fortalezas:

- **Fácil promoción en redes sociales, especialmente Facebook y TikTok.**
- **Precio accesible que llama la atención de emprendedores y estudiantes.**

Debilidades:

- **No existe aún una estrategia de marketing establecida.**
 - **Falta identidad visual consolidada y presencia uniforme en redes.**
-

5. Servicio al cliente (postventa y orientación)

Fortalezas:

- **Explicaciones claras y en lenguaje simple que generan confianza.**
- **Buen trato y acompañamiento del equipo con cada cliente.**

Debilidades:

- **No existe un sistema formal de seguimiento o recordatorios.**

- **Algunos clientes esperan disponibilidad inmediata en todo momento.**

B) ACTIVIDADES DE APOYO

1. Infraestructura (estructura organizacional y recursos físicos)

Fortalezas:

- **Forma parte de la carrera de Contaduría Pública con respaldo universitario.**
- **Supervisión de docentes brinda respaldo técnico y académico.**

Debilidades:

- **No cuenta con infraestructura propia (solo espacios prestados).**
- **Limitación en equipos especializados de software contable avanzado.**

2. Gestión del talento humano

Fortalezas:

- **Integrado por estudiantes motivados y en constante aprendizaje.**
- **Equipo comprometido con el desarrollo profesional.**

Debilidades:

- **Alta rotación: estudiantes se gradúan y dejan la empresa junior.**
 - **Falta de un programa formal de capacitación continua.**
-

3. Desarrollo tecnológico

Fortalezas:

- **Uso eficiente de herramientas básicas: Excel, formularios SIN, suites digitales.**
- **Capacidad de ofrecer servicios virtuales a todo el país.**

Debilidades:

- **No se utilizan softwares contables profesionales (por costo).**
- **Dependencia del conocimiento manual para elaborar registros.**

4. Adquisiciones (abastecimiento de recursos)

Fortalezas:

- **Costos bajos debido a que no requiere grandes materiales ni equipos.**

- **Uso de recursos digitales reduce gastos.**

Debilidades:

- **Si se requiere impresión o material físico, el costo aumenta para el usuario.**
- **Falta de acuerdos con proveedores (papelerías, impresión, etc.).**

RESUMEN GENERAL DEL ANÁLISIS INTERNO

Fortalezas esenciales:

- **Supervisión docente que garantiza calidad.**
- **Servicios económicos y accesibles.**
- **Estudiantes con conocimientos actualizados.**
- **Flexibilidad para atender de forma virtual.**
- **Bajo costo operativo.**

Debilidades esenciales:

- **Falta de experiencia práctica acumulada.**
- **Procesos manuales sin automatización.**

- **Carencia de equipos y software contable profesional.**
- **No tener oficina física fija.**
- **Marketing y presencia digital aún en desarrollo.**

3.- ANÁLISIS FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).

3.1.1. Del análisis externo describa las oportunidades y amenazas

Oportunidades

1. **Gran cantidad de emprendedores y microempresas en Bolivia que necesitan orientación contable básica.**
2. **Uso creciente de plataformas digitales (WhatsApp, Facebook, Oficina Virtual del SIN) que permite ofrecer servicios online.**
3. **Obligaciones tributarias obligatorias, incluso para negocios pequeños, lo que genera demanda constante.**
4. **Población joven en crecimiento, interesada en aprender contabilidad para sus propios emprendimientos.**
5. **Baja oferta de servicios contables accesibles, especialmente para negocios informales y pequeños.**
6. **Incremento de fiscalización del SIN, lo que motiva a los pequeños contribuyentes a buscar asesoría.**

Amenazas

1. **Cambios frecuentes en normas tributarias** que pueden complicar los procesos o generar errores si no se actualizan.
2. **Competencia informal** de contadores independientes que cobran precios muy bajos.
3. **Inseguridad económica**, que hace que muchos clientes eviten pagar por servicios contables hasta último momento.
4. **Desconfianza general hacia los servicios contables**, debido a malas experiencias previas con contadores.
5. **Falta de educación financiera**, que dificulta que los clientes comprendan la importancia de una correcta contabilidad.

3.1.2. Del análisis interno describa las fortalezas y debilidades

Fortalezas y debilidades (derivadas del análisis interno)

Fortalezas

1. **Supervisión de docentes expertos**, lo que garantiza seriedad y calidad.
2. **Precios accesibles**, ideales para emprendedores y estudiantes.

3. **Atención personalizada**, explicada en lenguaje sencillo.
4. **Equipo activo y actualizado** con conocimientos recientes de la carrera.
5. **Capacidad de atención virtual**, lo que amplía el alcance nacional.
6. **Bajo costo operativo**, permitiendo mantener precios competitivos.

Debilidades

1. **Poca experiencia práctica acumulada**, debido a rotación de estudiantes.
2. **Falta de software contable profesional**, lo que limita procesamientos más avanzados.
3. **Ausencia de oficina física permanente**, reduciendo la formalidad ante algunos clientes.
4. **Dependencia de procesos manuales**, lo que puede retrasar la atención en épocas de alta demanda.
5. **Limitado presupuesto para marketing profesional**, dificultando posicionamiento rápido.

3.1.3. Se sugiere realizar un análisis FODA

FORTALEZAS (F)

F1. Supervisión docente.

F2. Precios accesibles.

F3. Atención personalizada y clara.

F4. Equipo joven y actualizado.

F5. Servicios virtuales disponibles.

OPORTUNIDADES (O)

O1. Mucha demanda de microempresas.

O2. Crecimiento del uso digital.

O3. Obligaciones fiscales obligatorias.

O4. Población joven emprendedora.

O5. Poca oferta contable accesible.

DEBILIDADES (D)

D1. Poca experiencia práctica.

D2. No cuenta con software contable profesional.

D3. No tiene oficina física fija.

D4. Dependencia de procesos manuales.

D5. Presupuesto limitado en marketing.

AMENAZAS (A)

A1. Cambios tributarios constantes.

A2. Competencia informal económica.

A3. Crisis económica reduce gasto en asesoría.

A4. Desconfianza en servicios contables.

A5. Falta de educación financiera.

