

ACCOUNTING FINANCIAL ADVICE S.A.S
(AFA S.A.S)

DIEGO ALEXANDER DIAZ
JAIRO ANDRES CIFUENTES RODRIGUES
JHON JAIRO GOZALEZ

CONTADURÍA PÚBLICA QUINTO SEMESTRE

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR
FACULTAD DE CONTADURIA PUBLICA
BOGOTÁ D.C
2020

CONTENIDO

Tabla de ilustraciones	3
INTRODUCCION.....	4
OBJETIVOS.....	5
OBJETIVOS GENERAL	5
OBJETIVOS ESPECIFICOS	5
DESCRIPCION DE LA IDEA DE NEGOCIO	6
(AFA SAS) ACCOUNTING FINANCIAL ADVICE SAS	6
2. Descripción detallada de la misma.	6
Segmentación de mercados.....	7
ESTRUCTURA DE LA IDEA DE NEGOCIO	11
¿Cómo captará sus clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?	12
¿Cómo y qué alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?	12
¿Cómo cerrara la venta por Internet y cuáles podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?.....	12
INNOVACION SOSTENIBLE.....	14
ANALISIS DEL SECTOR CONTABLE EN COLOMBIA	15
ESTRATEGIA DEL OCEANO AZUL.....	16
ANALISIS DE PORTER.....	17
Amenaza de entrada de nuevos competidores	17
La rivalidad entre los competidores	17
Poder de negociación de los proveedores	17
Amenaza de ingreso de productos sustitutos	18
ESTRATEGIA DE PRODUCTO PARA CLIENTES	18
ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN	19
ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.....	19
ESTRATEGIAS DE PRECIOS	20
FIJACIÓN DE COSTOS.....	21
PORTAFOLIO.....	24
DESARROLLO DE MARCA	30
LOGO.....	31
MARKETING DIGITAL	32

ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL	37
MÉTRICAS CLAVE	38
ESTUDIO TECNICO	39
MACROLOCALIZACION EMPRESARIAL EN BOGOTA	39
MICROLOCALIZACION EMPRESARIAL EN BOGOTA	40
INGENIRIA DEL PROYECTO	45
CAPACIDAD DE PRODUCCION	46
FICHA TÉCNICA	47
PRODUCTO MINIMO VIABLE	49
Prueba de mercado y Comercialización	51
CONCLUSIONES	52
BIBLIOGRAFIA	53

Tabla de ilustraciones

Dinamica Empresarial 1	8
Dinamica Empresarial 2	9
Empresas matriculadas y renovadas 1	9
Matriculdas por primera vez 1	10
Empresas matriculadas y renovadas 2	10
Propuesta economica 1	13
Propuesta economica 2	13
Propuesta economica 3	14
Innovacion sostenible 1	14
Estrategia oceano azul 1	16
Marketing mix 1	29
Matriz desarrollo de la marca 1	31
Metricas claves 1	39
Plano oficina 1	44
Mapa de procesos 1	45
Ficha tecnica 1	48

INTRODUCCION

A la hora de tomar la decisión de iniciar un proyecto; de crear, generar una empresa. Es muy importante llevar unas pautas esenciales e importantes, que van a permitir a que esta idea empresaria se lleve de una mejor maneja y más estratégica, para lograr su apertura y no perder en el intento. Una vez vista estas pautas en el aula de clase se inicia con nuestro proyecto de crear nuestra empresa basándonos en las expuestas.

Accounting financial advice S.A.S. es una empresa de consultoría y asesoramientos financieros contables que se encarga de dar, ofrecer soluciones a personas naturales, jurídicas y empresas formalizadas, brindando ayudas, conocimientos, prestando nuestros servicios en temas contables como lo son asesorías, presentación de estados financieros, declaraciones de impuestos, análisis a los estados financieros y en general llevando su contable, también al momento de la toma de decisiones en cuanto al ámbito financiero y contable por falta de conocimientos.

OBJETIVOS

OBJETIVOS GENERAL

Desarrollar una idea de negocio aplicando las distintas estrategias de innovación sostenible, que sean expectativas de negocios viables con las cuales llevar esta idea a la realidad como una empresa que ofrece a sus clientes soluciones integrales para el manejo y control de su información financiera.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Presentar una idea de negocio aplicando las técnicas de innovación sostenible, océanos azules y las cinco fuerzas de Porter
2. Desarrollar una idea de negocio con la cual se le presenta a los potenciales clientes de la misma soluciones confiables y acertadas para el desarrollo de sus actividades económicas.
3. Aplicar los conocimientos aprendidos en el desarrollo académico y experiencia en la carrera del Contador Público.

DESCRIPCION DE LA IDEA DE NEGOCIO

(AFA SAS) ACCOUNTING FINANCIAL ADVICE SAS

La idea de la creación de nuestra empresa surgió mediante una necesidad. Una necesidad que a medida que íbamos avanzando en nuestros estudios universitarios de (Contaduría Pública) fuimos descubriendo, ya que a nivel local, nacional e internacional hay muchísimas empresas y que actualmente siguen surgiendo más y más, ya sean micro, pequeña, mediana y grande empresa, que no tienen muy en claro las bases de la contabilidad, las finanzas, la economía, lo académico, legales, intelectuales, ente otras, que necesitan tener parar su buen funcionamiento y rendimiento. De aquí nace nuestra idea de negocios, de una necesidad social, ya que todas las entidades económicas requieren Información financiera confiable y un buen control de los recursos y las obligaciones propias de esta, para así poder tomar las decisiones más acertadas acerca del futuro de la empresa.

De aquí nace nuestra empresa, teniendo como eje central nuestros estudios y experiencia en contaduría pública, con un enfoque futurista y centrado contribuyendo con el crecimiento personal y empresarial de nuestros clientes, aportando nuestra ayuda con prestación de servicios de: contabilidad, de nómina, derecho tributario e información y recursos suficientes entre otras, para que nuestros clientes se sumerjan en el mundo del éxito.

2. Descripción detallada de la misma.

De acuerdo con lo visto en el entorno empresarial se evidencia una falta de organización de la información, lo cual al momento de revelar y presenta la información se encuentran muchos errores lo que conlleva retrasos y reprocesos e incluso hasta sanciones por parte de los entes de control, ya que muchas de estas empresas y hasta personas naturales, no manejan y no les es claro el tema de las NIIF, organizan el archivo físico, deficientemente y desordenado, no presentan los impuestos en las fechas estipuladas y hasta cierres contables fuera de los periodos requerido, lo cual para nosotros es algo común ya que tenemos los conocimientos y experiencia necesaria para todo este tipo de actividades.

ACCOUNTING FINANCIAL ADVICE SAS, es una empresa de servicios contables, que tiene la función y el objetivo principal de manejar la información contable registrándola en los libros de contabilidad, generando reportes a la gerencia, entes de control y de ayuda nuestros diferentes tipos de clientes que podrían ir de personas naturales hasta personas o empresas jurídicas, aportando así en campos como asesoramiento financieros, y servicios de revisiones y suscripciones, verificación, comprobación de estados financieros, de nómina, derecho tributario, asesoría contable, revisión de procesos contables, orientación y aplicación para el cobro y pago de impuestos al estado valoración de empresas, evaluación de proyectos y análisis de factibilidad.

Orientados por nuestra vocación de servicio y contando con un alto equipo calificado de trabajo, garantizamos a nuestros clientes un completo respaldo profesional, permitiendo que se enfoquen en el objetivo de su organización y aumente sus posibilidades de negocio, soportándose en la confianza, confidencialidad y altos estándares en los servicios que nuestra firma posee y promueve, brindando así el respaldo que nuestros clientes necesitan.

“La perfección no consiste en hacer cosas extraordinarias sino en hacer las ordinarias extraordinariamente bien”.

Segmentación de mercados.

Segmentación geográfica:

La empresa está dirigida a personas naturales, jurídicas u empresas que se encuentran en un entorno desfavorable ya sea por falta de conocimientos de contabilidad u tecnología para llevar a cabo esta misma labor de contabilidad.

Esta empresa se encuentra en el centro Bogotá donde hay y surgen muchas micro, macro empresas, ya que es una de las 3 ciudades de Colombia donde más se demandan firmas de contadores y más aún ya que Durante el año anterior el área de contabilidad y finanzas presentó un aumento por encima de la inflación del país en posiciones financieras, «De esta forma, hubo mayor demanda en direcciones financieras, gerenciales de impuestos y de planeación financiera», afirma la guía.

Segmentación demográfica:

Tenemos dividido nuestro mercado en partes como lo son, personas naturales, jurídicas, empresas y por su actividad económica, industrial comercial y de servicios. Y esto con la función de entender mejor la necesidad y comportamiento de nuestro cliente al mismo tiempo que nos ayudara a desempeñarnos mejor.

Segmentación psicografica:

En este sector nos enfocamos más que todo en que piensa y que quiere nuestro cliente, lo cual con investigaciones y experiencias obtenidas sabemos que lo que buscan es un asesoramiento digno, con calidad y sobre todo confidencialidad y responsabilidad y ya que nuestros clientes tienen dudas e incertidumbres hacia servicios similares, hemos creado una página web donde podrán ir al tanto de sus operaciones financieras contables al día.

Mercado objetivo.

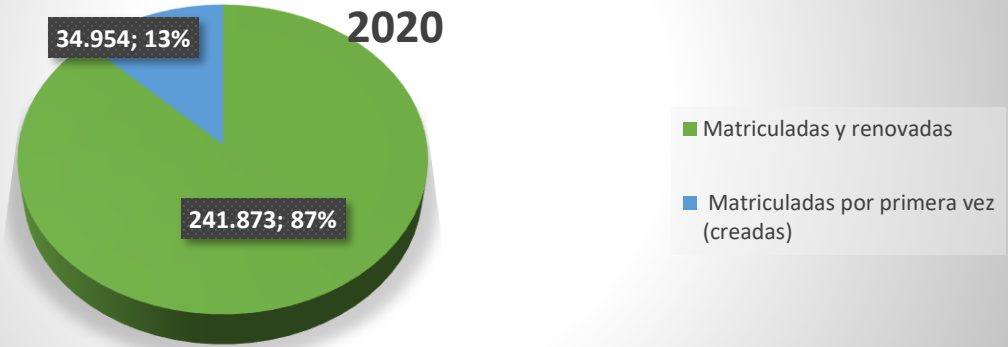
Para nuestro mercado objetivo tenemos como destinatario final a los clientes que se encuentra en una situación desfavorable entre conflictos de infraestructura, tecnología y conocimientos financieros y contables que pueden ir ya sea de personas naturales, jurídicas o empresas. Sin importar cuál sea su razón social, actividad económica. Esto nos produce como beneficio optimización de recursos, un servicio más eficaz ya conocer la demanda potencial del producto.

