

CREACION DE EMPRESAS 2 MODELOS DE INNOVACION
ASSOCONTABLES



VICTOR MANUEL VALENCIA RUBIO
Contaduría pública

Corporación unificada nacional de educación superior
Creación de empresas
Bogotá DC
2020

Tabla de contenido

Contenido

Lista de tablas	3
Introducción.....	4
1.1 Objetivo general	5
1.2 Objetivos específicos	5
2. Descripción de la idea de negocio.....	6
2.1Modelo de negocio	7
2.2 Como captaremos a nuestros clientes.....	8
2.3 Alternativas que se ofrecerán a los clientes por internet	8
2.4 Como cerrara la venta por Internet y cuales podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?.....	8
3. Innovación sostenible.....	9
4. Análisis del sector	10
4.1 Estrategia océano azul	10
4.1.2 Variables importantes.....	11
4.1.3 Fuerzas de Porter	12
5. Marketing Mix.....	13
5.1 Estrategias de producto para clientes.....	13
5.1.1 Portafolio	15
5.2 Estrategia de precios.....	17
5.3 Estrategias de distribución.....	17
5.4 Estrategias de comunicación	17
6. Desarrollo de la marca.....	18
Logo	18
6.1 Matriz de desarrollo de marca	19
7. marketing digital	20
8. Estrategias de marketing digital.	21
8.1 Métrica clave	22
9 Localización del proyecto	24

9.1 Planos	26
10 ingeniería del proyecto.....	27
Flujograma.....	27
10.1 Tablas des operación.....	28
11. Ficha técnica	29
12. Lanzamiento del producto	31
Bibliografía.....	32

Tabla de ilustraciones

Ilustración 1. planos	26
Ilustración 2.flujograma	27
Ilustración 3.lanzamiento del producto.....	31

Lista de tablas

Tabla 1 Idea de negocio	6
Tabla 2. Innovación sostenible	9
Tabla 3 variables	11
Tabla 4. Fuerzas de Porter	12
Tabla 5 marketing mix.....	13
Tabla 6. Estrategias de precio	17
Tabla 7. Matriz de desarrollo.....	19
Tabla 8 estimación del tamaño optimo.....	25
Tabla 9 insumos de trabajo	28
Tabla 10 operación.....	28
Tabla 11 ficha técnica	29

Introducción

El mundo de hoy se ha centrado tanto en la tecnología y en el desarrollo de nuevos sistemas automáticos en el que les facilite la vida las personas y a las empresas rendimiento del trabajo un ejemplo claro y es el que estamos viviendo hoy en día por la pandemia es el teletrabajo que por lo que vemos a funcionado bien en las empresas.

Este proyecto se realizará y ejecutara pensando en esas tecnologías y facilitando la vida de las personas obtenido asesorías contables desde la comodidad de su casa o más conocido como conexiones remotas, donde se brindarán todo tipo de asesorías contables tanto para personas naturales y pequeñas empresas. Donde miraremos como funciona el mercado de la web que tan rentable es nuestro negocio frente a la competencia si es viable esta idea de negocio, y nos apoyaremos en todas las herramientas de trabajo para llevar a flote el proyecto.

Utilizamos herramientas de investigación y carectizacion de nuestro trabajo como las fuerzas de Porter, como llegar a nuestros clientes pensar cual es su primordial necesidad frente a temas contables, identificar nuestra competencia que ofrecen ellos que nosotros no, y tener un plan estrategia y de negocio.

1.1 Objetivo general

- ✓ Estudiar y analizar cómo funciona el mercado de la web conjunto con las asesorías virtuales de procesos contables y jurídicos. Determinado las necesidades de las personas que necesitan este tipo de asesoría y acompañamiento en los temas de ley.

1.2 Objetivos específicos

- ✓ Identificar la necesidad de las personas que necesiten asesoramientos contables
- ✓ Analizar el mercado digital y el posicionamiento de los competidores
- ✓ Diseñar una estrategia de mercado digital donde los clientes obtengan servicios sin salir de casa.

2. Descripción de la idea de negocio

La idea de negocio será de asesorías contables donde utilizaremos la internet como canal de asesoramiento debido a lo que hoy vivimos en el mundo y más que eso porque estamos llegando al mundo de la era moderna donde todo se realizará por internet y páginas web y conexiones remotas 100% online domicilio y entrega de documentos ante los juzgados, Dian y super financieras según sea el caso.