3.2. Estrategia

Propuesta de Valor

La propuesta de valor de **ASCENSORES CONTABLES JR** se basa en ofrecer **servicios contables y tributarios simples, accesibles, personalizados y explicados en un lenguaje claro**, dirigidos especialmente a emprendedores, microempresas y estudiantes que requieren orientación práctica sin costos elevados.

Nuestra empresa ofrece:

- Asesoría contable básica confiable, supervisada por docentes expertos.
- Atención personalizada adaptada al nivel de conocimiento del cliente.
- Explicaciones claras que ayudan a entender obligaciones tributarias.
- Servicios disponibles de manera **virtual** para todo el país.
- Precios económicos que facilitan el acceso a pequeñas unidades

económicas

MISIÓN

"Brindar servicios contables y tributarios accesibles, claros y confiables a emprendedores, microempresas y jóvenes, ofreciendo acompañamiento educativo y práctico bajo la supervisión de docentes especializados."

VISIÓN

"Ser la empresa junior contable líder a nivel universitario, reconocida por apoyar el crecimiento de emprendedores y formar profesionales competentes, éticos y comprometidos con la sociedad."

4. PLAN OPERATIVO

4.1. Plan de producción u operación

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

ASCENSORES CONTABLES JR tendrá como base operativa:

- **Aulas, oficinas o espacios asignados por la Carrera de Contaduría Pública (UAGRM).**

- Además, la empresa funciona también **de manera virtual**, utilizando herramientas digitales para recibir documentos y entregar resultados.

Debido a que es un negocio de servicios, no requiere planta física industrial; su “planta” es un **espacio académico-administrativo** donde los estudiantes realizan el trabajo contable.

- ¿Cuáles serán sus principales procesos de producción?

Los procesos corresponden al ciclo completo de atención contable:

1. Recepción de documentos

- En digital (PDF, fotos, archivos Excel).
- Revisión y clasificación inicial.

2. Análisis y procesamiento contable

- Registro básico de ingresos y gastos.
- Preparación de formularios tributarios (IVA, IT, RC-IVA).
- Elaboración de estados financieros simples, si corresponde.

3. Revisión académica

- Supervisión por parte de docentes asignados.

4. Preparación del informe final

- Reporte contable del período.
- Formularios listos para enviar al SIN.
- Explicación en lenguaje sencillo del resultado.

5. Entrega del servicio

- Envío digital del informe (PDF).
 - Reunión breve explicativa virtual o presencial.
-
- ¿Cuál será la forma de distribución interna que tendrá? (Layout)

El layout será simple, dividido en **tres áreas funcionales**:

1. **Área de recepción y revisión**
 - Para clasificar documentos y verificar información.
2. **Área de procesamiento contable**
 - Ordenadores, software básico, hojas de trabajo.
3. **Área de revisión y entrega**
 - Espacio para firmas de supervisión docente y envío digital.

Este layout permite un flujo ordenado y evita confusiones entre documentos de distintos clientes.

- ¿Cuál será su estrategia óptima de producción?

La estrategia más eficiente es:

Producción por demanda (por encargo)

Es decir, ASCENSORES CONTABLES JR no acumula trabajo:

trabaja únicamente sobre cada cliente en el momento que lo solicita.

Esto permite:

- Reducir costos.
- Evitar atrasos.
- Garantizar atención personalizada.

- ¿Cuál será su capacidad y programa de producción? y ¿Qué método utilizó para determinar su capacidad máxima de producción?

Capacidad estimada:

- Cada estudiante puede atender entre **4 y 6 clientes por semana.**
- Un equipo de 10 estudiantes puede atender entre **40 y 60 clientes por semana.**
- Capacidad mensual aproximada: **160–240 servicios.**

Método utilizado para determinar la capacidad:

- Se calculó basado en el tiempo promedio de atención por cliente:
 - Revisión: 20 min
 - Registro: 40 min
 - Formularios: 20 min
 - Revisión docente: 15 min
 - Total: **1 hora 35 minutos por cliente**

Se consideró un horario operativo académico de **15 horas por semana**.

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

Costos unitarios por cliente:

- Conexión a internet: Bs 1,5
- Uso de computadoras y material: Bs 2
- Energía eléctrica: Bs 1
- Supervisión docente (valorizada académicamente): Bs 3
- Total estimado por servicio: **Bs 7,5**

Costo total mensual estimado:

- Para 180 clientes promedio al mes:

$$180 \times 7,5 = \text{Bs } 1.350$$

Es un negocio de **bajo costo operativo** porque es un servicio intelectual.

- Definir y explicar sus principales proveedores.

Como empresa de servicios simples, los principales proveedores son:

1. **Papelerías locales**

- Hojas, carpetas, lapiceros, archivadores.

2. **Proveedor de internet**

- Vital para comunicación y entrega de documentos.

3. **Empresas de tecnología**

- Laptops, impresoras, licencias de software básico.

4. **Plataformas digitales**

- Google Workspace
- WhatsApp Business

- Definir normas de calidad del producto o servicio

Normas de calidad del servicio

ASCENSORES CONTABLES JR aplicará normas como:

- Revisión obligatoria por docente asignado.

- Entrega digital en PDF libre de errores.
 - Clasificación correcta de ingresos y gastos.
 - Explicación clara al cliente antes de la entrega.
 - Confidencialidad total de la información.
-
- Crear programas de mantenimiento de planta preventivo y correctivo

Mantenimiento preventivo:

- Limpieza de computadoras cada 15 días.
- Actualización de software mensual.
- Respaldo digital de archivos semanal.
- Revisión de impresora cada 30 días.

Mantenimiento correctivo:

- Reparación de computadoras ante fallas.
 - Reemplazo de cableados y accesorios.
 - Cambio de piezas de impresora.
-
- ¿Qué tipo de seguros requerirá?

Seguro básico contra robo

Para proteger computadoras y equipos.

5. PLAN DE MARKETING

5.1. Mercado Objetivo o Target

5.1.1. ¿Cuál es la estructura del producto o servicio?