DINÁMICA EMPRESARIAL

Bogotá y 59 municipios de Cundinamarca				
es la mayor plataforma empresarial, 31% de las empresas del país				
	Matriculadas y renovadas	Matriculadas por primera vez (creadas)	Matriculadas y renovadas	Matriculadas por primera vez (creadas)
Microempresas	214.407	34.716	88,64%	99,32%
Pequeñas	18.382	210	7,60%	0,60%
Medianas	6441	21	2,66%	0,06%
Grandes	2.643	7	1,09%	0,02%
Total	241.873	34.954	100%	100%
Fuente: Registro Mercantil, CCB, primer semestre 2020. Cálculos: Dirección de Gestión de Conocimiento, CCB				

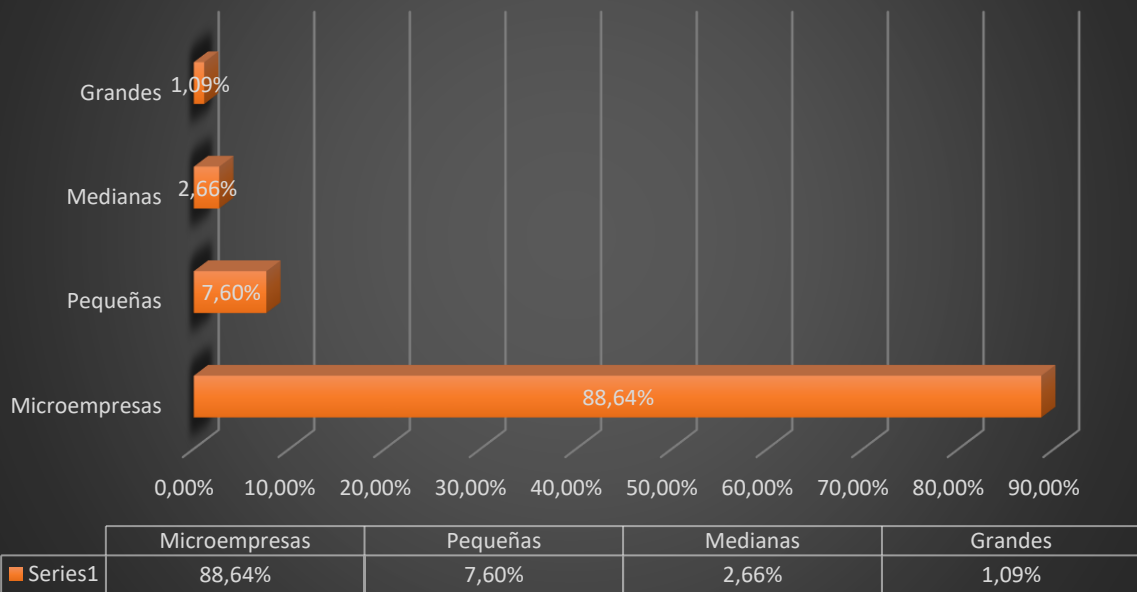
Dinamica Empresarial 1

DINAMICA EMPRESARIAL PRIMER SEMESTRE DE 2020



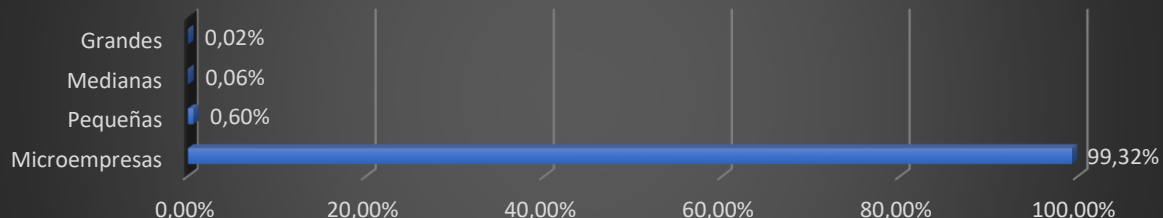
Dinamica Empresarial 2

MATRICULADAS Y RENOVADAS PRIMER SEMESTRE DE 2020



Empresas matriculadas y renovadas 1

MATRICULADAS POR PRIMERA VES PRIMER SEMESTRE DE 2020



	Microempresas	Pequeñas	Medianas	Grandes
■ Series1	99,32%	0,60%	0,06%	0,02%

Matriculadas por primera vez 1

El 63% de las empresas pertenecen a personas naturales y el 37% a sociedades		
	Matriculadas y renovadas	Matriculadas por primera vez (creadas)
Persona natural	151.752	24.026
Sociedad limitada	7.930	104
Sociedad anónima	2.382	10
Sociedad colectiva	8	
Sociedad en comandita simple	1118	7
Sociedad en Comandita por acciones	251	4
Sociedad extranjera	734	33
Empresa asociativa de trabajo	38	2
Empresa unipersonal	1073	11
Sociedad por acciones simplificada	76.585	10.757
Sociedad agraria de transformación	2	
Total	241.873	34.954
Fuente: Registro Mercantil, CCB, primer semestre 2020. Cálculos: Dirección de Gestión de Conocimiento, CCB		

Empresas matriculadas y renovadas 2

ESTRUCTURA DE LA IDEA DE NEGOCIO

SEGMENTO

La prestación de nuestros servicios contables va dirigida a personas tanto naturales como jurídicas que se clasifican como pequeñas empresas (PYME). Las cuales se encuentren ubicadas geográficamente en la ciudad de Bogotá

PROPUESTA DE VALOR

Brindar un servicio de calidad y asequible económicamente, para esas pequeñas empresas que no cuentan con suficiente ingreso para pagar por los temas contables. Dándoles además capacitación sobre su información contable

ARQUITECTURA DEL SERVICIO

Nuestros recursos para poder entregar nuestros servicios se basan en el uso de la herramienta tecnológica como internet, medios digitales, entre otros. Los cuales nos permitan entregar y prestar nuestros servicios.

COSTO Y PRECIO

Los costos incurridos desde nuestra área, siendo un proyecto empresarial iniciado desde cero, se harán de manera recíproca a nuestros ingresos, aportando además a la empresa nuestros equipos personales.

MECANISMO DE ENTREGA

Brindando información útil a estas pequeñas empresas, donde se permita generar una confiabilidad de ellos hacia nuestra empresa, y así acepten utilizar nuestros servicios, prestados con integridad y calidad.

GANACIAS ESPERADAS

Esperamos que nuestros ingresos sean rentables, no serán altos pues como todo proyecto nuevo, además la idea es contribuir a esas pequeñas empresas y de eso obtener beneficios acordes al ingreso de nuestros clientes. Incurriendo en costos bajos.

RECURSOS

Será sostenible porque no vamos a generar demasiados costos, ya que la idea prestar los servicios desde medios digitales, además tendremos aportes económicos y materiales. Además, nuestro portafolio de servicio es muy variable para varias necesidades.

FIDELIDAD

Teniendo como idea apoyar a las pequeñas empresas brindándoles servicios de calidad y económicamente factible para ellos. Siendo nosotros, muy estrictos a la hora de prestar y entregar nuestro servicio se va a generar la confianza.

CADENA

Con personal de sistemas, para más adelante mejorar nuestras herramientas tecnológicas, también se puede generar una gran alianza desde el área administrativa, permitiendo ampliar nuestro portafolio de servicio.

¿Cómo captará sus clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

Nuestra principal herramienta es nuestra página web donde se venderá nuestro servicio, se mostrará todo lo referente a la empresa además de esto se manejarán usuarios en la página web para cada cliente para todo tipo de manejo de documentos.

¿Cómo y qué alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

Una de las principales diferencias que posee nuestra idea de negocios es el planteamiento, diseño de una plataforma web de fácil dominio para nuestros clientes donde encontraran la información más importante de su empresa como lo es ingresar y descargar programación de pagos a proveedores, inventarios actualizados, informes de gestión de cartera, balances preliminares, planeación, programación de impuestos y por ultimo si es requerido por el cliente realizar algún tipo de video llamada para algún asesoramiento sobre un tema específico.

¿Cómo cerrara la venta por Internet y cuáles podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?

Los métodos de pago ya serian acordados con el cliente, por otro lado, en nuestra página web se encontrarían los servicios que prestamos y su respectivo valor.

PROPUESTA ECONOMINA 01-OPERACIONES PYMES	
Servicio	VALOR
De Contabilidad	\$ 1.350.000
Presentacion De Estados Financieros	\$ 370.000
Teneduria De Libros Contables	\$ 180.000
Control De Cuentas Por Cobra Y Por Pagar	\$ 285.000
Presentacion De Impuestos Y Retenciones	\$ 335.000
Control De Inventarios	\$ 195.000
Manejo De Personal- De Acuerdo Con El Personal Requerido	\$ 1.450.000

Administración Y Control Del Archivo Físico Y Digital	\$ 175.000
Usuario De Ingreso A La Página Web	\$ 350.000
Asesoramiento Financiero	\$ 250.000
Total, Propuesta Económica Mas Iva	\$ 4.940.000

Propuesta economica 1

PROPUESTA ECONOMINA 02-OPERACIONES MICROEMPRESAS	
SERVICIO	VALOR
De Contabilidad	\$ 900.000
Presentación De Estados Financieros	\$ 285.000
Teneduría De Libros Contables	\$ 135.000
Presentación De Impuestos Y Retenciones	\$ 125.000
Manejo De Personal- De Acuerdo Con El Personal Requerido	\$ 828.116
Usuario De Ingreso A La Página Web	\$ 250.000
Asesoramiento Financiero	\$ 100.000
Total, Propuesta Económica Mas Iva	\$ 2.623.116

Propuesta economica 2

PROPUESTA ECONOMINA 03-GRANDES EMPRESAS	
Servicio	VALOR
De Contabilidad	\$ 2.380.000
Presentación De Estados Financieros	\$ 720.000
Teneduría De Libros Contables	\$ 355.000
Control De Cuentas Por Cobra Y Por Pagar	\$ 320.000
Presentación De Impuestos Y Retenciones	\$ 520.000
Control De Inventarios	\$ 366.000
Manejo De Personal- De Acuerdo Con El Personal Requerido	\$ 2.400.000
Administración Y Control Del Archivo Físico Y Digital	\$ 220.000

Usuario De Ingreso A La Página Web	\$ 455.000
Informes Financieros Remotos	\$ 175.000
Asesoramiento Financiero	\$ 250.000
Total Propuesta Económica Mas Iva	\$ 8.161.000

Propuesta economica 3

INNOVACION SOSTENIBLE

	AGUA	ENERGIA	MATERIA PRIMA	EMISIONES	RESIDUOS
<p>Producto o servicio No contamos con un ecodiseño ya que vamos a prestar un servicio, pero claro no se deja al lado el aspecto ambiental.</p>	<p>Al tener nuestras oficinas para la prestación del servicio contable es importante el ahorro como lo es del agua para reducir los gastos que cubre la empresa.</p>	<p>En nuestra empresa se va a utilizar mucho equipo como computadores e impresoras, pero no dejaremos a un lado el ahorro de energía, no dejando los equipos prendido después de la hora laboral así mismo las luces ya que todo esto nos reduce los gastos al final de cada mes.</p>	<p>Ya que nosotros no manejamos ningún producto, ya que somos una empresa de servicio contable generaríamos mucho documento para su imprenta la idea es reciclar el papel lo que más se pueda ya, nuestra idea era manejar todo por un sitio web o una nube, pero en la parte contable es norma tener la documentación en físico.</p>	<p>No generamos ningún tipo de emisión</p>	<p>La empresa reciclara papel que es lo que más genera, se preguntaran que aremos con este material, actualmente existen muchas asociaciones de reciclaje las cuales reciben todo este material y ellos son los encargados se llevar a las industrias para su debido tratamiento.</p>
<p>Marketing No realizamos ningún tipo de campaña, pero si aplicamos en nuestra empresa el tema de reciclaje.</p>		<p>Los medios de transporte utilizados son 1 moto y 2 ciclas.</p>	<p>Nuestro principal objetivo es reducir la imprenta y el uso de papel excesivo para publicidad, nuestra idea es publicitarnos a través de internet.</p>		

Innovacion sostenible 1

ANALISIS DEL SECTOR CONTABLE EN COLOMBIA

El gobierno de Colombia, desde el año 2009 ha querido que el país homologue las normas en materia contable a nivel internacional, es por ello que emitió la Ley 1314 en 2009 y la reglamento a través de decretos entre los años 2012 a 2016. Este asunto de implementación de normas internacionales separa tres grupos; las pymes se encuentran en el segundo. La revista *Dinero* en su publicación “Llego la hora de que las pymes se pasen a las NIIF” resalta que una empresa que aplique NIIF puede ser más atractiva para inversionistas extranjeros y tener beneficios en procesos de compra o alianzas. Igualmente, destaca que para las pymes es más exigente el proceso de aprendizaje y la aplicación a las prácticas, pues, son empresas con menos infraestructura y cuentan con carencia de asesoría en este proceso.

