

UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY
VICERRECTORADO ACADEMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y GERENCIALES
ESCUELA DE CONTADURIA PUBLICA



**PLAN ESTRATEGICO DE LA OFICINA DE SERVICIOS CONTABLES
TRIBUTARIOS Y OBLIGACIONES PATRONALES, LCDA. KATYUSKA DÍAZ,
PERIODO 2023-2027**

Presentado por:

BR. JHARYELY CAROLINA BARRIENTOS CUELLAR

BR. JOSE GREGORIO ARAQUE HERNANDEZ

TRUJILLO, VENEZUELA

2023

UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY
VICERRECTORADO ACADEMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y GERENCIALES
ESCUELA DE CONTADURIA PUBLICA



**PLAN ESTRATEGICO DE LA OFICINA DE SERVICIOS CONTABLES
TRIBUTARIOS Y OBLIGACIONES PATRONALES, LCDA. KATYUSKA DÍAZ,,
PERIODO 2023-2027**

**Trabajo de Grado para optar al título de Licenciado (a) (as) (os) en Contaduría Pública o
Administración de Empresas**

Presentado por:

BR. JHARYELY CAROLINA BARRIENTOS CUELLAR

BR. JOSE GREGORIO ARAQUE HERNANDEZ

Tutor

MSC. CRISTINA VIERAS

TRUJILLO, VENEZUELA

2023

VEREDICTO

VICERRECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y GERENCIALES

VEREDICTO

Nosotros, Prof. Msc. Lilibana Rivera Artigas, Profe. Esp. Belkis Abreu y Prof. Msc. Cristina Vieras, designados como miembros del Jurado Examinador del Trabajo Especial de Grado titulado **PLAN ESTRATEGICO DE IA OFICINA DE SERVICIOS CONTABLES TRIBUTARIOS Y OBLIGACIONES PATRONALES LCDA. KATYUSKA DÍAZ PERIODO 2023-2027** que presenta el(la) Bachiller **BARRIENTOS CUELLAR JHARYELY CAROLINA**, Portador de la C.I. No. 27.891.222, nos hemos reunido para revisar dicho trabajo y después de la presentación, defensa e interrogatorio correspondiente lo hemos calificado con: **dieciseis (16) puntos**, de acuerdo con las normas vigentes dictadas por el Consejo Universitario de la Universidad "Valle del Mombuy", referente a la evaluación de los Trabajos Especiales de Grado para optar al título de Licenciada en Contaduría Pública.

En fe de lo cual firmamos en Valera a los nueve días (09) días del mes de junio del año dos mil veintitrés.


Prof. Esp. Belkis Abreu
C.I. 13.050.571
JURADO


Prof. Msc. Cristina Vieras
C.I. 10.910.669
TUTOR


Prof. Msc. Lilibana Rivera Artigas
C.I. 13.048.877
PRESIDENTE DEL JURADO


Prof. Msc. Gilberto Rojas
C.I. 19.285.228
DECANO




C.I. 9.013.217
VICERRECTORA



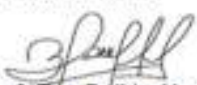


VICERRECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y GERENCIALES

VEREDICTO

Nosotros, Prof. Msc. Liliana Rivera Artigas, Profe. Esp. Belkis Abreu y Prof. Msc. Cristina Vieras, designados como miembros del Jurado Examinador del Trabajo Especial de Grado titulado **PLAN ESTRATEGICO DE IA OFICINA DE SERVICIOS CONTABLES TRIBUTARIOS Y OBLIGACIONES PATRONALES LCDA. KATYUSKA DÍAZ PERIODO 2023-2027** que presenta el(la) Bachiller **ARAQUE HERNANDEZ JOSÉ GREGORIO**, Portador de la C.I. No. 28.521.904, nos hemos reunido para revisar dicho trabajo y después de la presentación, defensa e interrogatorio correspondiente lo hemos calificado con: **dieciseis (16) puntos**, de acuerdo con las normas vigentes dictadas por el Consejo Universitario de la Universidad "Valle del Mombuy", referente a la evaluación de los Trabajos Especiales de Grado para optar al título de Licenciado en Contaduría Pública.

En fe de lo cual firmamos en Valera a los nueve días (09) días del mes de junio del año dos mil veintitrés.