ASCENSORES CONTABLES JR ofrece un servicio contable estructurado en **tres niveles**, según el modelo de producto de Kotler:

1. Producto básico = el servicio esencial.

2. Producto esperado = atributos que el cliente asume como necesarios.

3. Producto aumentado = valor adicional que diferencia al servicio.

La estructura del servicio contable quedaría así:

- **Servicio central:** Asesoría contable básica y elaboración de declaraciones.
- **Servicio tangible:** Reportes, formularios y documentos entregados en PDF.
- **Servicio aumentado:** Asesorías explicativas y acompañamiento formativo.

5.1.2. Básico. ¿Qué ofrece básicamente?

El servicio básico que ofrece ASCENSORES CONTABLES JR es:

- Registro simple de ingresos y gastos
- Elaboración de declaraciones tributarias básicas (IVA, RC-IVA, IT)
- Orientación contable en trámites del SIN
- Apoyo para NIT, facturación y deberes básicos
- Elaboración de reportes contables simples

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

El cliente espera ciertos atributos mínimos cuando contrata un servicio contable. Entre ellos:

- **Explicación clara y comprensible** de su situación tributaria
- **Rapidez en la entrega de declaraciones**
- **Atención confiable y responsable**
- **Confidencialidad total** de su información financiera
- **Disponibilidad para responder dudas**
- **Documentación ordenada y correcta**

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

Con el tiempo, ASCENSORES CONTABLES JR puede ofrecer beneficios adicionales que superan las expectativas básicas:

- **Capacitaciones formativas** en contabilidad básica para emprendedores
- **Asesoría continua** para evitar multas y errores futuros
- **Recordatorios automáticos** para fechas de declaración
- **Atención virtual permanente** para clientes de otros departamentos
- **Acompañamiento educativo** que permite que el cliente entienda y mejore su gestión financiera

5.2. Análisis del producto

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

El servicio está diseñado bajo atributos de:

- **Simplicidad:** documentos y reportes claros, fáciles de leer y entender.
- **Presentación profesional:** formularios ordenados, reportes en formato PDF con estructura limpia.

- **Funcionalidad:** solo se incluye información útil y relevante para el cliente.

- **Digitalización:** la mayoría de los entregables se diseñan en formato electrónico.

5.2.2. ¿Cómo describiría la calidad de su producto o servicio?

La calidad del servicio de ASCENSORES CONTABLES JR se caracteriza por:

- **Precisión:** datos revisados por estudiantes y supervisados por docentes.
- **Confiabledad:** manejo responsable de información confidencial.
- **Puntualidad:** entregas rápidas y dentro del plazo acordado.

5.2.3. ¿Cuál será la marca de producto o servicio?

La marca será:

ASCENSORES CONTABLES JR

Representa crecimiento, apoyo profesional y acompañamiento hacia un nivel contable más alto para el cliente.

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

ASCENSORES CONTABLES JR brindará los siguientes servicios de apoyo:

- **Resolución de dudas** posteriores a la entrega del servicio.

- **Asesoría explicativa breve** sin costo adicional.
- **Corrección de errores detectados** (si fueron causados por el equipo).
- **Recordatorios de fechas importantes** (opcional según el caso).
- **Canales de comunicación rápida:**
 - WhatsApp Business
 - Correo electrónico
- **Recepción de sugerencias y reclamos** para mejorar el servicio.

5.2.5. ¿Tiene alguna cartera de productos o servicios? Sí es así

ASCENSORES CONTABLES JR cuenta con una **cartera de servicios contables básicos** dirigidos a emprendedores, microempresas y estudiantes.

5.2.6. ¿Qué líneas de productos o servicios tiene?

Las líneas principales son:

Línea 1: Servicios contables básicos

- Registro simple de ingresos y gastos.
- Elaboración de reportes contables mensuales.

Línea 2: Servicios tributarios básicos

- Declaraciones IVA, IT, RC-IVA.
- Trámites de NIT y facturación.

Línea 3: Capacitación contable

- Cursos cortos sobre contabilidad básica.
- Manejo de formularios del SIN.
- Finanzas personales para emprendedores.

Línea 4: Servicios administrativos simples

- Asesoría para formalización.
- Apoyo en ordenamiento documental.

5.2.7. ¿Cuál es la profundidad de cada línea de productos o servicios?

Línea 1 (Contable):

Profundidad: **4 servicios** (registro, reportes, conciliación simple, organización documental).

Línea 2 (Tributaria):

Profundidad: **5 servicios** (declaraciones IVA, IT, RC-IVA; trámites NIT; facturación).

Línea 3 (Capacitaciones):

Profundidad: **3 cursos** (contabilidad básica, SIN, finanzas personales).

Línea 4 (Administrativa):

Profundidad: **2 servicios** (formalización y orden documental).

5.2.8. El producto o servicio que presenta su empresa ¿en qué área del ciclo de vida del producto se encuentra? Introducción, crecimiento, turbulencia, madurez o declive. Explique el porqué.

Es un emprendimiento nuevo dentro de la universidad.

Está comenzando a darse a conocer en la facultad y entorno emprendedor.

Los precios y procesos aún están ajustándose.

El mercado está reaccionando positivamente, pero todavía en expansión.

Existe alto potencial de crecimiento debido a la gran demanda de servicios contables accesibles.

5.3. Análisis de Precio

5.3.1. ¿Cuál es su estrategia de precio?

Estrategia de precios accesibles y competitivos

Se fijan precios bajos para atraer a emprendedores y microempresarios que no pueden pagar servicios contables tradicionales.

Además, se aplicará:

- **Precios por servicio** (no por hora).
- **Costos fijos bajos**, permitiendo tarifas económicas.
- **Paquetes económicos** para clientes frecuentes o mensuales.

5.3.2. Fijación de precio basado en el valor

El precio se define considerando **lo que el cliente percibe y valora**, como:

- Explicaciones claras
- Acompañamiento y educación
- Corrección de errores
- Supervisión docente
- Atención rápida

El cliente valora que se le explique y que se le entregue un trabajo confiable, por eso está dispuesto a pagar un precio **justo**, pero debe ser accesible.