El análisis del impacto de la implementación de las NIIF busca diagnosticar cómo las pymes del sector industrial de Bogotá han enfrentado la consumación de esta norma en la figura de obligatorio cumplimiento dentro del marco legal contable y financiero en Colombia; pero también la relevancia que las empresas le otorgan a la convergencia a las NIIF para facilitar el ingreso de sus productos y /o servicio en la dinámica de los mercados internacionales. La seguridad de la información financiera y /o contable es un tema que ha venido ganando relevancia por la certeza que esta debe ofrecer para la toma de decisiones con el menor grado de incertidumbre financiero para las organizaciones; también para ofrecer información pertinente que les permita a los organismos de control monitorear el comportamiento financiero de las pymes y ofrecer así seguridad y estabilidad financiera a los sistemas.

ESTRATEGIA DEL OCEANO AZUL

Variables	Experiencia	Confidencialidad	Ambiental	Innovación
Accounting Financial Advice SAS	4	5	5	5
Belaveko	5	4	3	4
Backstartup	5	3	3	4
Estrategia	Aumentar a través de la capacitación al personal para adquirir esta experiencia con el fin de darle a nuestros clientes la experiencia más calificada de nuestros servicios	Incrementar los estándares de confidencialidad en los procesos de manejo de la información de los clientes quienes son los que esperan que el trato de su información sea el adecuado con estándares de calidad garantizados	Mantener las políticas internas sobre el manejo y cuidado ambiental en cada uno de los procesos de las áreas de la empresa y así mismo se garantiza que los costos de papelería sean menores y así se ayuda al medio ambiente que será tan amigable en la empresa.	Mantener los procesos ya creados en la página web que para el uso de nuestros clientes será fácil y confiable a la hora de consultar su información que no solo sea una página común y corriente sino una solución avanzada para nuestros clientes

Estrategia oceano azul 1

ANALISIS DE PORTER

Amenaza de entrada de nuevos competidores

La principal barrera a la entrada consiste en las desventajas a las que se enfrentan los nuevos competidores, especialmente en el conocimiento contable.

Además de que en este tipo de negocio se presenta con gran fuerza las conveniencias de la experiencia y aprendizaje.

En el caso del mercado de servicios de asesoría es necesario considerar como entrada el nivel académico del personal que se contrata para estas funciones, lo cual se exige un nivel alto de conocimiento.

Además de esto nuestro servicio tiene una gran innovación y al cual le estamos apostando al máximo, es un sitio web con usuarios para nuestros clientes en donde encontraran toda la documentación de su empresa a cualquier momento.

La rivalidad entre los competidores

No existe mucha rivalidad entre los competidores, particularmente porque nuestro mercado objetivo son las pequeñas y medianas empresas, además de que existe un gran potencial de Diferenciación de nuestra empresa a otras lo que ayuda a que la rivalidad entre competidores disminuya.

Poder de negociación de los proveedores

Siendo una empresa de servicios contables son menos los proveedores necesarios para desarrollar el negocio, por lo tanto, el poder de negociación de los proveedores es bajo. El único insumo de importancia es el software que iremos a utilizar, dado que el número de proveedores de este campo es alto, la empresa puede cotizar entre distintas opciones y no se

encuentra sujeto a un solo proveedor. De igual manera la utilización de recursos básicos como tecnología, papelería y demás

Poder de negociación de los compradores

En este segmento de mercado los compradores poseen alto poder de negociación debido a que pueden obtener los servicios de distintas empresas. Este elevado poder de negociación se vuelve una amenaza cuando los compradores obligan a bajar los precios o cuando demandan mayor calidad y mejor servicio, ya que en muchos casos los compradores no se sienten a gusto con el manejo o forma de aplicación por parte de la empresa a la contabilidad.

Pero en nuestro caso haremos todo lo posible para mantener a nuestros compradores ya que nos esforzaremos para demostrarles la calidad de nuestro servicio y además de eso generarles que su información financiera se encuentre en buenas manos.

Amenaza de ingreso de productos sustitutos

El grupo de productos sustitutos está conformado por los nuevos profesionales, dado que un gran número de estudiantes elige estudiar contabilidad, se percibe una latente amenaza de entrada de nuevos productos sustitutos. Si bien no con la misma experiencia y conocimientos de una empresa que ya se encuentra formada.

ESTRATEGIA DE PRODUCTO PARA CLIENTES

Núcleo: Nuestra empresa tendrá su oficina en la cual se atenderán a nuestros clientes y posibles adquirentes de nuestro servicio, así mismo un sitio web en donde cualquier persona podrá interactuar con nosotros.

Calidad: El principal factor para nosotros es el sitio web ya que además de que nuestros posibles adquirentes puedan interactuar con nosotros, nuestros clientes tendrán un gran beneficio y herramienta la cual consta de un usuario en el sitio web en donde encontrará todo tipo de información sobre su empresa así mismo como solicitar cualquier documento, tendrá

asesoría en cualquier tema contable a la hora que el necesite así sea presencial, por una llamada telefónica o una video llamada eso va al gusto o necesidad de nuestro cliente.

Envase: Ya que somos un servicio no manejamos un envase.

Diseño y servicio: Nuestra publicidad será a través de sitios web o por internet, de igual forma en nuestra plataforma podrán conocer todo sobre nosotros nuestro servicio y diferencia de precios para lo cual nos requieran.

Queremos mostrar un servicio de calidad que nos reconozcan por ser una empresa dedicada y apasionada por lo que hacemos.

ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN

Nuestra empresa utilizara el marketing directo ya que a través de nuestro sitio web se pueda vender nuestro servicio así mismo nosotros poder estudiar a nuestro cliente y ofrecerle la mejor opción para su tratamiento contable.

Además de esto tendremos nuestras oficinas para que cada interesado en el servicio se acerque y le podamos contar sobre los diferentes temas en los que le podemos ayudar o abarcar.

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

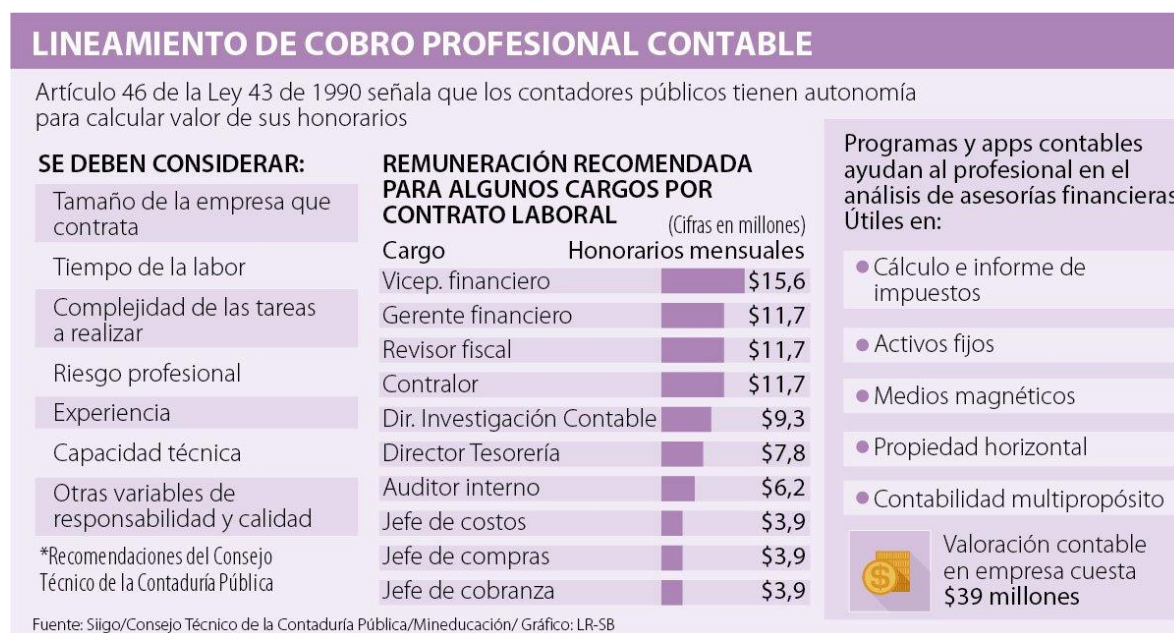
Nuestro principal medio de comunicación es nuestro sitio web, la idea es utilizar la tecnología lo máximo posible es hacer la contabilidad más asequible a todos nuestros clientes que la puedan tener hasta en sus celulares. Que queremos conseguir con esto es tener mayor contacto con nuestros clientes y así mismo ellos con la empresa, ya que una problemática

que hemos evidenciado es que el contador contratado por una pequeña o mediana empresa no tiene buena comunicación con el dueño de la empresa y este no conoce los procedimientos que realiza su contador. Nuestra idea es cambiar esto y que el dueño de la empresa se meta más en la parte contable y financiera de su empresa así mismo brindarle asesorías para que comprenda el funcionamiento o tratamiento contable para su empresa.

ESTRATEGIAS DE PRECIOS

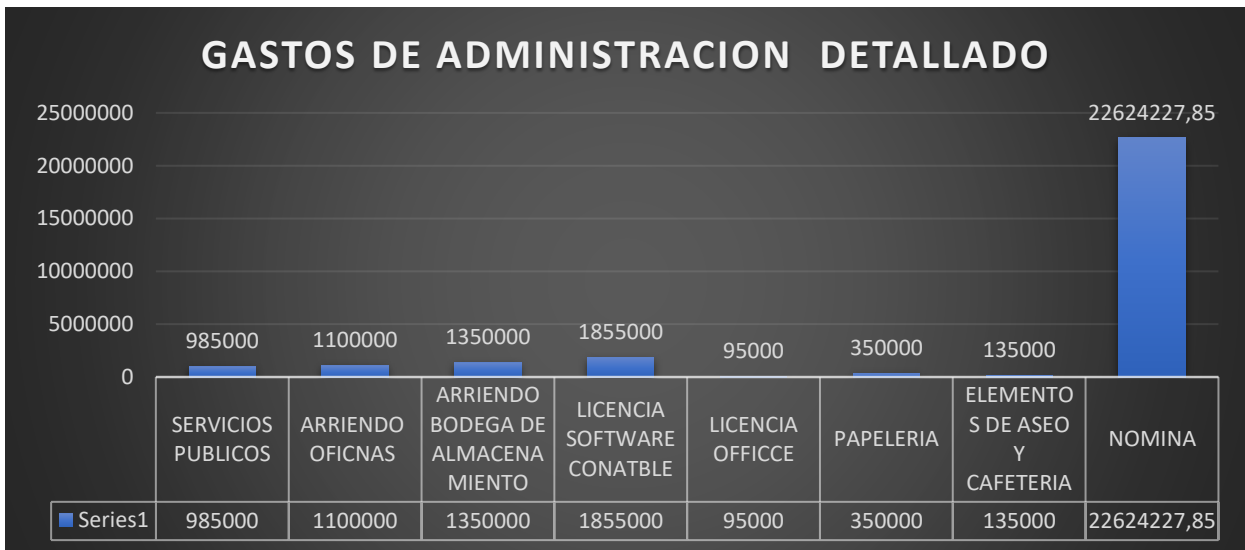
Para la estrategia de precios se valoran los honorarios de los servicios prestados por parte de otras firmas de asesoramiento contable de tal manera que no haya competencia desleal esta información esta sostenida en datos del Consejo Técnico de la Contaduría Pública en Colombia.

Por lo tanto, después de hacer la distribución de los costos de administración nómina y demás costos se llegó a la conclusión de fijar los precios de las tres propuestas mencionadas anteriormente con las cuales se hace de AFA SAS una idea de negocio rentable para cada uno de los socios de la misma.