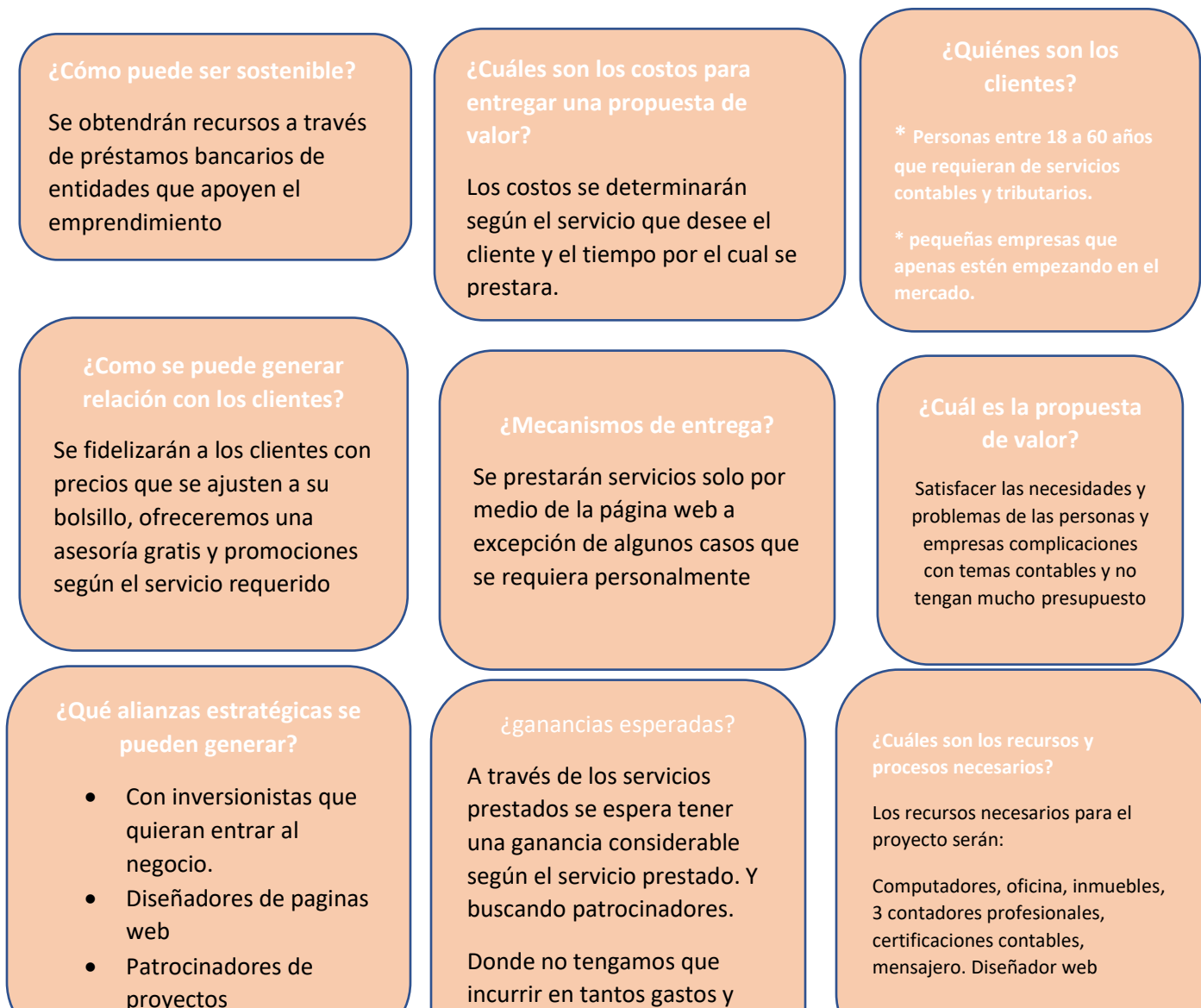
Tabla 1 Idea de negocio

Cuál es el producto servicio	Prestación de servicios de: Asesoría tributaria, finanzas corporativas, manejo de nómina pequeñas empresas, declaración de impuestos personas naturales y preparación de estados financieros.
Quien es el cliente potencial	Personas y pequeñas empresas que deseen todo tipo de asesorías contables desde por medio del internet sin tener que ir a las oficinas de atención.
Cuál es la necesidad	Satisfacer las necesidades de las personas que no tienen un conocimiento en temas contables y los necesiten sin salir de casa y sin ninguna preocupación, y las pequeñas empresas que hasta ahora están pesando en el mercado.

Como	<ul style="list-style-type: none"> • Creando una página web segura para los microempresarios y personas naturales. • Prestando servicios en línea • Tener todas las certificaciones de trabajo al día.
Por qué lo preferirían	Siento que van a preferirnos por la calidad de trabajo y la confianza que le generaremos a nuestros clientes sin preocupaciones y sin costos altos.

Fuente. Cun digital

2.1 Modelo de negocio



2.2 Como captaremos a nuestros clientes

Captar a los clientes no será un proceso fácil pero no imposible así que se captaran de la siguiente manera.

- Con anuncios por los medios de comunicación, y buscando a las personas que necesiten algún tipo de servicio contable preferiblemente a personas que tengan la necesidad que ver con este tema.
- Ofrecernos una asesoría gratis para que conozcan un poco más de nuestros servicios y las personas profesionales que atenderán su requerimiento
- Repartir volantes
- Ofrecer descuentos según el servicio
- Seguimiento a los clientes

(ciberclick, s.f.)

2.3 Alternativas que se ofrecerán a los clientes por internet

- Contar con un canal de venta online.
- Estrategias de conversión de visitas
- Contenido confiable y seguro
- Conexiones remotas a los pc (empresas)
- Pagos a crédito o de contado

2.4 Como cerrara la venta por Internet y cuales podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?

Una vez se esté entregando el servicio le daremos ese toque de confianza que el cliente necesita para adquirir y confiar en el servicio prestado, satisfacer las expectativas esperadas escuchar al cliente y que se sienta seguro, contagiar al optimismo y crear credibilidad.


Los medios de pagos serán:

- Transferencias bancarias
- Consignaciones bancarias
- Pagos por Daviplata

(ecomercial.net, s.f.)

3. Innovación sostenible

Tabla 2. Innovación sostenible

	AGUA	ENERGIA	MATERIAS PRIMAS	EMISIONES	RESIDUOS
EL PRODUCTO TIENE UN ECODISEÑO	El agua no se desperdiciara ya que no trabajaremos casi con ella, solo en casos en los que las necesitemos	*se utilizaran estabilizadores de energia para no consumir tanta luz, y lamparas ahorradoras. *Se utilizaran computadores de mesas y portatiles en caso de que se tenga que salir de la oficina	En el servicio que se prestara no utilizaran materias primas en caso de enviar algun documento se utilizaran sobres	No se emitiran algun tipo	*El pastico *Los cartones *La hojas para reutilizar
REALIZA ALGUN TIPO DE CAMPAÑA QUE FAVOREZCA AL MEDIO AMBIENTE		*Se utilizara una moto para envio de documentos a nuestros clientes *Trasporte publico	*Tarjetas de presentacion *Bonos de descuentos		

Fuente elaboración propia

4. Análisis del sector

4.1 Estrategia océano azul

Competidores

Esta clasificación está enfocada al mercado de referencia, ya que algunas empresas pueden, y de hecho ofrecen, productos y/o servicios capaces de satisfacer las mismas necesidades del cliente, y los servicios pueden ser excelentes y de buena calidad.