5.3.3. Fijación de precio basado en el costo

Se calculan los costos unitarios del servicio:

- Internet: 1,5 Bs
- Material digital: 2 Bs
- Energía: 1 Bs
- Supervisión académica: 3 Bs
- Total costo aproximado: **7,5 Bs por servicio**

5.3.4. Fijación de precio basado en la competencia

Al analizar estudios contables y contadores independientes:

- Declaraciones se venden entre **Bs 20 y Bs 80**
- Trámites administrativos entre **Bs 50 y Bs 150**

ASCENSORES CONTABLES JR se posiciona en la parte baja del precio para competir:

- Declaraciones: **Bs 20 – Bs 30**
- Asesorías básicas: **Bs 10 – Bs 20**
- Reportes simples: **Bs 25 – Bs 35**

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

El servicio presenta **alta elasticidad precio**.

¿Por qué?

- Los emprendedores tienen ingresos limitados.
- Si el precio sube mucho, buscarán alternativas más baratas (contadores informales).
- Si el precio baja un poco, aumentará la demanda significativamente.

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

Precio objetivo = Costo unitario + Margen deseado + Incremento por valor agregado

Ejemplo:

- Costo: 7,5 Bs
- Margen deseado: 10 Bs
- Valor agregado (explicación, apoyo): 5 Bs

Precio objetivo = 7,5 + 10 + 5 = Bs 22,5

Precio final sugerido: **Bs 20 – Bs 25**

Si en algún momento se factura, se incorpora el IVA:

- Precio sin IVA: 22,5
- IVA (13%): 2,92
- **Precio con factura: 25 – 28 Bs**

5.3.7. ¿Cuál será la política de modificación de precios?

Los precios solo se modificarán cuando:

- El costo operativo aumente.

- Haya cambios en la normativa tributaria que aumenten la carga del servicio.
- Sea necesario ajustar por alta demanda.
- Se introduzcan servicios nuevos.

5.3.8. ¿Cuál será la política de descuentos?

Se aplicarán descuentos en estos casos:

1. **Clientes frecuentes (mensuales):**
 - 10% a 15% de descuento.
2. **Paquetes de servicios (2 o más trámites):**
 - 5% a 10% de descuento.
3. **Estudiantes:**
 - Precio especial.
4. **Promociones temporales:**
 - Campañas por inicio de mes o cierre fiscal.

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

ASCENSORES CONTABLES JR motivará a sus clientes

mediante:

- **Precios económicos** y ajustados al bolsillo del emprendedor.
- **Explicaciones claras**, cosa que muchos contadores no hacen.
- **Supervisión docente**, que mejora la confianza y calidad.
- **Atención personalizada y amable.**
- **Entregas rápidas** (máximo 24–48 horas).
- **Disponibilidad virtual**, permitiendo atender a cualquier departamento.

5.4. Análisis de la Promoción

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

ASCENSORES CONTABLES JR utilizará **promoción digital**, especialmente redes sociales (Facebook, TikTok, Instagram) y WhatsApp Business.

La comunicación será clara, simple y orientada a mostrar:

- Precios accesibles
- Rapidez en la atención
- Servicios explicados en lenguaje sencillo
- Supervisión docente

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

Se utilizará una mezcla comunicacional compuesta por:

- **Publicidad digital**
- **Promoción de ventas**
- **Relaciones públicas**
- **Marketing directo**
- **Venta personal**

5.4.3. ¿Publicidad?

La publicidad consistirá en:

- Publicaciones semanales en Facebook e Instagram
- Anuncios en grupos de emprendedores
- Videos cortos explicativos en TikTok
- Diseño de flyers digitales

5.4.4. ¿Promoción en ventas?

Las promociones incluirán:

- **Descuentos por primera declaración**
- **Paquetes económicos** (más de un trámite)
- **Precios especiales para estudiantes**
- **Promos por fechas específicas** (fin de mes, inicio de mes, cierre fiscal)

5.4.5. ¿Relaciones públicas?

Se realizarán actividades como:

- Alianzas con centros de estudiantes
- Colaboraciones con docentes de la carrera
- Participación en actividades académicas de la facultad
- Buen trato y comunicación respetuosa con cada cliente

5.4.6. ¿Marketing directo?

El marketing directo se realizará mediante:

- WhatsApp Business
- Listas de difusión
- Respuestas rápidas a consultas
- Mensajes informativos sobre fechas de declaración

5.4.7. ¿Venta personal?

Se aplicará venta personal cuando:

- Los clientes pidan reuniones para aclarar dudas
- Se participe en ferias universitarias o eventos de emprendimiento
- Se expliquen los servicios de forma directa y personalizada

5.4.8. ¿Eventos y Experiencias?

ASCENSORES CONTABLES JR organizará:

- **Talleres presenciales y virtuales** sobre contabilidad básica
- **Charlas gratuitas introductorias**
- **Clases demostrativas** de declaraciones tributarias
- **Participación en ferias universitarias**

5.4.9. ¿Todas, solo algunas?

Se utilizarán **todas**, pero con mayor énfasis en:

- Publicidad digital
- Marketing directo
- Promociones de ventas

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

“Contabilidad clara, rápida y accesible para tu emprendimiento.”

5.4.11. ¿Por qué medios y vehículos comunicará el mensaje?

Los principales medios serán:

- Facebook (publicaciones, historias, grupos)
- TikTok (videos cortos explicativos)
- Instagram (reels, posts, historias)
- WhatsApp Business (mensajes directos)

5.4.12. ¿Cuál es el presupuesto de comunicación?

Presupuesto mensual estimado:

- **Publicidad en redes sociales:** Bs 40 – 80
- **Diseño de material digital:** Bs 20
- **Impresión de afiches (si es necesario):** Bs 10 – 20
- **Total mensual: Bs 70 – 120**

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

Se medirán los resultados mediante:

- Cantidad de clientes nuevos por semana

- Interacciones en redes sociales (likes, comentarios, mensajes)
- Número de consultas por WhatsApp
- Participación en talleres
- Recomendaciones de clientes

5.5. Análisis de Plaza

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

ASCENSORES CONTABLES JR utilizará **canales de distribución de servicios**, no físicos, ya que el producto principal es digital (asesorías, reportes, formularios). Los canales principales son:

- **Entrega digital** mediante WhatsApp, correo electrónico y PDF.
- **Atención presencial** en espacios asignados por la carrera.
- **Videollamadas** para explicaciones y seguimiento.