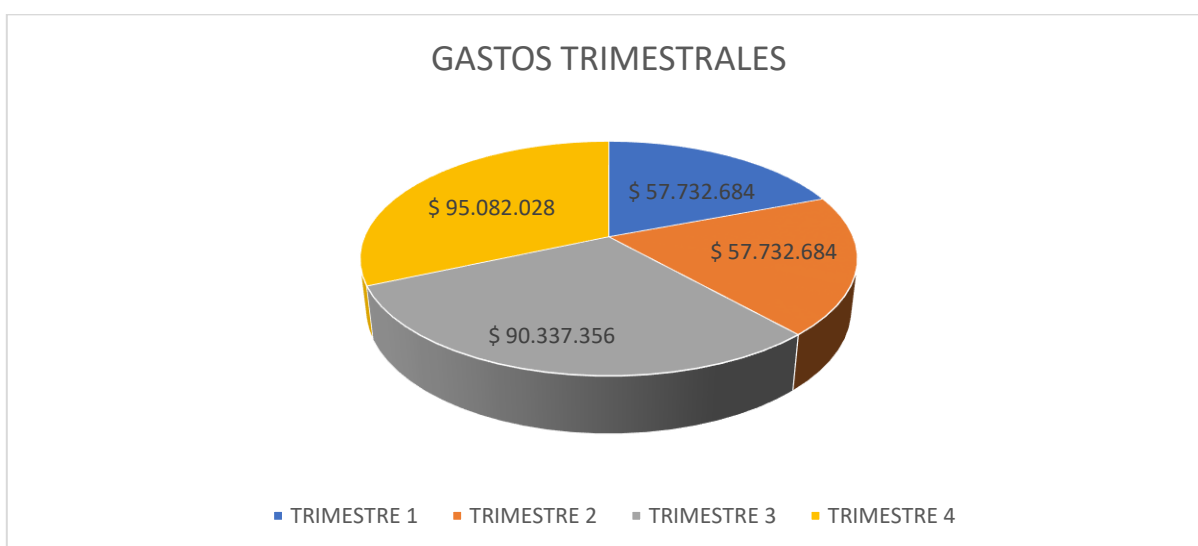
FIJACIÓN DE COSTOS

CONCEPTO	VALOR
SERVICIOS PUBLICOS	\$ 985.000
ARRIENDO OFICNAS	\$ 1.100.000
ARRIENDO BODEGA DE ALMACENAMIENTO	\$ 1.350.000
LICENCIA SOFTWARE CONATBLE	\$ 1.855.000
LICENCIA OFFICCE	\$ 95.000
PAPELERIA	\$ 350.000
ELEMENTOS DE ASEO Y CAFETERIA	\$ 135.000
NOMINA	\$ 22.624.228
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 28.494.228



ACTIVOS FIJOS	CANTIDAD	VALOR	VALOR TOTAL
COMPUTADORES	5	\$ 1.845.000	\$ 9.225.000
ESCRITORIOS	5	\$ 450.000	\$ 2.250.000
SILLAS	15	\$ 110.000	\$ 1.650.000
ESTACION CON UPS-RAC SERVIDOR OPERATIVO	1	\$ 15.000.000	\$ 15.000.000
ARCHIVADORES	5	\$ 750.000	\$ 3.750.000
TELEVISOR PARA VIDEOCONFERENCIAS	1	\$ 1.850.000	\$ 1.850.000
MESA SALA DE JUNTAS	1	\$ 1.750.000	\$ 1.750.000
TOTAL ACTIVOS FIJOS			\$ 35.475.000

CONCEPTO	MENSUAL	PERIODO			
	VALOR	TRIMESTRE 1	TRIMESTRE 2	TRIMESTRE 3	TRIMESTRE 4
SERVICIOS PUBLICOS	\$ 985.000	\$ 2.955.000	\$ 2.955.000	\$ 2.955.000	\$ 2.955.000
ARRIENDO OFICINAS	\$ 1.100.000	\$ 3.300.000	\$ 3.300.000	\$ 3.300.000	\$ 3.300.000
ARRIENDO BODEGA DE ALMACENAMIENTO	\$ 1.350.000	\$ 4.050.000	\$ 4.050.000	\$ 4.050.000	\$ 4.050.000
LICENCIA SOFTWARE CONATBLE	\$ 1.855.000	\$ 5.565.000	\$ 5.565.000	\$ 5.565.000	\$ 5.565.000
LICENCIA OFFICCE	\$ 95.000	\$ 285.000	\$ 285.000	\$ 285.000	\$ 285.000
PAPELERIA	\$ 350.000	\$ 1.050.000	\$ 1.050.000	\$ 1.230.000	\$ 1.300.000
ELEMENTOS DE ASEO Y CAFETERIA	\$ 135.000	\$ 405.000	\$ 405.000	\$ 405.000	\$ 405.000
NOMINA	\$ 22.624.228	\$ 40.122.684	\$ 40.122.684	\$ 72.547.356	\$ 77.222.028
TOTAL		\$ 57.732.684	\$ 57.732.684	\$ 90.337.356	\$ 95.082.028



COSTOS DE NOMINA

CARGO	EMPLEADOS	SULEDO	DEVENGADO	AUX, TRANSPORTE	CESANTIAS 8,33%	INTE CESANTIAS 1%	PRIMA 8,33%	VACACIONES 4,17%	TOTAL
GERENTE	1	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000		\$ 333.200	\$ 40.000	\$ 333.200	\$ 166.800	\$ 8.873.200
EJECUTIVO COMERCIAL	1	\$ 2.200.000	\$ 2.200.000		\$ 183.260	\$ 22.000	\$ 183.260	\$ 91.740	\$ 4.880.260
TESORERO	1	\$ 1.850.000	\$ 1.850.000		\$ 154.105	\$ 18.500	\$ 154.105	\$ 77.145	\$ 4.103.855
ASISTENTE CONTABLE	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 97.032	\$ 108.043	\$ 12.970	\$ 108.043	\$ 50.040	\$ 2.776.128
TOTAL		\$ 9.250.000	\$ 9.250.000	\$ 97.032	\$ 778.608	\$ 93.470	\$ 778.608	\$ 385.725	\$ 20.633.443

CARGO		IBC	PENSION 12%	ARL 0,522%	CCF 4%	SENA 3%	ICBF 2%	TOTAL
GERENTE	1	\$ 4.000.000	\$ 480.000	\$ 20.880	\$ 160.000	\$ 120.000	\$ 80.000	\$ 860.880
EJECUTIVO COMERCIAL	1	\$ 2.200.000	\$ 264.000	\$ 11.484	\$ 88.000	\$ 66.000	\$ 44.000	\$ 473.484
TESORERO	1	\$ 1.850.000	\$ 222.000	\$ 9.657	\$ 74.000	\$ 55.500	\$ 37.000	\$ 398.157
ASISTENTE CONTABLE	1	\$ 1.200.000	\$ 144.000	\$ 6.264	\$ 48.000	\$ 36.000	\$ 24.000	\$ 258.264
TOTAL			\$ 1.110.000	\$ 48.285	\$ 370.000	\$ 277.500	\$ 185.000	\$ 1.990.785

CARGO		TOTAL DEVENGO
GERENTE	1	\$ 9.734.080
EJECUTIVO COMERCIAL	1	\$ 5.353.744
TESORERO	1	\$ 4.502.012
ASISTENTE CONTABLE	1	\$ 3.034.392
TOTAL	4	\$ 22.624.228

PORTAFOLIO



PORTAFOLIO

Accounting financial advice S.A.S.

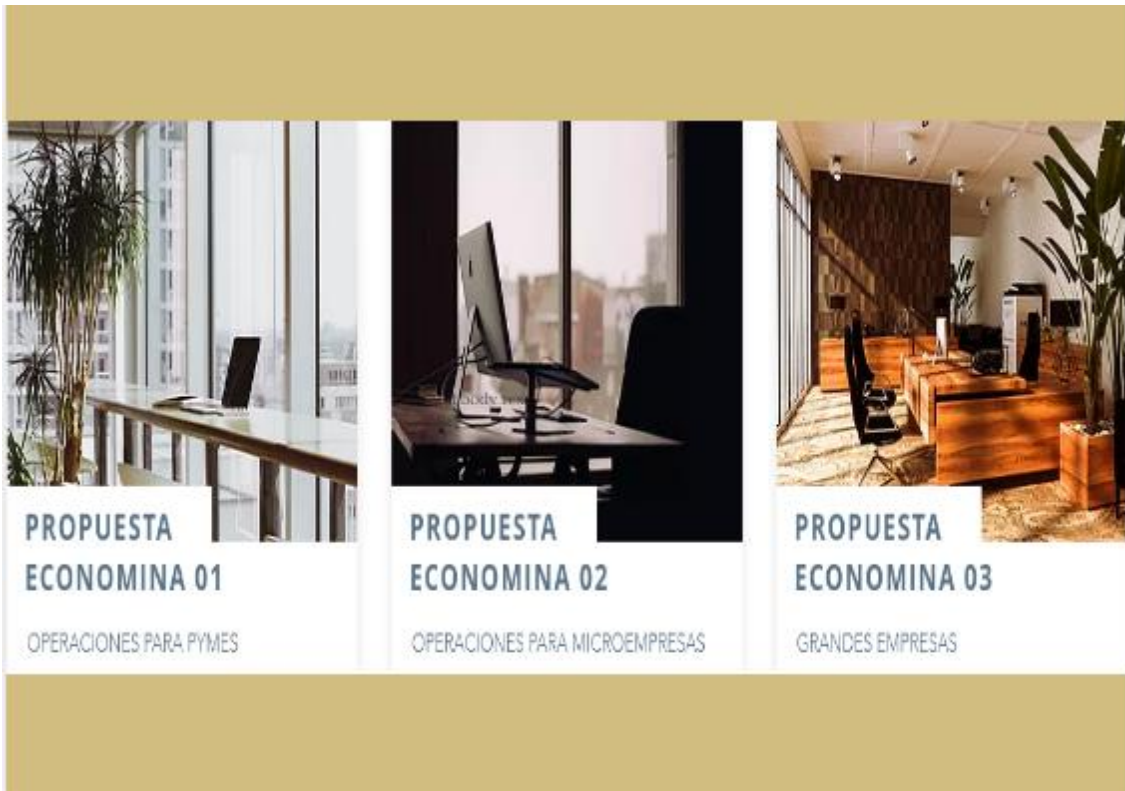


Portfolio



¿Quiénes somos?

La idea de la creación de nuestra empresa surgió mediante una necesidad. Una necesidad que a medida que íbamos avanzando en nuestros estudios universitarios de (Contaduría Pública) fuimos descubriendo, ya que a nivel local, nacional e internacional hay muchísimas empresas y que actualmente siguen surgiendo más y más, ya sean micro, pequeña, mediana y grande empresa, que no tienen muy en claro las bases de la contabilidad, las finanzas, la economía, lo académico, legales, intelectuales, entre otras, que necesitan tener para su buen funcionamiento y rendimiento.



The image shows three distinct office environments, each representing a different economic proposal. The first is a bright, modern office with large windows and a potted plant. The second is a darker office with a computer monitor and a chair. The third is a large, open-plan office with wooden desks and a high ceiling.

PROPUESTA ECONOMINA 01
OPERACIONES PARA PYMES

PROPUESTA ECONOMINA 02
OPERACIONES PARA MICROEMPRESAS

PROPUESTA ECONOMINA 03
GRANDES EMPRESAS



A black and white photograph of a young man with short hair and a beard, smiling broadly. He is wearing a light-colored, long-sleeved button-down shirt and is holding a laptop under his left arm.

Pagina web

Una de las principales diferencias que posee nuestra idea de negocios es el planteamiento, diseño de una plataforma web de fácil dominio para nuestros clientes donde encontrarán la información más importante de su empresa como lo es ingresar y descargar programación de pagos a proveedores, inventarios actualizados, informes de gestión de cartera, balances preliminares, planeación, programación de impuestos y por ultimo si es requerido por el cliente realizar algún tipo de video llamada para algún asesoramiento sobre un tema específico.