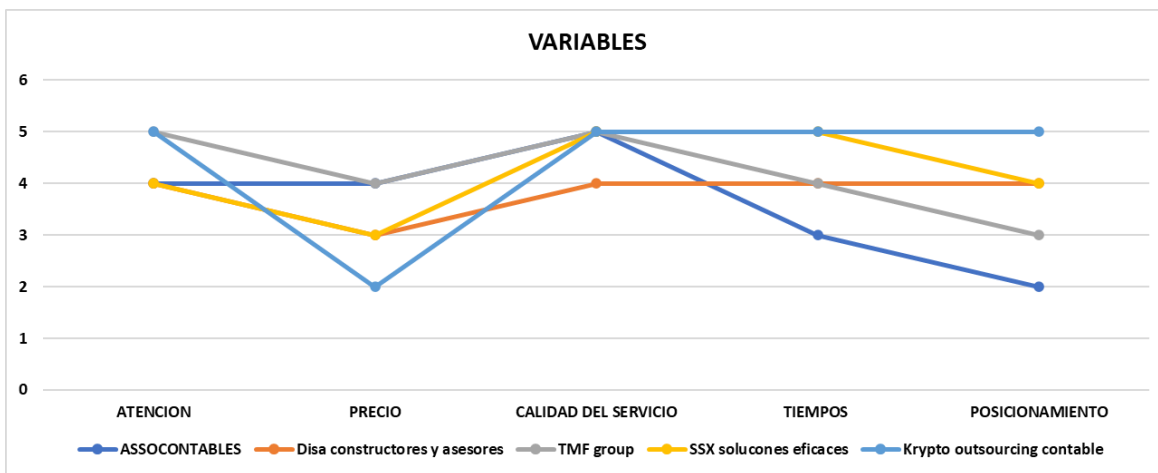
- ❖ Dísa constructores y asesores
- ❖ TMF group
- ❖ SSX soluciones eficaces
- ❖ Krypto outsourcing contable
(contables, s.f.)

4.1.2 Variables importantes

Tabla 3 variables

	ATENCION	PRECIO	CALIDAD DEL SERVICIO	TIEMPOS	POSICIONAMIENTO
ASSOCONTABLES	4	4	5	3	2
Disa constructores y asesores	4	3	4	4	4
TMF group	5	4	5	4	3
SSX solucones eficaces	4	3	5	5	4
Krypto outsourcing contable	5	2	5	5	5
ESTRETEGIA	INCREMENTAR	REDUCCION	CREAR	ELIMINO	MANTENER

Ilustración 1. variables



Fuente: elaboración propia

4.1.3 Fuerzas de Porter

Tabla 4. *Fuerzas de Porter*

FUERZAS DE PORTER	ESTRATEGIA
AMENAZA DE PRODUCTOS O SERVICIOS SUSTITUTOS	<ul style="list-style-type: none"> *Aportar un valor añadido a los servicios prestados, hacer creer al cliente que este es el servicio que necesita y que no necesita de otras organizaciones *Fidelizar a los clientes y adoptar estrategias que levanten barreras para los productos sustitutos desarrollando las idóneas estrategias comerciales.
PODER DE NEGOCIACION DE LOS PROVEEDORES	<ul style="list-style-type: none"> *Comparar precios con otros proveedores *Ofrecer una contra oferta en el que los proveedores queden satisfechos y la empresa *Generar un vinculo de confianza.
PODER DE NEGOCIACION DE LOS CLIENTES	<ul style="list-style-type: none"> *Aumentar la inversion en marketing y publicidad- *Mejorar los canales de venta- *Ofrecer promociones como: una asesoria gratis si nos recomienda con un familiar o conocido que adquiera nuestros servicios. Descuentos especiales según el servicio que adquiera, entre otros
AMENAZA DE NUEVOS ENTRANTES	<ul style="list-style-type: none"> * Realizar una segmentacion del mercado objetivo. *Diferenciacion del producto. *Aumentar los canales de venta, publicidad e invertir un poco de capital. *Mejorar nuestros servicios
RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES EXISTENTES	<ul style="list-style-type: none"> *Incrementar la calidad del producto y sistemas de conexión *Buscar sociedad con contadores calificados y con experiencia en temas contables *Mejorar la experiencia del usuario *Proporcionar un valor añadido a nuestros clientes.

Fuente: elaboración propia

5. Marketing Mix

Tabla 5 marketing mix

MARKETING MIX						
Estrategia	objetivo o smart	como	quien	cuando	donde	valor
PRODUCTO	Aumentar las ventas online en un 50% en el 6 semestre del año y tener mayor presencia de marca siendo reconocida por 500 clientes	contactando a nuevas personas y empresas que tengan este tipo de necesidad, pidiendo a nuestros clientes que recomienden la empresa	area de mercadeo	En el sexto semestre del año una vez puesta en marcha el funcionamiento de la empresa	en todo el territorio de Colombia	\$ 5.000.000
PRECIO	Realizar un descuento de hasta el 10% para clientes nuevos que empiezan adquirir nuestros servicios y según el servicio que tomen	A los clientes que adquieren el servicio por primera vez y puedan suplir su necesidad	area financiera	Apenas se coloque en marcha el negocio	todo el territorio	\$ 3.000.000
PROMOCION Y COMUNICACIÓN	realizar un descuento del 30% a clientes y/o empresas que tomen dos servicios. También a las empresas que contraten nuestros servicios permanentemente un descuento máximo del 7%	Indicándole al cliente los descuentos que puede obtener si adquiere dos o más servicios o si se vuelve un cliente permanente de la empresa formalizando un contrato	area de marketing	cuando los clientes adquieran dos servicios o se realicen clientes permanentes	todo el territorio	\$6.000.000 o según servicio o contrato

5.1 Estrategias de producto para clientes

- **Núcleo:** El servicio se realiza por vía internet, lo que se va ofrecer es que la conexión sea 100% segura, donde no haya intermisiones y los datos del cliente no corran algún riesgo. Se trabaja con una página web fácil de manejar para los clientes.
- **Calidad:**
- Conocer las demandas y expectativas de los **clientes**.

- Desarrollar pautas de servicio.
- Medir grado de **satisfacción**.
- Identificar las tendencias.
- Tener todos los documentos al día y la información necesaria para ofrecer los mejores servicios.
- **Envase:** debido a que es un servicio no se genera un envase para el servicio.
- **Diseño:** el diseño del producto será que navegue fácilmente por la página web y logrará identificar el servicio con un nombre y un logo que se colocará a los servicios prestados.
- **Servicio:** servicios vip, cliente preferencia, descuentos, online todo el tiempo hasta los horarios establecidos, atención prioritaria según requerimiento y urgencia del cliente.