5.5.2. Canal Directo

Canal directo significa que el servicio va **de la empresa al cliente sin intermediarios**.

Incluye:

- Atención presencial en oficinas o aulas.
- Envío directo de informes o formularios en PDF.
- Reuniones por WhatsApp / Zoom / Meet.
- Asesorías personalizadas.

5.5.3. Canal Indirecto

El canal indirecto existe cuando se usa un tercero para facilitar el contacto.

En este caso, incluye:

- **Redes sociales:** Facebook, Instagram, TikTok.
- **Recomendaciones de docentes, compañeros o usuarios anteriores.**
- **Grupos de emprendedores,** donde terceros comparten los servicios.

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

Se evaluará mediante:

- **Tiempo de entrega del servicio (máximo 24–48 horas).**
- **Número de clientes atendidos virtualmente y presencialmente.**
- **Nivel de satisfacción del cliente mediante comentarios o mensajes.**
- **Cantidad de errores o devoluciones solicitadas.**

6. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

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

Para producir y entregar los servicios contables, se necesita:

- **Encargado de operaciones:** coordina procesos y asigna tareas.
- **Asistentes contables:** procesan registros, declaraciones y reportes.
- **Revisor académico (docente):** supervisa y valida los trabajos antes de entregar.

6.1.2. Personal de dirección

En ASCENSORES CONTABLES JR, el personal de dirección está conformado por:

- **Gerente General:** dirige la empresa, toma decisiones estratégicas.
- **Subgerente General:** apoya en coordinación interna.
- **Gerente de Operaciones:** supervisa el proceso contable.
- **Gerente de Marketing:** gestiona redes sociales y promoción.
- **Gerente Administrativo/Financiero:** controla recursos y registros internos.

6.1.3. Personal de ejecución

El personal de ejecución está a cargo de realizar las tareas técnicas del servicio. Incluye:

- **Asistentes contables:** elaboran registros, declaraciones y reportes.
- **Asistentes administrativos:** ayudan a organizar documentación.
- **Asistentes de marketing:** generan contenidos y responden consultas en redes.

6.1.4. Personal de operación

Corresponde a quienes ejecutan la parte práctica del día a día:

- **Encargados de recepción de documentos.**
- **Digitadores o asistentes de registro contable básico.**
- **Personal de entrega digital (enviar PDF, comunicar al cliente).**

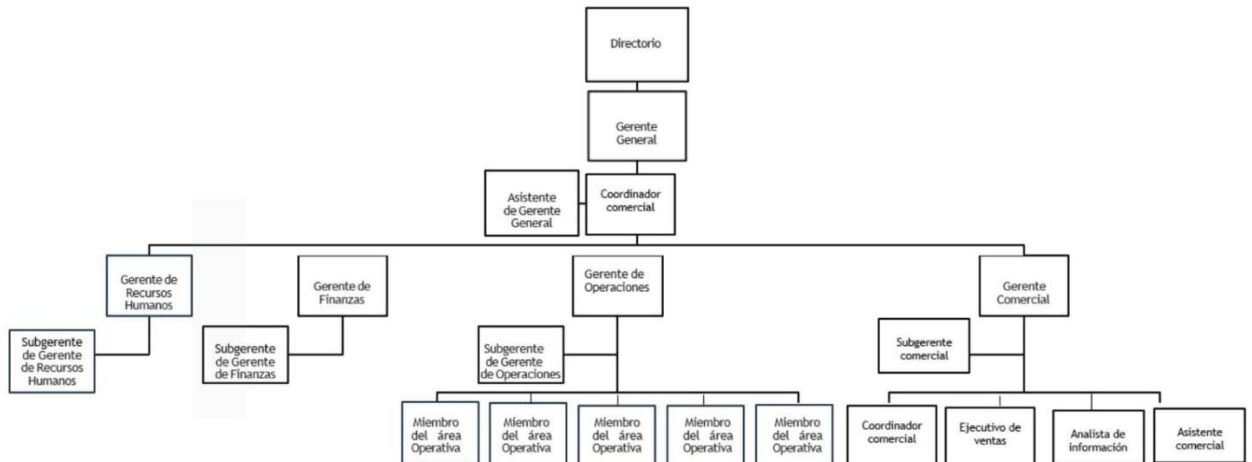
6.1.5. Otro

6.1.6. Manual de organización

El Manual de Organización define la estructura formal, las responsabilidades, la jerarquía y las funciones de cada puesto dentro de la empresa junior ASCENSORES CONTABLES JR.

Su propósito es asegurar un funcionamiento eficiente, ordenado y profesional.

6.1.6.1. Organigrama



6.1.6.2. Análisis y descripción de cargos (opcional)

1. Directorio

- Órgano asesor.
- Supervisa que la empresa junior cumpla objetivos académicos.
- Está conformado por docentes o representantes estudiantiles designados.

2. Gerente General

- Máxima autoridad operativa.
- Toma decisiones estratégicas.
- Supervisa todas las gerencias.

- Representa a la empresa junior.

3. Asistente de Gerente General

- Apoya en tareas administrativas y coordinación interna.
- Sustituye al gerente general en ausencias.

4. Coordinador General

- Supervisa la comunicación entre gerencias.
- Mantiene el flujo operativo y solución de problemas.

5. Gerente de Recursos Humanos

- Administra selección, capacitación y control del desempeño.
- Se encarga del clima laboral.

6. Subgerente de RRHH

- Apoya en selección, registros, listas, asistencia, organización de personal.

7. Gerente de Finanzas

- Controla ingresos, egresos, flujo de caja interno y presupuestos.

8. Subgerente de Finanzas

- Apoya en registros administrativos y organización documental.

9. Gerente de Operaciones

- Dirige toda la parte técnica: declaraciones, reportes, registros contables.

10. Subgerente de Operaciones

- Organiza tareas entre miembros operativos.
- Controla tiempos y calidad técnica.