Contáctanos

321 279 31 88

COMPROMETIDOS CON EL CRECIMIENTO DE TU EMPRESA
CON EL MAS ALTO COMPROMISO, ESFUERZO Y
RESPONSABILIDAD.



AFASAS@gmail.com

MARKETIN MIX

ESTRATEGIA

<p>Nuestro objetivo de SMART: Se espera generar unas ventas y visitas a nuestros sitios web, mediblemente a un porcentaje del 60%. Para así poder alcanzar el rendimiento esperado y generar utilidades recuperando nuestro capital de inversión, y posicionarnos en el mercado digital en un proyecto contable que no suele estar de esta manera a la hora de prestar sus servicios. Proyecto a un tiempo no mayor de un año</p>	<p>Para poder llegar al cumplimiento de nuestro objetivo, ya estamos en finalización de nuestra página virtual, la cual se llevó acaba en la herramienta WIX, plataforma gratuita la cual nos permite reducir costos y avanzar con la meta de nuestro objetivo, iniciando también con la creación de algunas cuentas en redes sociales que nos permitan darnos a conocer, facilitando la exposición de nuestros servicios y catálogo de ventas.</p>	<p>Para este proyecto nos apoyamos primero en nuestros docentes que nos brindan el paso a paso para que nuestra empresa en etapa de creación sea más eficaz, y de nosotros los integrantes de la empresa, siendo los únicos inversionistas por el momento, y apoyándonos también en los recursos digitales para presentar nuestra empresa</p>	<p>Respecto al tiempo como ya mencionamos tenemos un tiempo estimado para ver ya el funcionamiento completo de nuestra empresa no menor a un año, esto teniendo en cuenta que ya estamos avanzados en muchas cosas, una de ellas es nuestra página virtual, ya tenemos todo lo relacionado a la estructura interna de nuestra empresa</p>	<p>Nuestro lugar don empezamos iniciar con nuestro proyecto específicamente seria en Bogotá, pero se debe tener en cuenta que al tener una estrategia digital podemos abarcar varios sitios, además por nuestras redes tenemos la oportunidad de que empresas personas naturales de distintos lugares nos conozcan, pero específicamente estamos centrados en Bogotá</p>	<p>En la parte de valor aproximación al costo, analizando algunas variables como, la pagina digital la estamos creando nosotros mismo marketing en redes las estamos implementando nosotros mismos, y l parte de capital se espera tener un aporte tanto de elementos como dinero, viendo hasta que punto sea necesario y la capacidad que tengamos</p>
---	---	---	---	--	---

PRODUCTO	Nuestro producto va ser la prestación de servicios contables, brindando asesoramiento en todo lo relacionado a esta área, más adelante encontraran ya más detallado el portafolio de nuestros servicios	Para poder brindar nuestro servicio se espera hacerlo bajo nuestro sitio web donde el cliente podrá comunicarse con nosotros, donde podrá ver nuestra información completa y así podamos llegar a ellos	Para cuadro anterior como hemos mencionado para poder entregar nuestros servicios y darnos a conocer nos estamos apoyando en las herramientas digitales, como lo es nuestra página virtual, y la implementación de redes sociales	En cuanto a tiempo, para empezar con nuestra actividad se espera que inicie en los primeros días de este año teniendo plantado finalizar algunos detalles de nuestro sitio web, plantar bien la estructura de nuestra empresa, realizar algunos ajustes.	Esperamos iniciar con nuestra página web para prestar estos servicios, ya cuando generemos más rentabilidad se espera iniciar con una empresa física, con el fin de tener clientes que no manejan bien nuestro sitio web, la idea es brindar un servicio por medio digital y físico	Nuestros costos en tema con nuestro producto, pues siendo la prestación de un servicio no incurrimos demasiado, además teniendo la idea de no manejar tanto tema de papelería, la información del cliente va ser reflejada digital, lo más posible
PRECIO	Manejos una lista de precios variables tenemos ya estructurado nuestro portafolio, igual que los productos, se encuentran los precios. Teniendo en cuenta también la capacidad de nuestro cliente, nuestra idea es crecer fortalecernos, pero también queremos aportarle	Para fijar nuestros precios nos basamos en estudio de mercado donde tuvimos en cuenta el promedio que las empresas contables cobran por estos servicios, también tuvimos en cuenta, la situación económica actual del país, y una relación entre costo precio, para ver qué	Una de nuestras estrategias de precio fue, establecer primero varias líneas de servicios se hicieron distintos portafolios de servicios, posteriormente se pasó a realizar los análisis anteriores, y así a cada portafolio se le asignó un precio, además con la idea de darnos a	Nuestro canal es directo son servicios prestados directamente con el cliente, para ello vamos hacer uso de algunas herramientas digitales que nos facilitan la comunicación e interacción con nuestros clientes, pero como tal como	Buscamos igualmente que nuestros precios sean también acordes a los del mercado tal vez un poco inferiores, pero solo con el fin de mientras nos establecemos en el mercado, lo que queremos es manejar una competitividad con nuestra	Otro punto que ya se mencionamos que fue importante a la hora de fijar estos precios, fue el estudio del rendimiento y liquidez que nos iban a generar nuestros servicios con sus respectivos precios, se analizó cada portafolio presupuestando

	un beneficio aquellas personas que no tienen la capacidad de adquirir ciertos servicios por su presupuesto	tan rentable podía estar nuestra empresa manejando estos precios	conocer se hizo un pequeño descuento a la base del precio que teníamos fijados.	mencionamos va ser un canal directo Servicio(producto) . —> Consumidor (cliente)	competencia leal, sin monopolio, que la diferencia sea por la calidad de nuestro servicio	unas ventas para obtener cual podría ser nuestro rendimiento económico
PROMOCION Y COMUNICACIÓN	Claramente tenemos una estrategia basada en promociones descuentos, ofertas que nos permitan entrar en el mercado, que nos permitan darnos a conocer, para eso siendo una empresa que está iniciando en el mercado, esta estrategia es una de las más usadas y factible.	También para establecer estos descuentos, promociones y ofertas, estudiamos nuestra capacidad rentable, para así poder observar hasta qué punto y que porcentaje podíamos aplicar estas ofertas a nuestros clientes	Aquí es importante la implementación de nuestra estrategia digital, por medios de nuestras redes sociales podemos dar a conocer primero la empresa, nuestros servicios, y además los clientes podrán enterarse de nuestras ofertas y promociones	Otra herramienta que es muy importante es, promocionar la empresa por medio de nuestros clientes que ya adquieran nuestro servicio, si quedan satisfechos con la calidad de servicio, serán voceros también de nuestra empresa, recomendándola además antes	Nuestras redes sociales se espera que a finales de octubre ya se encuentran creadas alimentadas con la información correspondiente, donde se pueda visualizar lo mencionado anteriormente, más adelante se le agregara a estas redes el link de nuestro sitio web	La reducción de costos en este punto es favorable ya que no vamos a pagar por publicidad, ni anuncios, ni radio, se va ser directamente por nosotros con nuestras herramientas mencionadas, algo favorable en cuanto a tema de gastos

DESARROLLO DE MARCA

MATRIZ DE DESARROLLO DE MARCA

ACCOUNTING FINANCIAL ADVICE SAS

PASOS	OBETIVOS	RESULATDO
DIAGNOSTICO DEL MERCADO	SECTOR	
	ASESORIAS CONTABLES Y FINANCIERRAS	5
	COMPETENCIA	
	ELG ASESORES	4
	ECA COLOMBIA	4
	SOLUCIUONES PRINCIPALES Y ALTERNATIVAS	
	INFORMACION RAPIDA Y ACERTADA	4
	PRECIOS ACSEQUIBLES	5
	RELACION CLIENTE-EMPRESA	4
	TENDENCIAS DE MERCADO	
	GLOBALIZACION	5
	CALIDAD TOTAL	5
	LA COMPETITIVIDAD	5
	ARQUOTIPO DE LA MARCA	
	COLECTIVO	5
	CALIDAD	5
INTEGRAL	5	
REALIDAD PSICOLOGICA DE LA MARCA	PRECEPCION DE LAS MARCAS DE COMPETENCIA	
	EFECIENTES	4
	PRECIOS	3
	CALIDAD	5
	VARIABLES DE NEUROMARKETING	
	ATENCION	5
	ASOCIACION IMPLICITA	5
ACTIVACION EMOCIONAL	4,5	
POSICIONAMIETO	TOP OF MIND	
	CREDIBILIDAD	5
	CONFIANZA	5
	FIDELIDAD	5
	TOP OF HEAT	

	LOGO	5
	SENTIMIENTOS	4
REALIDAD MATERIAL DE LA MARCA	LA CONFIABILIDAD DE NUESTROS SEVICIOS SE TRADUCEN EN LOS RESULTADOS OBTENIDOS POR NUESTROS CLIENTES	5
ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	MEDIOS DE COMUNICACIÓN	4
	PAGINA WEB	5
	REDES SOCIALES	5

Matriz desarrollo de la marca 1

LOGO

ACCOUNTING FINANCIAL ADVICE S.A.S



COMPROMETIDOS CON EL CRECIMIENTO DE TU EMPRESA CON EL MAS ALTO COMPROMISO, ESFUERZO Y RESPONSABILIDAD.

MARKETING DIGITAL

Las estrategias del marketing digital se basan con el desarrollo de una página Web dinámica y de fácil acceso donde encontrarán nuestros clientes todos los servicios que ofertamos, quienes somos, nuestra historia, donde nuestros clientes se registran y desde este registro pueden tener acceso a toda su información financiera, descargar informes de cartera, proveedores, cuentas por pagar, estados financieros actualizados de propósito informativo y general para las entidades de control.

<https://jairocfuentes.wixsite.com/afasas>

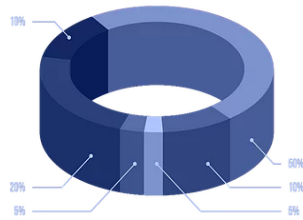
Regístrate

¿Ya tienes un perfil personal? [Iniciar sesión](#)



o

Registrarse con un email



SERVICIOS

Asesorías contables financieras y tributarias direccionados a personas naturales y jurídicas que a falta de infraestructura tecnológica locativa y humana que no procesan de manera adecuada su información contable.

Saber más

SERVICIOS ●

-
-
-
-

¿QUIENES SOMOS?

AFA S.A.S es una empresa prestadora del servicio contable con un equipo de trabajo profesional en esta área, para poder ayudar a nuestros clientes de la mejor manera y generar un excelente beneficio para ellos.

Saber más



- SERVICIOS ●
-
-
-
-

PROPUESTAS



Encuentros modernos

7 Escribir un comentario



Informes financieros

1 Escribir un comentario



Análisis de la contabilidad

2 Escribir un comentario

-
-
- CLIENTES ●
-
-

¿Más información? Contáctanos

Estamos aquí para asisitirte. Contáctanos por teléfono o mediante nuestros canales sociales.

Contactar

-
-
-
- PROPUUESTAS ●
-



AFA S.A.S

ACCOUNTING FINANCIAL ADVICE SAS

La idea de la creación de nuestra empresa surgió mediante una necesidad. Una necesidad que a medida que íbamos avanzando en nuestros estudios universitarios de (Contaduría Pública) fuimos descubriendo, ya que a nivel local, nacional e internacional hay muchísimas empresas y que actualmente siguen surgiendo más y más, ya sean micro, pequeña, mediana y grande empresa, que no tienen muy en claro las bases de la contabilidad, las finanzas, la economía, lo académico, legales, intelectuales, ente otras, que necesitan tener



Ahorros

Nuestro cliente va a generar un gran ahorro ya



Noticias financieras

Una de las principales diferencias que posee nuestra idea de negocios es el planteamiento, diseño de una plataforma web de



Todas las entradas



Jairo Andres Cifuentes Rodriguez

5 de oct de 2019 · 1 min.