5.1.1 Portafolio

asoocontables asesorías contables online

Asesorías Contables



Somos una empresa cuyo objetivo es llegar a cumplir las necesidades tributarias y contables de las empresas y las personas naturales quienes desean estos servicios pero no cuentan con suficiente capital para pagar el servicio. Nuestros servicios:



Preparación de estados financieros

se les ofrecerá a la las pequeñas empresas el servicio de preparación de estados financieros:

- *Estado de la situación financiera.
- *Estado de resultados.
- *Cambios en el patrimonio
- *Estado de flujo de efectivo
- *Nota a los estados financieros

Declaraciones de renta

contaremos con este servicio para:

- *personas jurídicas
- *personas naturales
- *Empresas pymes.



va dirigido a todas las personas y empresas que tienen problemas con la declaración de renta y a la hora de presentarlo para evitar las sanciones ante el estado.

Finanzas corporativas

se realiza una asesoría a las empresas en crecimiento que deseen la asesoría de como crear un rentabilidad estable para su empresa y que se posicione en el mercado y las acciones de las empresas tengan buena rentabilidad, con las asesorías de un economista y un contador gerencial.





Consultoría tributaria

Nuestro acompañamiento consiste en facilitar la gestión tributaria de la compañía a través de la conceptualización y actualización frente a los impactos y cambios presentes en la normatividad tributaria a nivel general, realizando un acompañamiento tributario especializado en los proyectos y nuevas estrategias que desea emprender la compañía desde la realidad económica de cada negocio en particular.



Representante legal

Victor Manuel Valencia
Contador publico
TP 1100-T

Manejo de nomina pymes

Va dirigido a las pequeñas empresas que no cuentan con un personal que no maneje la nomina de la empresa y requiera de un externo.



comunicate con nosotros

telefono:3933333
celular:3007274413
correo electrónico:
assocontables@gmail.com.co



5.2 Estrategia de precios

Debido a que la empresa realiza servicios más económicos se tomara como eje “**precios basados en la competencia**” para eso compararemos los servicios en promedio de todas nuestras competencias y realizaremos un aproximado del costo.

Tabla 6. Estrategias de precio

competencia	competencia	asoccontables	primera vez servicio	cliente premium
servicio	costo	costo aproximado	descuento	descuento
asesorias contables	\$ 4.716.000	\$ 3.000.000	5%	2%
declaraciones de renta PN	\$ 150.000	\$ 110.000	3%	3%
declaraciones de renta PJ	\$ 1.000.000	\$ 800.000	2%	4%
Preparacion de estados financieros	\$ 7.000.000	\$ 5.000.000	10%	5%
Finanzas corporativas	\$ 4.000.000	\$ 3.500.000	8%	6%
Consultoria tributaria	\$ 6.000.000	\$ 5.000.000	10%	7%

Fuente: elaboración propia

5.3 Estrategias de distribución

Debido a los servicios que se van a presentar captaremos a nuestros clientes de forma directa con el Marketing directo. Como atraeremos a nuestros clientes:

Una vez nuestros clientes adquieran nuestros servicios se les realizara un seguimiento todos los días de la semana, se enviarán recordatorios, reunión ante los juzgados por medio de mensajes de textos y correos electrónicos, como va su proceso de declaración, preparación de estados y los más importante que resaltara nuestra empresa, se realiza una visita personalidad una vez terminado el servicio para ver si el cliente y empresa puedo concretar sus necesidades.

5.4 Estrategias de comunicación

La idea de negocio será de asesorías contables donde utilizaremos la internet como canal de asesoramiento debido a lo que hoy vivimos en el mundo y más que eso porque estamos llegando al mundo de la era moderna donde todo se realizará por internet y páginas web y conexiones remotas 100% online domicilio y entrega de documentos ante los juzgados, Dian y super financieras según sea el caso.

6. Desarrollo de la marca

Logo



6.1 Matriz de desarrollo de marca

Tabla 7. Matriz de desarrollo

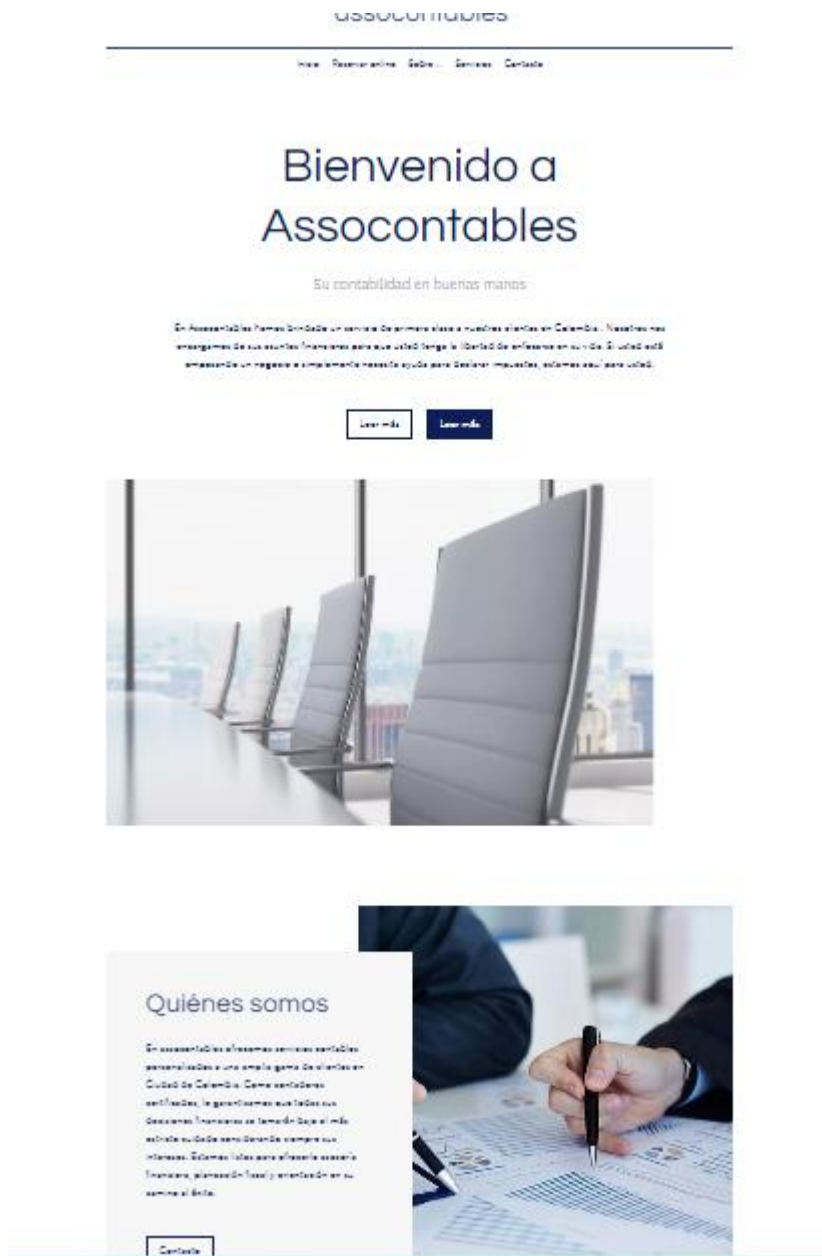
MATRIZ DESARROLLO DE MARCA		
Nombre de la idea	Assocontable	
PASOS	OBJETIVO	RESULTADO
primer paso: diagnostico del mercado	A. Identificacion del sector	consultorias contables, asoramiento, declaraciones, pago de nomina, presentacion de estados financieros
	B. identificar marcas en competencia	1. disa consultores y asesores, 2 tmf, sxx soluciones eficaces, Krypto outsourcing contable
	C. Soluciones principales y alternativas	manejo de empresas grandes, asesorias internacionales, contrato con personal contable
	D. tendencias del mercado	conexiones remotas, online 24/7
	E. arquetipo de la marca	creador, inocente
segundo paso: realidad psicologica	A. Percepcion de las macar de la competencia	son buenas empresas que ofrecen un servicio excelente y cuenta con los mejores contadores
	B. identificar variables del neuromarketing	servicio al cliente
Tercer paso: posicionamiento	A. identificar top of mind	porfavor mencione su primera opcion al utilizar un servicio contable
	B. identificar top of heart	campañas de publicidad
Cuarto paso: realidad material de la marca	traducir nuestra propuesta de valor en la marca	servicios online y servicios presenciales confiables, precios bajos ante la competencia
Quinto paso estrategia de comunicación		Marketing digital