11. Miembros del Área Operativa

- Elaboran declaraciones, formularios, reportes y registros contables.
- Son la base productiva de la empresa.

12. Gerente Comercial

- Administra redes sociales, promoción y captación de clientes.

13. Subgerente Comercial

- Apoya en campañas, mensajes, gestión de consultas.

14. Coordinador Comercial

- Supervisa ejecución de estrategias de marketing.

15. Ejecutivo de Ventas

- Atiende clientes, explica servicios y cierra ventas.

16. Analista de Información

- Maneja estadísticas, métricas, informes y bases de datos.

17. Asistente Comercial

- Ayuda con publicaciones, flyers y administración de redes.

6.1.6.3. Manual de funciones del personal clave

Gerente General

- Dirigir la empresa junior.
- Aprobar estrategias.
- Supervisar todas las áreas.
- Resolver problemas críticos.

Gerente de Operaciones

- Revisar la calidad técnica del trabajo.
- Asignar tareas contables.
- Controlar plazos de entrega.
- Coordinar con docentes supervisores.

Gerente Comercial

- Diseñar campañas.
- Administrar redes sociales.
- Preparar material publicitario.

- Responder consultas.

Gerente de Finanzas

- Elaborar presupuesto.
- Controlar ingresos y egresos.
- Registrar todo movimiento interno.
- Preparar informes mensuales.

Gerente de RRHH

- Coordinar reclutamiento y selección.
- Gestionar capacitaciones internas.
- Evaluar desempeño del equipo.
- Mantener clima laboral positivo.

6.1.7. Reclutamiento

Se realiza cada semestre.

Convocatoria interna dirigida a estudiantes de Contaduría Pública.

Publicación en redes de la carrera y grupos oficiales.

Requisitos: responsabilidad, disponibilidad, conocimientos básicos de contabilidad.

6.1.8. Selección

Recepción de postulaciones.

Prueba básica contable (Excel, formularios).

Entrevista de habilidades blandas.

Evaluación final por docentes.

6.1.9. Capacitación

Capacitaciones mensuales en:

- Formularios SIN (IVA, IT, RC-IVA).
- Manejo de Excel contable.
- Atención al cliente.
- Ética profesional.
- Comunicación efectiva.

6.1.10. Contratación

- No existe contrato laboral formal.
- La vinculación es **académica y voluntaria**.
- Se firma un “Acuerdo Interno de Participación” que define funciones y tiempos.
- Duración: semestral o anual, según cargo.

6.1.11. Inducción

Incluye:

- Presentación institucional de la empresa.

- Explicación del organigrama.
- Capacitación en procesos internos.
- Revisión del manual de funciones.
- Introducción a herramientas digitales.

6.1.12. Motivación al personal (Incentivos y comisiones)

Se aplican incentivos como:

- Certificados de reconocimiento.
- Participación en eventos.
- Bonos de rendimiento simbólicos.
- Oportunidades de ascenso.
- Cursos gratuitos.

6.1.13. Sueldos y salarios

Como empresa junior:

- No se pagan sueldos, ya que el trabajo es formativo.
- La motivación es académica: experiencia, certificados, práctica real.
- Se pueden dar bonificaciones simbólicas si existen ingresos suficientes.

6.1.14. Seguridad e higiene personal

Espacios limpios y ordenados.

Buena iluminación.

Pausas para evitar fatiga ocular.

Correcto manejo de cables y equipos.

Respaldo digital seguro de información.

Uso adecuado de computadoras.

6.1.15. Evaluación de desempeño

Evaluada cada mes mediante:

- Calidad del trabajo contable.
- Puntualidad.
- Trato al cliente.
- Trabajo en equipo.
- Cumplimiento de tareas.
- Participación en capacitaciones.

7. PLAN DE FINANZAS

7.1. Estados financieros

ASCENSORES CONTABLES JR elaborará los siguientes estados financieros:

1. **Balance General Proyectado**
2. **Estado de Resultados Proyectado**

3. Flujo de Caja Proyectado

Estos estados se basan en una estimación de ingresos provenientes de servicios contables básicos (declaraciones, registros, reportes y capacitaciones).

7.2. Balance general

BALANCE GENERAL 2030	
Expresado en Bolivianos	
ACTIVO	
ACTIVO CORRIENTE	218,764.12
Saldo en Caja	231,532.46
Previsión de Incobrables	-12,768.34
ACTIVO NO CORRIENTE	64,720.00
ACTIVO FIJO	64,720.00
ESCRITORIOS	3,100.00
MESAS	420.00
SILLAS	6,680.00
MATERIAL DE COMPUTACION	19,580.00
PIZARRA	700.00
ARMARIO	740.00
Aire Acondicionado	7,000.00
Router de Wifi	500.00
Monitores	5,000.00
Proyector	6,000.00
Señalética de oficina	300.00
Sillas	5,000.00
Escritorio	2,000.00
Roller	1,000.00
Dispensador de Agua	700.00
Televisor	6,000.00
TOTAL ACTIVOS	283,484.12
PASIVO	
PASIVO CORRIENTE	0.00
PASIVO NO CORRIENTE	0.00
TOTAL PASIVOS	0.00
PATRIMONIO	
Utilidad Acumulada	245,264.12
Aporte institucional (donación UAGRM)	38,220.00
TOTAL PATRIMONIO	283,484.12

7.3. Estado de resultado

Estado de Resultados 2030	
Expresado en Bolivianos	
Ingresos Operacionales	108,930
Costos Operacionales	(33,282)
Margen Bruto	75,648
Gasto Administrativo y de Ventas	(43,403)
Gasto en Inversión AF	0
Margen Neto	32,246

7.4. Flujo de caja

PRONOSTICO DE INGRESOS

EN Bs.

SERVICIO / AÑO	2026	2027	2028	2029	2030
EMPRENDEDORES	13,384	14,928	16,648	18,568	20,704
PYMES	6,690	7,460	8,318	9,274	10,340
MEDIANAS	7,806	8,704	9,704	10,820	12,064
CAPACITACIONES	44,600	49,740	55,460	61,840	68,960
TOTAL	72,480	80,832	90,130	100,502	112,068

PRONOSTICOS DE COSTOS VARIABLES

EN Bs.