Encuentros modernos

Lleva tu contabilidad sin preocupaciones. Nuestra de idea de encuentros modernos es dar a conocer que se puede



PROPUESTA ECONOMINA 01

OPERACIONES PARA PYMES

De:

\$ 4.940.000

[Descripcion](#)



PROPUESTA ECONOMINA 02

OPERACIONES PARA MICROEMPRESAS

De:

\$ 2.623.116

[Descripcion](#)



PROPUESTA ECONOMINA 03

GRANDES EMPRESAS

De:

\$ 8.161.000

[Descripcion](#)



[Precios y Productos](#)

[Usuarios](#)

[Contacto](#)

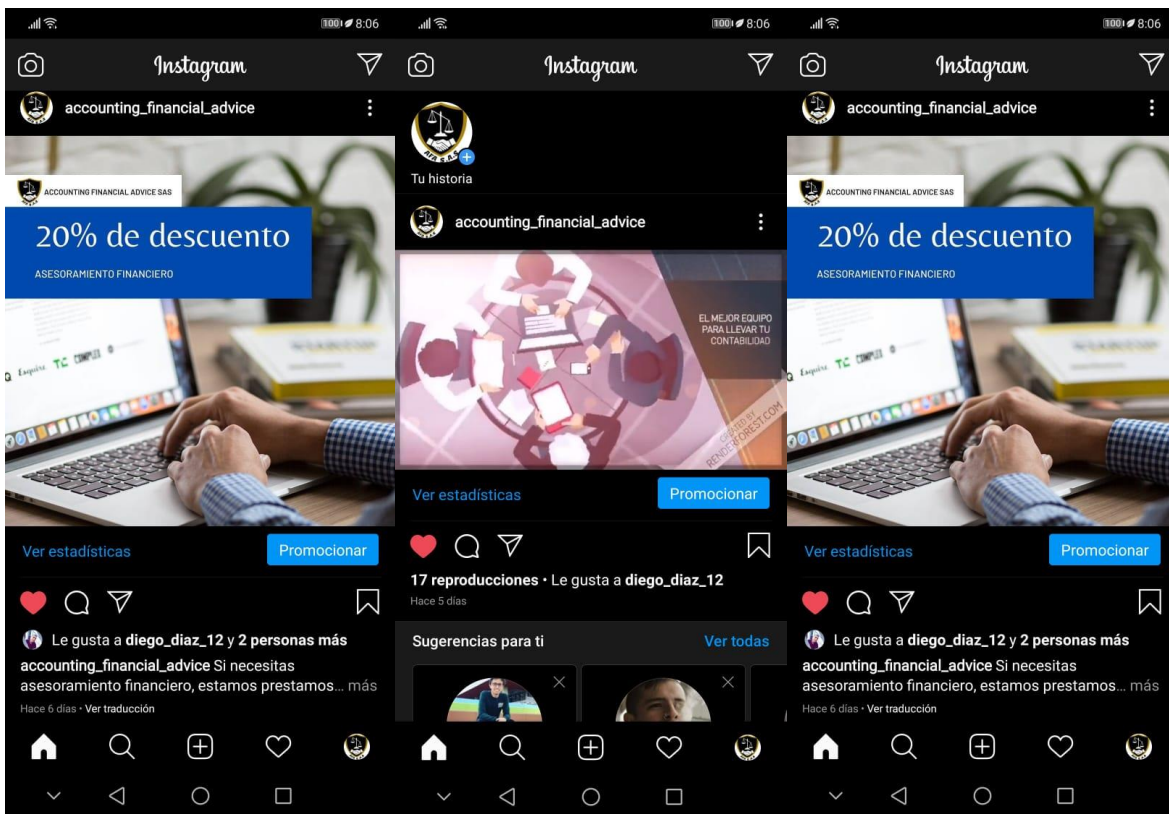
Babaria

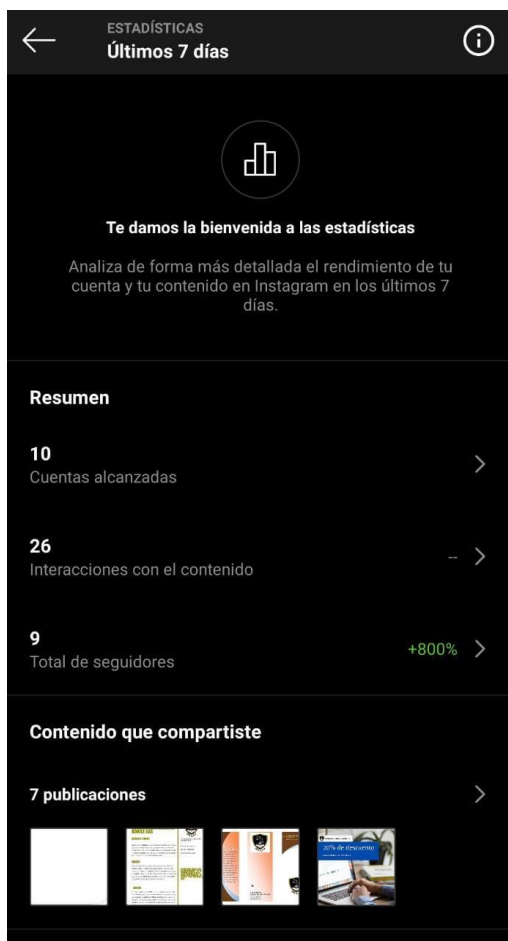
Postobon

ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL

Las estrategias de marketing digital para AFA SAS son de vital importancia ya que al desarrollar la página Web también queremos llegar a nuestros clientes de manera directa utilizando las redes sociales como una manera de llegar a ellos con el fin de persuadirlos a visitar y consultar nuestros servicios de una forma llamativa para ellos con el fin de fidelizarlos con las ventajas competitivas que ofrece nuestra marca, donde se garantiza el buen trato de la información financiera y contable de sus empresas.

Para esto también incursionamos con una publicidad en Instagram que cada vez que visiten nuestro perfil los invitara a que visiten nuestra página Web, creando en sus retinas una sensación de confianza y seguridad de nuestros servicios.





MÉTRICAS CLAVE

El hecho de publicitar en las diferentes plataformas digitales para AFA SAS tiene unos rubros importantes en el presupuesto de marketing diseñado para la atracción y captación de nuevos clientes durante cada mes se destinarán recursos para la búsqueda de nuevos clientes para la empresa que ayuden a sobresalir sobre las demás por la calidad de nuestros servicios.

Por eso acudimos a las cotizaciones hechas previamente de los distintos medios de publicidad para hacer llegar a nuestros clientes la información que requieren para tomar una decisión y adquirir nuestros servicios

PLATAFORMAS DIGITALES	NUMERO DE CLIENTES ESPERADOS	COSTO DE LA PAUTA PUBLICITARIA	PERIODO PAUTADO	MENSUAL
GOOGLE	10	\$ 189.475	UNA SEMANA	\$ 757.900
FACEBOOK	10	\$ 18.948	UNA SEMANA	\$ 75.790
INASTAGRAM	5	\$ 27.890	UNA SEMANA	\$ 111.560
TOTAL	25	\$ 236.313		\$ 945.250

$$\text{CAC} = \frac{\$ 945.250}{25}$$

$$\text{CAC} = \$ 37.810 \quad \text{MENSUAL}$$

Metricas claves 1

Además de estas pautas se utilizarán otras estrategias de publicidad como lo son pautas radiales, comerciales en los distintos medios televisivos nacionales, revistas y principales periódicos nacionales pero la estrategia que más se implementara por el tema de costos van a ser las pautas de marketing digital a través de la página Web y las redes sociales que son por donde destinaremos los mayores esfuerzos para la captación de nuevos clientes

ESTUDIO TECNICO

MACROLOCALIZACION EMPRESARIAL EN BOGOTA

En Bogotá es la ciudad donde ubicara la sede principal de la compañía ya que como se evidencia en la segmentación del mercado anteriormente mencionada esto de acuerdo a los datos proporcionados por la Cámara de Comercio de Bogotá donde durante el año 2020 donde se han creado más de 34.950 los cuales son nuestros potenciales clientes, según el plan de ordenamiento territorial distrital las empresas se encuentran en varios sectores de la ciudad.

En este sentido, la posibilidad de modificar el Plan Maestro de Desarrollo General, la definición clara de los requisitos que deben observarse para cada una de las factibilidades jurídicas, financieras, de mercado, económicas y técnicas, la posibilidad de ingresar bienes

usados, entre otros, son algunos de los temas positivos de la nueva normativa que reportan una buena recepción de parte de los empresarios. Otros aspectos como la reducción en el término de los tiempos de las Zonas Francas Permanentes Especiales de 30 a solo 15 años.

Según lo anterior a pesar de que el POT presenta algunas desventajas para la creación de empresas en Bogotá y sus alrededores genera grandes expectativas y oportunidades para los nuevos empresarios.

Al igual que las grandes ciudades y regiones del mundo, la mayoría de las empresas en Bogotá y los 59 municipios de la CCB en Cundinamarca son microempresas y pequeñas empresas que se crearon principalmente en las actividades de comercio al por mayor y al por menor (35 %), industrias manufactureras (11 %), actividades profesionales, científicas y técnicas (10 %) y alojamiento y servicios de comida (8 %). Las grandes empresas están dedicadas principalmente a las actividades de servicios (51 %), comercio (20 %), construcción (10 %) e industria (12 %). Lo cual hace que para nosotros como empresa podamos obtener muchas oportunidades de crecimiento exponencial consolidando una idea de servicios adecuada y óptima para nuestros clientes generando una propuesta de valor muy beneficiosa.

MICROLOCALIZACION EMPRESARIAL EN BOGOTA

Uno de los asuntos más importantes a los que se ven enfrentados los emprendedores, es el de la toma de decisión respecto a la mejor localización para su empresa dentro de la ciudad.

La dinámica comercial existente en la zona, la accesibilidad, la imagen urbana, las condiciones y características del entorno inmediato, el radio de acción y la cobertura que se pueda tener, las condiciones de la infraestructura de servicios, el estrato socioeconómico, las condiciones ambientales, etc. Para nosotros es un aspecto importante esta reflexión ya que los distintos sectores económicos en Bogotá y Cundinamarca además de ofrecer las oportunidades necesarias para que las grandes, medianas y pequeñas empresas que se crean en Bogotá y las que ya tiene una trayectoria se encuentran en distintos sectores de la ciudad a los cuales el acceso es fácil y llegar a ellos para presentar nuestra propuesta económica atractiva y así consolidar nuestros servicios en cualquiera de las localidades de la ciudad.

De acuerdo con lo anterior la infraestructura necesaria para el desarrollo de la idea de negocio va de acuerdo con los requerimientos de los clientes ya que al escoger una de nuestras propuestas económicas y al tamaño de la empresa de nuestros clientes ya que si el cliente requiere que si información financiera sea llevada directamente en sus instalaciones simplemente el proporcionara el espacio, los equipos y el personal requerido para la prestación del servicio, pero si por el contrario el cliente requiere que nosotros llevemos su información en nuestras oficinas se requiere de los equipos necesarios para ello, el espacio para el resguardo y control de su información , aparte de esto se requiere de los servidores necesarios para la protección de la información suministrada por el cliente, para el desarrollo de la idea de negocio se ha presupuestado los gastos de locación, licencias y equipos necesarios para el desarrollo de la actividad económica.