Fuente: elaboración propia

7. marketing digital

Link página web

<https://victorvalenciar.wixsite.com/website>



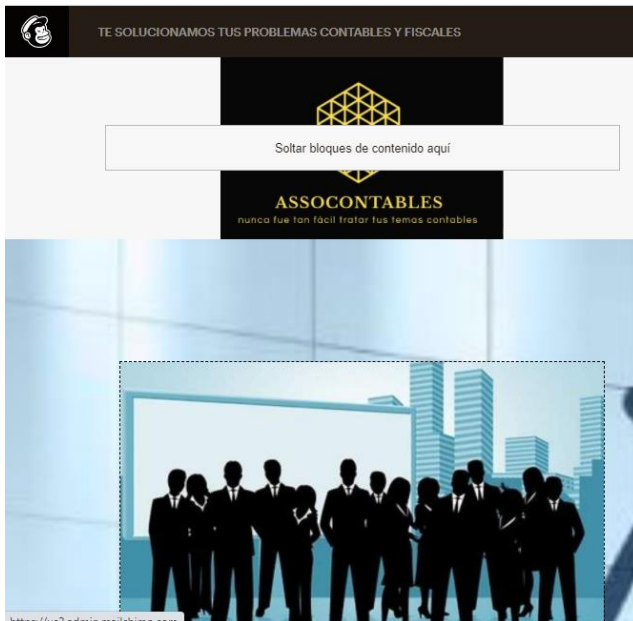
La página que se utilizará será Facebook empresarial y wix

8. Estrategias de marketing digital.

Campaña

Una vez creada nuestra pagina web y publicada en Instagram llegaremos a nuestros clientes enviando el link de nuestra pagina y promocionado en Instagram a nuestros conocidos, nuestra población será toda Colombia y personas entre los 20 hasta los 90 años interesados en temas contables y empresas pequeñas que necesitan llevar su contabilidad y no cuentan con un buen presupuesto, pues pensamos que este mercado objetivo es el mejor para que la empresa ocupe buen posicionamiento, una vez enviados captados nuestros clientes utilizaremos la página Campaigns para enviar a los interesados el correo de campaña y se obtener una respuesta para contactarnos con ellos y llegar a una posible contratación y ofrecer nuestros servicios con grandes promociones que no podrán resistirse.

Campaigns



Instagram

Tono de llamada

18,000,000
Personas alcanzadas potenciales
Excelente

Nombre del público
personas y empresas

Lugares
Colombia

Intereses
Todos | 31 - 65 años

Crear público

6,800,000
Personas alcanzadas potenciales
Excelente

Nombre del público
personas y empresas

Lugares
Colombia

Intereses
Contabilidad o Finanzas

Edad y sexo
Todos | 18 - 65 años

Presupuesto y duración

COP 10,000 durante 5 días

Presupuesto total

22,000 - 58,000
Alcance estimado

Presupuesto

COP 22,000 por día

Duración

5 días

Más información sobre presupuesto, duración y distribución

8.1 Métrica clave

Debido a que la pagina es nueva no hemos tenido visitas a la pagina





Se aplicar la formula

$CAC = \text{Gasto total en captación} / \# \text{ clientes captados.}$

Al ser un negocio que hasta ahora esta comenzando tendremos un objetivo de 50 clientes en el primer mes, analizando que hasta ahora somos una empresa que esta entrando en el mercado competitivo y que no tenemos reconocimientos, empezaremos por nuestros conocidos quienes tienen que realizar declaraciones y están dispuestos a cancelar un menor valor por mejor servicio. Una vez entrando a nicho empezaremos a recomendarlos con los clientes ofreciéndole descuentos por cada persona o empresa que solicite el servicio.

Gastos totales en capacitación: solo se dará capacitación a 3 personas quienes serán dos contadores y la secretaria.

$CAC = \$5.000.000 / 70 = \$71,428$

Esto es lo que nos costara captar a un cliente mediante el primer mes en que la empresa entra en funcionamiento.