SERVICIO / AÑO	2026	2027	2028	2029	2030
EMPRENDEDORES	2,423	2,701	3,012	3,358	3,743
PYMES	1,244	1,387	1,546	1,724	1,922
MEDIANAS	1,625	1,812	2,020	2,252	2,511
CAPACITACIONES	16,251	18,118	20,199	22,519	25,106
TOTAL	21,543	24,018	26,777	29,853	33,282

PRONOSTICOS DE COSTOS FIJOS

EN Bs.

ITEM / AÑO	2026	2027	2028	2029	2030
Redes sociales	4,014	4,475	4,989	5,562	6,200
Comunicaciones	3,345	3,729	4,157	4,635	5,167
Mtto de equipos	6,689	7,458	8,314	9,269	10,334
Subscripción de Software	6,689	7,458	8,314	9,269	10,334
Capacitaciones	4,014	4,475	4,989	5,562	6,200
Tarjetas personales	3,345	3,729	4,157	4,635	5,167
TOTAL	28,095	31,322	34,920	38,931	43,403

PRONOSTICOS DE INVERSIONES

EN Bs.

DETALLE / AÑO	2026	2027	2028	2029	2030
INVERSION TOTAL	13,500	13,000	0	0	0

PRONOSTICO DE MARGEN NETO

En Bs.

DETALLE / AÑO	2026	2027	2028	2029	2030
(=) MARGEN BRUTO	50,937	56,814	63,353	70,649	78,786
(-) COSTOS FIJOS	-28,095	-31,322	-34,920	-38,931	-43,403
(-) INVERSIONES	-13,500	-13,000	0	0	0
(=) MARGEN NETO	9,342	12,492	28,434	31,719	35,384

PRONOSTICO DE FLUJO DE CAJA

En Bs.

DETALLE	2026	2027	2028	2029	2030
SALDO INICIAL	0	7,313	17,542	43,452	72,356
INGRESOS					
VENTA DE SERVICIOS	70,451	78,569	87,606	97,688	108,930
EGRESOS					
VARIABLES	21,543	24,018	26,777	29,853	33,282
FIJOS	28,095	31,322	34,920	38,931	43,403
INVERSIONES	13,500	13,000	0	0	0
UTILIDAD NETA	7,313	17,542	43,452	72,356	104,602

VIABILIDAD FINANCIERA	2025	2026	2027	2028	2029	2030
INVERSION INICIAL	-38,220.00					
VALOR TERMINAL	.					64,720
UTILIDAD NETA		7,313	17,542	43,452	72,356	104,602
FLUJO NETO DE EFECTIVO	-38,220	7,313	17,542	43,452	72,356	169,322

- 7.5. Instrumentos requeridos:

TASA DE DESCUENTO	
COSTO DE CAPITAL PROPIO	
rf	4%
Beta	0.68
rm	6%
rp(Bolivia)	21.90%
re	27.26%

Fuente: Damodaran, EMBI JP MORGAN, EEUU
BONDS

VAN (27.26%)	77,756
TIR	72.02%

8. ESTUDIO JURÍDICO FISCAL

8.1. ¿Qué forma jurídica va a tomar su empresa?

ASCENSORES CONTABLES JR **no tomará una forma jurídica comercial**

tradicional, sino que funcionará como una:

Empresa Junior Universitaria

Dependiente académicamente de la **Carrera de Contaduría Pública**, con carácter:

- Formativo
- Académico
- No lucrativo
- No societario

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

Se elige esta forma porque:

1. **No requiere trámites legales externos**, ya que no opera como empresa formal del mercado.

2. **Permite que estudiantes participen sin obligaciones laborales**, ya que su naturaleza es académica.

3. **Facilita la supervisión docente**, asegurando la calidad y la ética del servicio.
4. **Evita obligaciones tributarias complejas**, porque no realiza actividades comerciales a gran escala.
5. **Se ajusta al Reglamento de Empresas Junior de la Universidad**, que establece su funcionamiento interno.
6. **Es flexible y educativa**, priorizando la formación profesional antes que la rentabilidad.

8.3. ¿Cuál será el nombre de la empresa?

ASCENSORES CONTABLES JR

Empresa Junior de la Carrera de Contaduría Pública – UAGRM

8.4. ¿Ante qué organismos públicos debe inscribir su empresa?

Dirección de Carrera de Contaduría Pública

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (UAGRM)

Reglamento Interno de Empresas Junior

8.5. ¿Cuáles serán sus principales obligaciones fiscales?

Uso responsable del dinero recaudado (para material y herramientas).

Registro interno de ingresos y egresos, supervisado por el Gerente de Finanzas.

Transparencia administrativa, informando al Directorio académico.

Control interno simulado, con fines educativos.

Conclusiones y Recomendaciones.

CONCLUSIONES.-

ASCENSORES CONTABLES JR es un proyecto viable, ya que responde a una necesidad real del mercado boliviano: la gran cantidad de microempresas, emprendedores y estudiantes que requieren apoyo contable básico, accesible y confiable.

El entorno externo muestra **altas oportunidades**, especialmente por el crecimiento de emprendimientos, la digitalización de trámites tributarios y la necesidad constante de orientación contable.

El análisis interno confirma que la empresa junior posee **fortalezas significativas**, como supervisión docente, costos bajos, personal motivado y capacidad de atención virtual; sin embargo, también enfrenta debilidades como falta de experiencia práctica y recursos limitados.

La propuesta de valor es sólida: **brindar servicios contables simples, claros, económicos y educativos**, lo cual diferencia al proyecto frente a estudios contables tradicionales o contadores informales.

El plan operativo demuestra que la empresa puede funcionar con un **modelo de producción por encargo**, que garantiza eficiencia y calidad en la entrega del servicio.

El plan financiero proyecta que ASCENSORES CONTABLES JR puede operar con **bajo costo y alta sostenibilidad**, alcanzando su punto de equilibrio con una cantidad moderada de servicios mensuales.