Tipo De Activo	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Requisitos Técnicos
Infraestructura	Oficina	1	\$ 2.100.000	Iluminación Natural Temperatura Adecuada Arquitectura Lógica Con Los Espacios Necesarios Para El Movimiento Del Personal, Y Localización De Los Muebles De La Oficina
	Bodega De Almacenamiento	1	\$ 1.100.000	Espacio Amplio Para La Ubicación De La Estantería De Almacenamiento Temperatura Adecuada Iluminación Natural Espacio Sin Filtraciones De Agua Para El Almacenamiento Controles De Plagas
Equipos De Comunicación Y Computación	Computadores	5	\$ 1.845.000	Código Cubs 1.47.1.1.32 Chasis: Metálico, Tipo Sff Núcleos 4 Velocidad 3.0 Ghz Caché 8 Mbytes

			<p>Capacidad Instalada 4 Gbytes. O Superior</p> <p>Tecnologíaaddr3</p> <p>Velocidad 1333 Mhz.</p> <p>Disco Duro: 500 Gbytes O Superior. Sata Ncq. Smart Iv. 7.200 Rpm O Superior.</p>
Servidores	2	\$ 15.000.000	<p>2 (Dos) Procesadores Intel Pentium Xeon Quad Core De 2.66ghz O Superior, Con 12mb De Cache Por Procesador, Front Side Bus De 1.333 Mhz..</p> <p>Deberán Proveerse 16gb De Memoria Ram, Ecc, Con Capacidad De Ampliación A 24gb Como Mínimo.</p> <p>Controladora De Manejos De Arreglo De Disco, Que Soporte Configuraciones De Raid 0, 1 Y 5, Como Mínimo, Con Al Menos 256mb De Memoria Cache. Soporte De Protocolo Sas</p> <p>Unidad De Teclado Independiente Del Gabinete Compuesto Por: Teclas De Función, Teclas De Movimientos Del Cursor, Teclado Numérico Reducido E Independiente, Teclado Alfabético Tipo Qwerty En Español.</p> <p>1 (Una) Placa De Comunicación Bajo Protocolo Fc-Sw/Fc-Al De 4gb Compatible Con El Switch De Fibra Óptica Solicitado Según Ficha Técnica Switch-San.</p> <p>Deberá Proveerse Con Controladora/Software De Administración Gráfico Que Permita Realizar La Gestión Remota Del Servidor</p> <p>X- Unidad Lectora/Grabadora De Cinta Backup -Indicar Marca – Modelo</p>

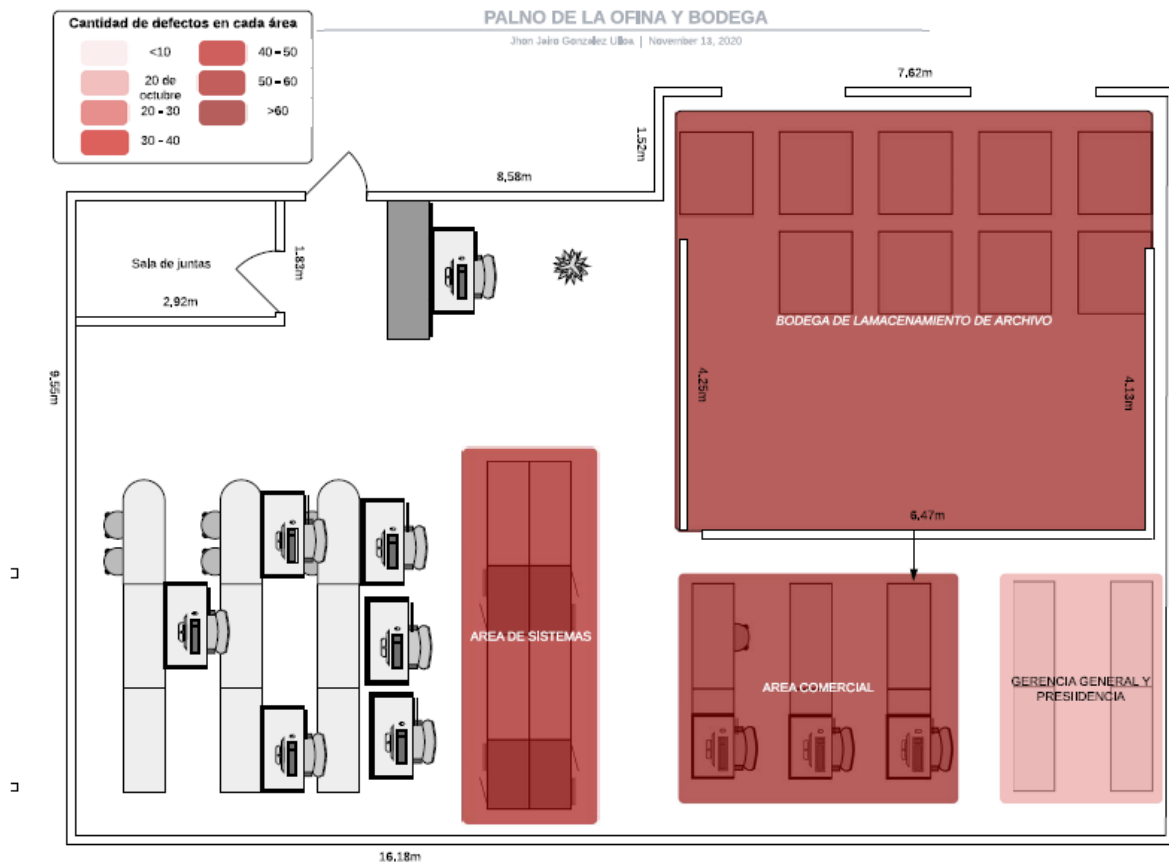
				<input type="checkbox"/> Interna O Rackeable. <input type="checkbox"/> Accesible Desde El Panel Frontal. <input type="checkbox"/> Capacidad De Almacenamiento De 36gb En Modo Nativo Y 72gb De Capacidad Con Compresión De Datos Como Mínimo. <input type="checkbox"/> Velocidad De Transferencia 2.5mb/S En Modo Nativo Como Mínimo. <input type="checkbox"/> Compatibilidad Con Formatos Dds-5, Dds-4, Dds-3 Deberán Proveerse 10 (Diez) Cartuchos De Cinta 36/72 Gb Y 2 (Dos) Cartucho De Cleaning
Muebles Y Enseres Y Otros	Escritorios	5	\$ 450.000	Superficie Plana 1,30 Mtrs* 0,70 Mts Base Metálica
	Sillas	15	\$ 110.000	Ergonómicas En Espuma Con Ruedas De Desplazamiento
	Estación Con Ups-Rac Servidor Operativo	1	\$ 15.000.000	Metálico Con Ranuras De Ventilación 1,70 Mts De Alto Por 1,5 Mts De Ancho Entradas Para Cables De Datos
	Archivadores	5	\$ 750.000	6 Góndolas De Alto Con Un Espacio De 50 Cm Entre Cada Entrepañó Metálicos

GASTOS DE OPERACIÓN

CARGO		TOTAL DEVENGO
GERENTE	1	\$ 9.734.080
EJECUTIVO COMERCIAL	1	\$ 5.353.744
TESORERO	1	\$ 4.502.012
ASISTENTE CONTABLE	1	\$ 3.034.392
TOTAL	4	\$ 22.624.228

CONCEPTO	MENSUAL
	VALOR
SERVICIOS PUBLICOS	\$ 985.000
ARRIENDO BODEGA DE ALMACENAMIENTO	\$ 1.350.000
LICENCIA SOFTWARE CONATBLE	\$ 1.855.000
LICENCIA OFFICCE	\$ 95.000
PAPELERIA	\$ 350.000
ELEMENTOS DE ASEO Y CAFETERIA	\$ 135.000
TOTAL	\$ 4.770.000

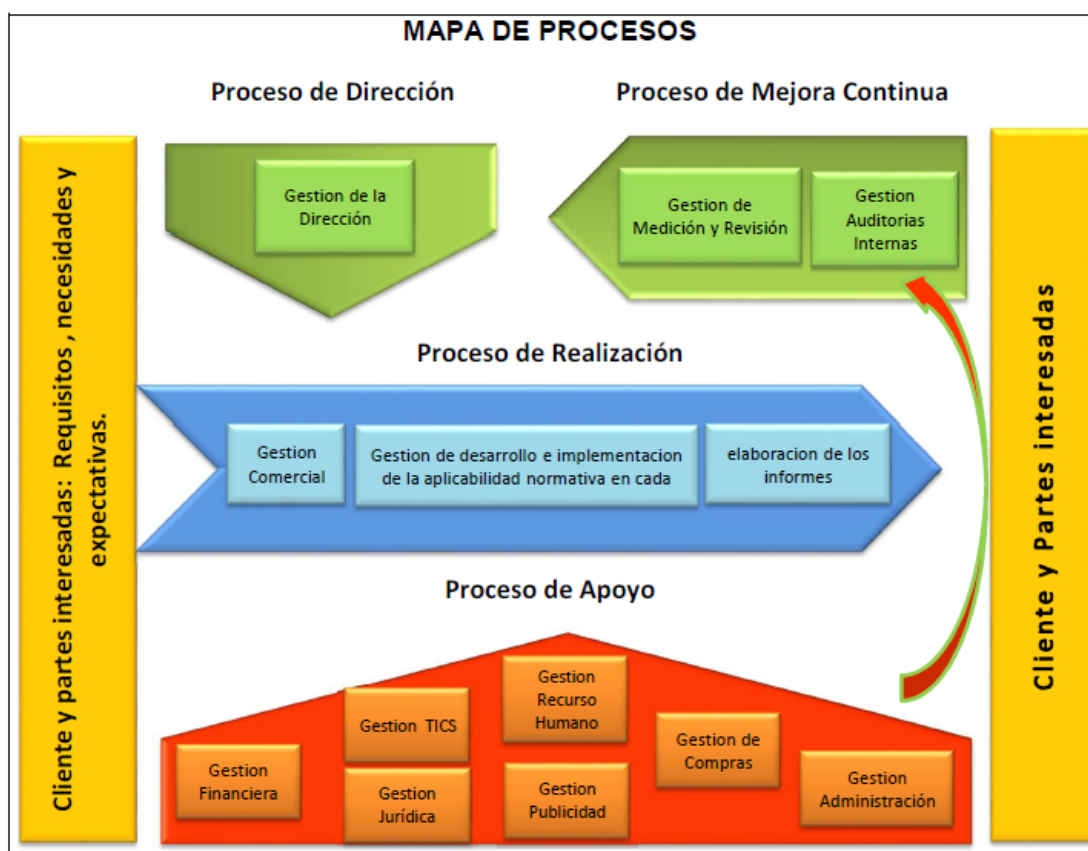
Los requerimientos técnicos para el personal según su cargo se definen por si experiencia, nivel educativo, trayectoria laboral y personal



Plano oficina 1

INGENIRIA DEL PROYECTO

Para la actividad económica que vamos a desarrollar es necesarios implementar el siguiente mapa de procesos para la prestación de nuestros servicios de asesorías contables y financieras para nuestros clientes y así asegurar que cada uno de los procesos que vamos a ejecutar repercutan a la satisfacción de todas las necesidades de nuestros clientes.