9 Localización del proyecto

Se tiene dos opciones donde se puede ubicar la empresa una es en el Centro de la ciudad de Bogotá o la otra es en chapinero, para iniciar la funcionalidad solo se arrendará 2 oficinas en donde se ubicará el personal de trabajo, la segunda será la de archivo donde se guardará toda la información pagares, documentos, declaraciones, estados financieros, facturas, cuentas de cobro entre otra. Eso mientras estamos pasando la pandemia del covid-19

Aproximadamente se tendrá un presupuesto de arrendamiento de \$3.000.0000 debido a la zona en donde se encontrar la oficina.

Se considera que es un punto viable ya que es hay donde se encuentran los juzgados, las notarías, y las personas que más necesitan de este servicio.

Debido a lo que estamos viviendo hoy y que quedara marcado en un futuro se pensara iniciar con trabajo mixto teletrabajo y presencial ya que evitamos los riesgos de contagio y se tiene una mayor productividad del personal, solo se usara la oficina en caso de ir a llevar algún documento o recoger para algún caso. O si se requiere una asesoría en persona.

Tabla 8 estimación del tamaño óptimo

ESTIMACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO

Requerimientos Técnicos

Tipo de Activo	Descripción	Cantidad	Valor Unitario*	Requisitos técnicos**
Infraestructura – Adecuaciones	Lote	1	\$ 3.000.000	se necesitaran dos oficinas oproximadamente 14m2
	pintado de las oficinas,decoracion de la recepcion	2	\$ 2.000.000	se necesitarn pinturas, y todo lo necesario para la presentacion de la oficina
Equipo de comunicación y computación	Computador de mesa	3	\$ 2.500.000	marca, lenovo,core i7,memoria ram de 16gb,windows 10, teclado,mause,monitor, color negro, 5 años vida util
	Impresora	1	\$ 500.000	marca hp,impresión laser,hpfast res 1200,tamaño adf 8,5X14 pulg cama plana hasta 1200, formato png y pdf, conexión a wifi 5 años de vida util
	Telefono de mesa	3	\$ 30.000	navegador/teléfono/aprovisio- namiento automático > Aproveccionamiento Automático FTP/TFTP/ HTTP/HTTPS para implementación masiva > Aproveccionamiento Automático con PnP > Bloqueo del teléfono para protección de la privacidad personal > Zero-sp-touch, TR-069 > Restablecer la configuración original, reboot > Exportar el rastreo de paquetes, registro del sistema 5 alos vida util
Muebles y Enseres y otros	Escritorio de en L	2	\$ 300.000	
	silla tipo escritorio	2	\$ 150.000	
	Archivador	1	\$ 1.000.000	
Gastos pre- operativos	Costitución	1	\$ 50.000	constitucion de la sociedad
	Apertura	1	\$ 219.000	según el valor de activos que tenemos
	Registro	1	\$ 251.500	registro ante camara de comercio

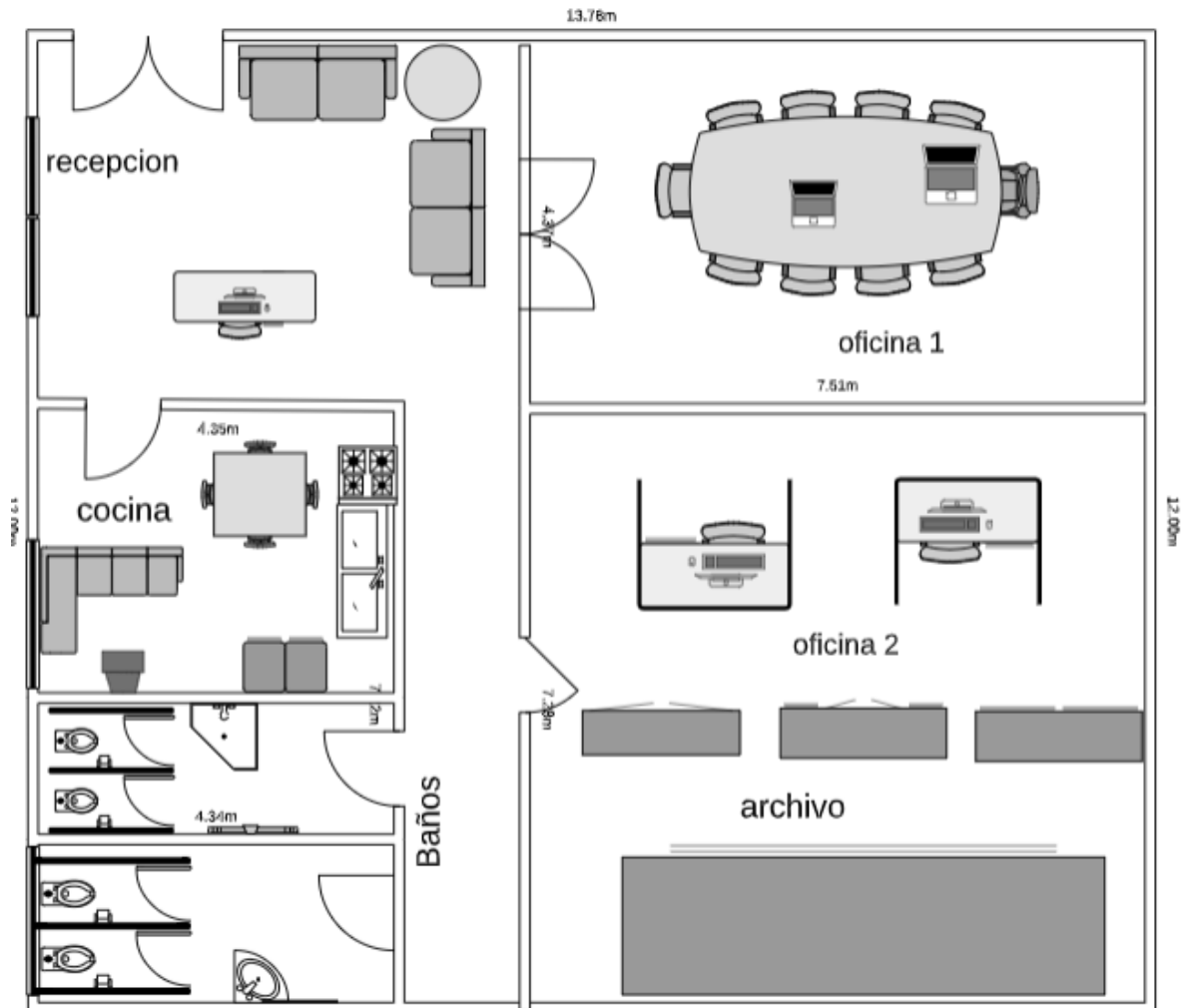
Metodo de Escalación

**ESTABLECIMIENTO
COMERCIAL**

ASPECTOS / VARIABLES	VALORES
Capacidad total de los equipos (Horas, tonelada, unidades x año)	15
Capacidad anual	64.800
Capacidad mensual	
Nº de días de operación (30 días)	5.400
Horas de producción	180,0