La estructura organizacional permite una gestión eficiente, con roles claros, un organigrama funcional y un plan de carrera que fomenta el compromiso estudiantil.

RECOMENDACIONES

1. Implementar un **programa de capacitaciones internas mensuales** para mantener actualizado al equipo en normativa tributaria y procesos contables básicos.
2. Fortalecer la presencia digital mediante estrategias de marketing en redes sociales, especialmente TikTok, Facebook e Instagram, para captar más clientes.
3. Crear **manuales y plantillas contables digitales**, que permitan agilizar el trabajo y mantener un estándar de calidad.
4. Evaluar la posibilidad de implementar **software contable gratuito** o de bajo costo para mejorar el procesamiento de datos.

5. Fortalecer la imagen institucional mediante la creación de un logo, colores y manual de marca para todas las publicaciones.
6. Crear una **base de datos de clientes** para dar seguimiento, enviar recordatorios y fomentar la fidelización.
7. Destinar parte de los ingresos a un **fondo de mantenimiento** para equipos, internet y reposición de materiales que garanticen la continuidad del proyecto.

Bibliografía

- Kotler, P., & Keller, K. (2016). **Dirección de marketing**. Pearson Educación.
- Porter, M. (2008). **Ventaja competitiva: creación y sostenibilidad de un desempeño superior**. Editorial Free Press.
- Servicio de Impuestos Nacionales. (2023). **Normativa tributaria vigente**. Recuperado de <https://www.impuestos.gob.bo>
- Universidad Autónoma Gabriel René Moreno. (2024). **Reglamento interno de Empresas Junior**.
- Philip, K. (2014). **Fundamentos del marketing**. México: Pearson.

- Robbins, S. (2013). **Comportamiento organizacional**. Pearson.
- Chiavenato, I. (2011). **Administración de recursos humanos**. McGraw-

Hill.

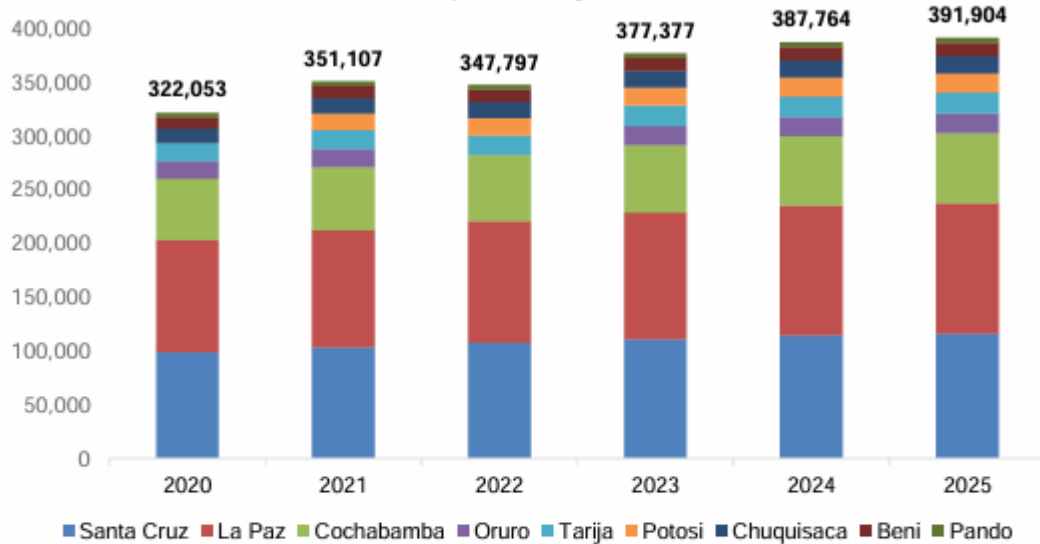
Anexos

Departamento	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Santa Cruz	99,082	103,603	107,702	111,558	115,194	116,428
La Paz	104,344	108,921	113,626	117,435	120,296	121,585
Cochabamba	57,335	59,142	61,218	63,114	64,521	65,281
Oruro	16,157	16,733	17,25	17,788	18,235	18,413
Tarija	16,961	17,573	18,205	18,723	19,174	19,345
Potosí	14,77	15,592	16,264	16,943	17,641	17,868
Chuquisaca	13,758	14,401	14,994	15,505	15,952	16,112
Beni	10,579	11,111	11,629	12,026	12,365	12,457
Pando	3,837	4,031	4,159	4,285	4,386	4,415
TOTAL	322,053	351,107	347,797	377,377	387,764	391,904

Fuente: SEPREC, elaboración DAPRO

(1): Datos al mes de ABRIL de 2025

Cantidad de Empresas por Dpto. Empresas Vigentes



Elaboración Propia con Datos del SEPREC

Hasta el año 2025 según fuente del SEPREC existen 391,904 empresas legalmente establecidas en el territorio nacional, como primer nicho de mercado optamos por empresas que estén establecidas en Santa Cruz, según fuente del SEPREC, las empresas legalmente establecidas en este departamento son 116,428, seguido de La Paz con 121,585 empresas legalmente establecidas, y el departamento de Cochabamba con 65.281 empresas.

Sector Económico	Agropecuario, silv., caza, pesca	Comercio	Construcción	Industria Manufacturera	Minas y Canteras	Servicios	TOTAL
Chuquisaca	22	1,163	1,444	452	61	1,651	4,793
La Paz	123	11,885	5,582	3,546	1,273	15,868	38,277
Cochabamba	140	7,535	3,172	2,407	146	8,133	21,533
Oruro	15	1,902	1,074	393	215	1,739	5,338
Potosi	7	1,118	1,014	252	753	1,779	4,923
Tarija	46	1,765	1,035	485	38	2,148	5,517
Santa Cruz	815	11,269	3,039	3,145	347	16,016	34,631
Beni	61	1,095	381	213	20	946	2,716
Pando	14	364	123	104	3	260	868
TOTAL	1,243	38,096	16,864	10,997	2,856	48,540	118,596

Fuente: SEPREC, Base Empresarial de Empresas Activas
(1): Datos al mes de ABRIL de 2025

Cantidad de Empresas por Sector Económico y Dptos. (Empresas Activas)