Mapa de procesos 1

CAPACIDAD DE PRODUCCION

Asesorías Contables Y Financieras				
Actividad Del Proceso	Tiempo Estimado De Realización (Minutos/Horas)	Cargos Que Participan En La Actividad	Número De Personas Que Intervienen Por Cargo	Equipos Utilizados Y Herramientas Digitales
Recepción De La Información	30 Minutos	Recepcionista	1	Computador Y Relación De Recepción De Información
Revisión De La Información	60 Minutos	Auxiliar Contable	1	Página De La Dian
Separación De Información	20 Minutos	Auxiliar Contable	1	Manual-Computador Y Relación De Clasificación
Digitación De La Información	2 Horas	Auxiliar Contable	2	Computador-Software Contable
Análisis De Los Informes Generados Por El Software Contable	1 Hora	Analista Contable	1	Software Contable-Computador - Informes Generados
Elaboración Y Presentación De Impuestos	4 Horas	Analista Contable De Impuestos	2	Computador-Software Contable-Página De La Dian
Envío Para Pago De Los Impuestos	15 Minutos	Analista Contable De Impuestos	1	Computador-Envío A Través De La Plataforma De AFA SAS
Programación Para Pago De Obligaciones Con Proveedores	2 Horas	Auxiliar Contable	2	Computador-Relación De Pago A Proveedores-Plataforma AFA SAS
Elaboración De Nomina Del Cliente	3 Horas	Analista De Nomina	2	Computador-Software De Nomina-Envío Por Plataforma AFA SAS

Elaboración Y Presentación De Los Estados Financieros	1 Semana Por Cada Cliente	Contador	3	Computador-Software Contable-Formato Establecido Para Presentación De Estados Financieros
Elaboración Y Presentación De La Información Exógena	1 Semana Por Cada Cliente	Contador	1	Computador-Software Contable-Pagina De La Dian
Elaboración Y Presentación A Las Entidades De Control	1 Semana Por Cada Cliente	Contador	1	Computador-Software Contable-Pagina De Las Entidades De Control

Para cada una de las actividades a desarrollar por cada uno de los integrantes del equipo de AFA SAS son las necesarias para el cumplimiento de cada uno de los objetivos de las propuestas económicas presentadas a nuestros clientes que asesoramos, como una actividad adicional la asesoría financiera que genera la propuesta de valor para que los clientes tomes las decisiones adecuadas para el funcionamiento óptimo de sus empresas y así ser rentables y sus finanzas sean prosperas.

FICHA TÉCNICA

La ficha técnica para cualquiera de nuestros servicios de asesorías financieros y contables es una forma detallada de lo que pretendemos brindar a nuestros clientes que requieran nuestros servicios.

**ACCOUNTING FINANCIAL ADVICE S.A.S**

CODIGO AFA-ADM-001

VERSIÓN No.001

13/11/2020

FICHA TECNICA DEL SERVICIO**A. ASESORIAS CONATBLES Y FINANCIERAS**

Consultoría y asesoramientos financieros contables para soluciones a personas naturales, jurídicas y empresas formalizadas, brindando ayudas, conocimientos, prestando nuestros servicios en temas contables como lo son asesorías, presentación de estados financieros, declaraciones de impuestos, análisis a los estados financieros y en general llevando su contable, también al momento de la toma de decisiones en cuanto al ámbito financiero y contable por falta de conocimientos.

B. OBJETIVO

Asesoría: Conocimientos u orientación a una persona natural o jurídica que carece de ellos
Consultoría: Diseño e implementación de planes de mejora para asegurar la competitividad, sustentabilidad y autogestión de las organizaciones.

C. METODOLOGIA

Presencial, clasificación, digitación, presentación del análisis técnico de la información, presentación de los informes financieros, impuestos y programaciones de pagos para lograr la eficiencia y confiabilidad requerida por los clientes.

D. DESCRIPCIÓN GENERAL

Asesoría financiera, tributaria, fiscal, auditoría interna y externa, teneduría de libros contables, digitación y control de la información, para la satisfacción de las necesidades del cliente donde el objetivo principal es darle a las pequeñas, medianas y grandes empresas que requieren nuestros servicios con el fin de tener la certeza de que su información contable y financiera es tratada de manera confiable. Donde cada uno de los servicios prestado generan un ahorro importante en cuanto a los costos de personal, infraestructura, software y demás costos en los que incurren por el tratamiento y manejo de la información contable.

D. DURACION

La planeación del flujograma de ciclos de procesos están de acuerdo a cada ciclo contable establecido por la norma tanto legal como fiscal. Esto ajustado a los tiempos que se estipularán en los contratos de prestación de servicios firmados con cada cliente.

E. ENTREGABLES

Planeación de tributaria, programación de pagos a proveedores, nómina, impuestos, archivos digitales y físicos de la información contable, estados financieros de propósito general y específicos, análisis y diagnóstico de las auditorías internas y externas, análisis y diagnósticos financieros, planes de inversión.

G. PERFIL DEL CLIENTE

Personas naturales, jurídicas y empresas que se encuentran en un entorno desfavorable ya sea por falta de conocimientos de contabilidad u tecnología para llevar a cabo esta misma labor de contabilidad. Que carecen de la suficiente capacidad para llevar, aplicar la normativa contable con eficiencia.

G. PERFIL DE QUIEN ENTREGA EL SERVICIO**REQUISITOS PARA LA CONTRATACION****DURACION Y REMUNERACION**

Lo preestablecido en el contrato

Lo preestablecido en la propuesta económica

PERSONAL QUE DESARROLLA LA PROPUESTA**PERFIL REQUERIDO**

CONTADOR-ASISTENTES CONTABLES

Contadores titulados con las distintas especializaciones

Estudiantes en proceso de formación técnicos o tecnólogos

Firma del responsable del servicio:

REPRESENTANTE LEGAL

Nombre del Responsable del servicio

Jhon Jairo Gonzalez

Firma:

PRODUCTO MINIMO VIABLE

“ACCOUNTING FINANCIAL ADVICE S.A.S
(AFA S.A.S)”

Elaboración (crear).

La idea de nuestro producto, al desarrollar este informe se puede observar que se tiene clara. Nuestro producto mínimo viable, consiste en la prestación de toda clase de servicios contables, implementando estrategias de mercado tecnológicas.

La idea de nuestro producto (prestación de servicios contables), se encuentra sólida, se ha pasado por un proceso de retroalimentación desde el inicio del semestre. Realizando cada corrección dado por nuestros docentes. Y donde nuestro enfoque del producto que queríamos presentar en la creación de nuestra empresa, siempre consistió en; la prestación de servicios contables a personas naturales y jurídicas, implementando las herramientas tecnológicas/digitales. Que nos permitieran brindar un servicio contable más innovador, y permitiéndonos llegar a más clientes.

Desarrollo (medir).

Como se puede observar también en nuestro informe final, se podrá encontrar que se realizó diferentes estudios, investigaciones. Que nos permitieran identificar que tan viable podía llegar hacer nuestra idea de negocio. Desde la segmentación de mercado, se realizó la búsqueda de tabulación con datos y estadísticas del sector empresarial de Bogotá y sus alrededores, el porcentaje de las pequeñas empresas, PYMES, además del porcentaje de personas naturales, que es un gran sector para aprovechar en nuestro campo de servicio. Los competidores, (empresas contables), su enfoque radica mas en las empresas (Personas jurídicas) del sector publico y privado. Pero las empresas conformadas por personas jurídicas es un buen campo de clientes. Siendo esto identificado con el estudio realizado a nuestro sector de competitividad. Por eso se plantea también la elaboración de la pagina web, y la implementación de redes sociales. Algo que es importante en este nuevo mercado donde la tecnología es importante. Todos estos datos informaciones, que se realizaron para el desarrollo de la idea, su estudio y su medición es lo que encontramos en el cuerpo de todo este informe final

Estructura (aprender).

Construcción del PMV	Validación del PMV	Análisis económico	estrategia de Marketin	Prueba de mercado	Comercialización

Construcción del PMV.

Con las pautas brindadas en las primeras unidades de la asignatura, donde se llevó un proceso y pautas para plantar la idea de nuestro negocio, para desarrollar nuestro producto mínimo viable. El cual ya en el primer paso fue analizado y específico cual es y en que consiste

Validación del PMV

Nuestro producto, como se menciona ha llevado una serie de pasos, el cual ha llegado al filtro de esta última etapa el cierre. Donde se ha tenido que llevar un proceso de realización de diferentes estrategias, estudios, retroalimentación y corrección. Todo esto permitiendo tener claro nuestro PMV, nuestra idea de negocio, nuestro enfoque de innovación, nuestro mecanismo de desarrollo de trabajo, y nuestros clientes.

Análisis Económico

Esta pauta se realizó, una vez pasado de establecer el PMV, donde se miro cual era la inversión en la que íbamos a incurrir para poder llevar a cabo el desarrollo de nuestro producto, buscando la disminución de gastos y costos, siendo realistas en nuestra capacidad de inversión. Es por eso que estudiamos la manera mas viable para poder ejecutar nuestro servicio, implementado ciertas estrategias. Toda esta información dicha en estos párrafos, es la que se encontrara en todo el desarrollo de este informe.

Estrategia de marketin.

La estrategia de marketin, es una herramienta importante que permite llevar un mejor fortalecimiento en nuestro negocio. Para ello se realizó también, tenemos además una estrategia de marketin digital, donde se implementa la idea de la creación de la página web, siendo más factible la prestación de nuestros servicios, a nuestros usuarios, y permitiendo llegar a más clientes, además de implementar herramientas digitales también como las redes sociales, un campo digital que permite que se conozca mas la empresa

Prueba de mercado y Comercialización.

Para nuestro producto mínimo viable, que resumido consiste en; Prestación de servicios contables a personas naturales y jurídicas, implementando estrategias digitales. Se desarrolla una serie de pasos, investigaciones, que nos permitieran reconocer el mercado donde íbamos a entrar a competir, además de como es el comportamiento de este mercado y de las personas, empresas, a las que queríamos llegar, que nos reconocieran y utilizaron nuestro servicio. Por ello se realizó Varios estudios de mercado.

Por último, está el paso final la comercialización. Actualmente ya como se puede observar en el informe, contamos con nuestra pagina web, la cual aparte de brindar un servicio directo con nuestros clientes, presenta la información de nuestra empresa, para aquellos que deseen mirar de que trata se pueden informar con ella. También ya contamos con algunos seguidores en nuestras redes sociales, donde subimos información de nuestra empresa.

CONCLUSIONES

En el transcurso de la asignatura creación de empresas dos se han estudiado los conceptos y las bases claras para el desarrollo de una idea de negocio la cual, mediante el análisis del entorno del mercado, estrategias de innovación sostenible y el análisis de las cinco fuerzas de Porter se genera un modelo de negocio el cual presenta soluciones integrales para nuestros clientes mediante estándares de calidad certificados.

Aplicando los conocimientos adquiridos en el transcurso académico de la carrera como lo son los principios de contabilidad generalmente aceptados en Colombia, aplicación y adopción de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) que garantizan la fiabilidad y exactitud de la información de nuestros clientes.

BIBLIOGRAFIA

1. Orobio Montaña, A., Rodríguez Rodríguez, E. and Acosta Quevedo, J., 2020. *Análisis Del Impacto De Implementación De Las Normas Internacionales De Información Financiera (NIIF) En El Sector Industrial De Bogotá Para Pymes**. [online] Revistas.javeriana.edu.co. Available at: <[https://revistas.javeriana.edu.co/files-articulos/CC/19-48%20\(2018\)/151557795008/](https://revistas.javeriana.edu.co/files-articulos/CC/19-48%20(2018)/151557795008/)> [Accessed 15 November 2020].
2. Orobio Montaña, A., Rodríguez Rodríguez, E. and Acosta Quevedo, J., 2020. *Análisis Del Impacto De Implementación De Las Normas Internacionales De Información Financiera (NIIF) En El Sector Industrial De Bogotá Para Pymes**. [online] Revistas.javeriana.edu.co. Available at: <[https://revistas.javeriana.edu.co/files-articulos/CC/19-48%20\(2018\)/151557795008/](https://revistas.javeriana.edu.co/files-articulos/CC/19-48%20(2018)/151557795008/)> [Accessed 15 November 2020].
3. Bogotá, C., 2020. *Bogotá Es Una Ciudad Atractiva Para La Localización Empresarial - Observatorio - Cámara De Comercio De Bogotá*. [online] Ccb.org.co. Available at: <<https://www.ccb.org.co/observatorio/Economia/Economia-dinamica-incluyente-e-innovadora/Dinamica-empresarial/Bogota-es-una-ciudad-atractiva-para-la-localizacion-empresarial>> [Accessed 15 November 2020].