9.1 Planos

Ilustración 1. planos

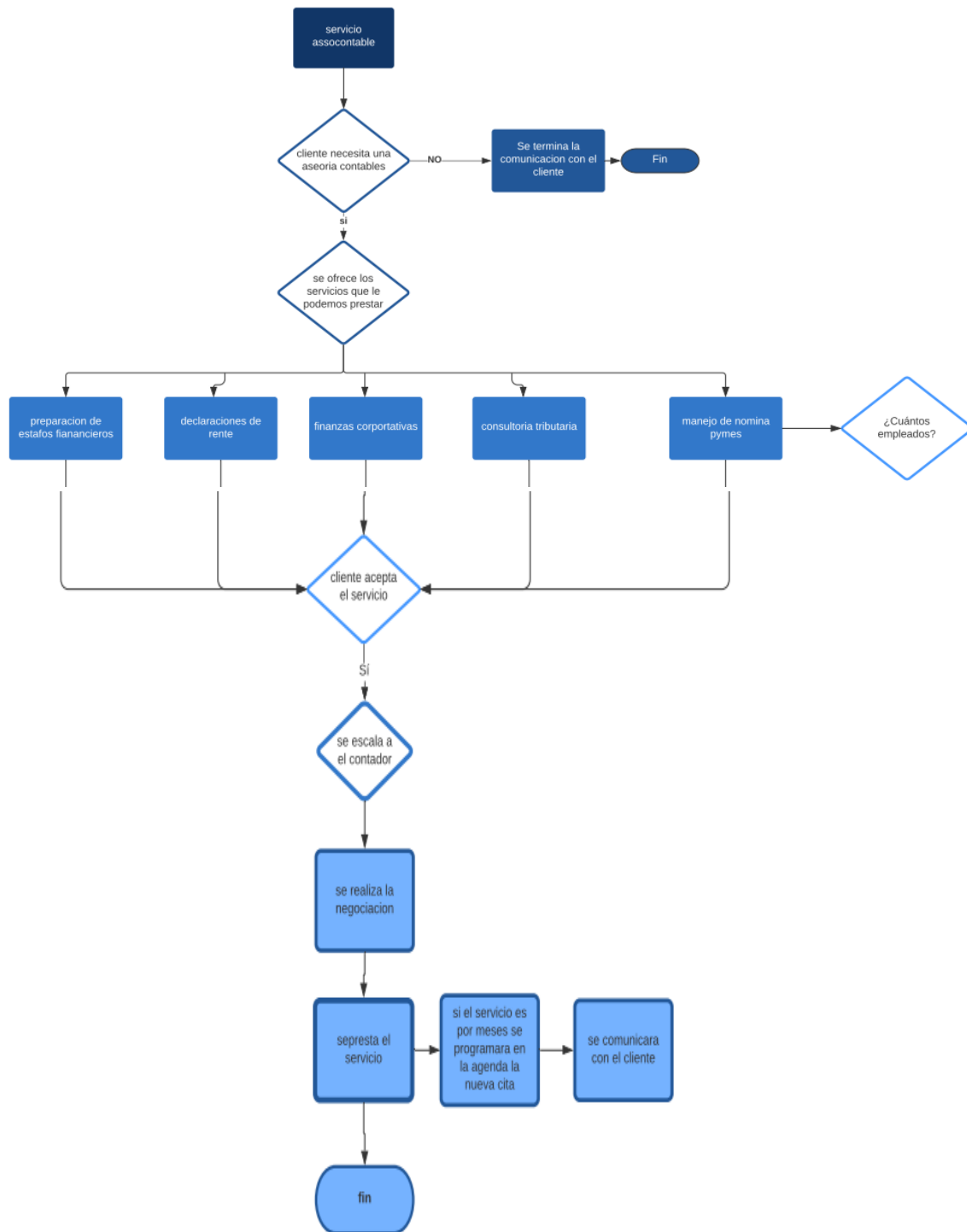


Elaboración fuentes propia

10 ingeniería del proyecto

Flujograma.

Ilustración 2.flujograma



Elaboración fuente propia

10.1 Tablas des operación

Tabla 9 insumos de trabajo

Equipos	unidad	precio unitario	total
Computador de mesa	3	\$ 2.500.000	\$ 7.500.000
Impresora	1	\$ 500.000	\$ 500.000
Teléfono de mesa	3	\$ 30.000	\$ 90.000
Escritorio en L	2	\$ 300.000	\$ 600.000
silla tipo escritorio	2	\$ 150.000	\$ 300.000
Archivador	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Software contable	1	\$2.500.000	\$2.500.000

Elaboración fuente propia

Tabla de operación


Tabla 10 operación

Servicio
servicio a prestar

Actividad del proceso	tiempo estimado del servicio en horas	Cargos que participaran en la actividad	Numero de personas que intervienen por cargo	equipos que se utilizan (cantidad de servicio/unidad de tiempo)
preparacion de estados financieros	72	1	2	0,13
declaracion de renta	2	1	2	0,50
finanzas corporativas				0,13
consultoria tributaria	5	1	2	0,20
manejo de nomina pyme (se tomara por meses)	12	2	2	0,08

11. Ficha técnica

Tabla 11 ficha técnica

	ASSOCONTABLES		
	CODIGO	VERSIÓN	FECHA
FICHA TECNICA DEL SERVICIO			
A. NOMBRE DEL SERVICIO (Defina el nombre del servicio)			
Asesorías contables			
<p>se prestaran los servicios contables a todas las empresas que requieran de una asesoria contable a un bajo costo que en el mercado, que tiene problemas con su contabilidad donde llevaremos sus estados fiancieros bajo niff y norma local, pagaremos sus nomiminas, declaraciones de renta,finanzas corporativas.para las personas naturales realizaremos declaraciones de renta,consultrias tributarias entre otras.</p>			
B. OBJETIVO			
<p>El obojetivo principal es ayudar a las personas y pequeñas empresas, que tienen problemas con su contabilidad pero no tienen suficiente presupuesto para contratar un contador o un outsourcing contable para llevar toda su contabilidad, y en en las personas que declaren sus impuestos a tiempo y evitar sanciones ante la DIAN. Otro objetivo es crear un vinculo de confianza entre los clientes y que sepan que estan en buenas manos y con los mejores contadores</p>			
C. METODOLOGIA			
<p>*Conexión remota por medio de una platamorma creada por la empresa *Presencial solo en caso de requerirla *servicios online</p>			
D. DESCRIPCIÓN GENERAL			
<p>Este servicio se caracteriza por ser un servicio de confianza, en el cual nuestros clientes requieren de asesorías para rentabilizar sus empresas o negocios , tambien para las personas naturales junto a la innovacion deigital que se les pfrece. donde las asesoria se llevaran por personal calificado y profesional</p>			
D. DURACION			
Según el servicio: *Preparacion de estados financieros= 15 dias o 30 *Declaracion de renta= 2 horas *fianzas corportativas= según el tiempo que lo desee el cliente *Consultoria tributaria= 5 horas *Manejo de nomina= según el tiempo que lo desee el cliente			
E. ENTREGABLES			
*se entregara documentos,archivos, recibos de pago, soporte de plataforma			

G. PERFIL DEL CLIENTE

*todas las pequeñas empresas privadas que requieran que se lleven su contabilidad desde la preparación de estados financieros hasta el pago de sus nóminas solo se prestará el servicio a 20 empresas.

*Todas las personas entre los 20 años hasta los 80 que requieran de una asesoría contable ya sea una consulta, pagar sus impuestos, o que necesitan para llevar su contabilidad solo se prestará el servicio a un máximo de 100 personas ya que solo contamos con dos contadores según como este creciendo el negocio ampliaremos nuestro nicho de mercado.

G. PERFIL DE QUIEN ENTREGA EL SERVICIO

Requisitos de contratación:

Nombre del cargo: contador público

***Perfil requerido:** se requiere contador público con tarjeta profesional con experiencia en el manejo de software contables, declaraciones de impuestos, manejo de contabilidad bajo NIIF y bajo norma local, manejo de nómina y cualquier otra función inherente al cargo

***Tipo de contratación:** Prestación de servicios

***Remuneración:** de \$1.000.000 hasta \$5.000.000 según el servicio requerido

**Firma del responsable
del servicio:**

REPRESENTANTE LEGAL

**Nombre del Responsable
del servicio**

Victor Manuel Valencia Rubio

Firma:

Victor V

Fuente: elaboración propia

12. Lanzamiento del producto

Ilustración 3.lanzamiento del producto

¿Que problema estas tratando de resolver?	¿Quién es tu público objetivo?	¿Cómo resolverás este problema?	Cuál es el primer paso?
			
<p>atraer clientes para que conozcan de los servicios que se pueden ofrecer en asesorías contables</p>	<p>personas entre los 20 y 80 años y pymes</p>	<p>creando publicidad por medio de las redes sociales y presencial por medio de volantes</p>	<p>empezar en marcha con la empresa, y por medio de los medios electrónicos realizar la publicidad</p>

Create your own at Storyboard That

elaboración :fuente propia

Bibliografía

(s.f.). Obtenido de

<http://www.elcomercial.net/fidelizacion/cap07.htm#:~:text=La%20confianza%20es%20la%20seguridad,imagen%20y%20las%20experiencias%20pasadas.>

ciberclick. (s.f.). Obtenido de <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/6-estrategias-para-captar-y-fidelizar-clientes>

contables, e. (s.f.). Obtenido de <https://mundialdecontadores.com/>

ecomercial.net. (s.f.). Obtenido de

<http://www.elcomercial.net/fidelizacion/cap07.htm#:~:text=La%20confianza%20es%20la%20seguridad,imagen%20y%20las%20experiencias%20pasadas.>

<https://virtual.cun.edu.co/digital/course/view.php?id=8415>

<ccb.org.co/Cree-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa>

https://www.amconsulting.com.co/?gclid=Cj0KCQiAnb79BRDgARIsAOVbhRrlqLfzAt751xH1nNuh-Z3nU2vXGtZzgLLIXf4rN2Bcq3ZWEIF_P7gaAvczEALw_wcB

https://users.wix.com/logo/signin?sendEmail=false&customized=logo_maker&color=LOGO&originUrl=https:%2F%2Fwww.wix.com%2Flogo%2Fmaker%2Fesh&redirectTo=https:%2F%2Fwww.wix.com%2Flogo%2Fmaker%2Fesh%2Fshorten%2Fr%2FrEA-BzA&postSignUp=https:%2F%2Fwww.wix.com%2Flogo%2Fmaker%2Fesh%2Fshorten%2Fr%2FrEA-BzA&referralInfo=HEADER&loginDialogContext=signin&overrideLocale=es&forceRender=true

<https://lucid.app/documents#/dashboard>

<https://www.eipe.es/blog/estudio-competencia-4-pasos/#:~:text=Un%20estudio%20de%20la%20competencia%20no%20es%20m%C3%A1s%20que%3A%20identificar,de%20marketing%20de%20una%20empresa.>

<https://www.unica360.com/segmentacion-de-clientes-una-propuesta-de-clasificacion-i>

<https://thepowermba.com/es/business/las-5-fuerzas-de-porter/>

<https://ingenioempresa.com/matriz-foda/>

<https://debitoor.es/glosario/definicion-marketing-mix>

<https://blog.fromdoppler.com/marketing-mix/>

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion>

<https://yiminshum.com/las-herramientas-digitales-basicas-necesarias-community-manager/>