 Prof. Esp. Belkis Abreu
 C.I. 13.050.571
 JURADO



 Prof. Msc. Cristina Vieras
 C.I. 10.910.669
 TUTOR


 Prof. Msc. Liliana Rivera Artigas
 C.I. 13.048.877
 PRESIDENTE DEL JURADO


 Prof. Msc. Gilberto Rojas
 C.I. 19.285.228
 DECANO




 Prof. Dra. Ana Linares
 C.I. 9.013.217
 VICERRECTORA





+58 412 2263605



www.uvm.edu.ve



universidadvalledelmombuy@uvm.edu.ve

DEDICATORIA

Expresamos nuestra dedicatoria muy especialmente a nuestras madres porque sin su amor y apoyo no habría sido tan satisfactoria esta experiencia, por alentarnos en aquellos momentos difíciles, siempre recordándonos de que somos capaces. Esto también va dedicado a nuestros abuelos quienes con su sabiduría y cariño nos han formado para ser personas de bien, con visión hacia el futuro y recordándonos que debemos confiar y no conformarnos, pues siempre hay cosas nuevas por aprender y adquirir nuevas experiencias.

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a Dios primeramente por la vida que nos ha regalado

Por siempre guiarnos durante estos años,

Y por permitirnos llegar hasta este punto.

A nuestras familias gracias por ser nuestro apoyo incondicional, por ser

nuestra mayor motivación y acompañarnos

durante estos años de estudio.

A todos los profesores que impartieron sus conocimientos,

para con nosotros.

Y para todos nuestros conocidos y compañeros que compartieron

siempre sus buenos deseos y nos brindaron su apoyo.

RESUMEN

Por medio de la investigación realizada se ideó un plan estratégico para dar solución al objetivo principal de la misma, que en este caso es mejorar la competitividad de la empresa seleccionada, todo ello mediante diferentes procesos de conocimiento necesarios para poder tener ideas claras que permitan conocer de la organización sin ser parte de ella.

En este sentido, se valoran distintos puntos, ya que observas cuales son los objetivos y como dar solución a los mismos, es decir, se diagnostica su entorno (económico, social, legal, entre otros). Con esto en mente es de resaltar que es un plan con una proyección futuro y que por ello se ha de comparar su situación actual y la visión que se tiene para dentro de algunos años.

En definitiva, la empresa es rentable pero debe mejorar varios aspectos como aumentar sus ingresos obteniendo nuevos clientes, todo ella teniendo en cuenta que la organización debe avanzar conforme pasa el tiempo y no, adaptándose a la innovación de la actualidad y la muchas estrategias que existen para hacer crecer tu negocio; ya sea que tu empresa este muy bien establecida o hasta ahora estén empezando, se debe seguir buscando estrategias para mejorar.

PALABRAS CLAVES:

Plan estratégico, Innovación, Objetivos.

ABSTRACT

Through the research carried out, a strategic plan was devised to provide a solution to its main objective, which in this case is to improve the competitiveness of the selected company, all through different knowledge processes necessary to be able to have clear ideas that allow knowing of the organization without being part of it.

In this sense, different points are valued, since it observes what the objectives are and how to solve them, that is, its environment (economic, social, legal, among others) is diagnosed. With this in mind, it is worth noting that it is a plan with a future projection and that is why its current situation must be compared with the vision that it has for a few years from now.

In short, the company is profitable but it must improve several aspects such as increasing its income by obtaining new clients, all taking into account that the organization must advance as time goes by and not adapting to current innovation and the many strategies that exist. to grow your business; Whether your company is very well established or just starting out, you should continue looking for strategies to improve.

KEYWORDS:

Strategic plan, Innovation, Objectives.

TABLA DE CONTENIDO

INDICE DE TABLAS	14
INDICE DE FIGURAS.....	15
INDICE DE ANEXOS	16
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	17
1.1 Idea Actual de Negocio/Nombre del Negocio	17
1.2 Descripción del Producto/Servicio a Ofrecer.....	20
1.3 Equipo de Trabajo	21
1.4 Diagnostico Organizacional	22
1.5 Diagnostico Situación Contable-Financiera.....	24
1.6 Definición del Problema.....	26
1.7 Propuesta de Valor	29
1.7 Objetivos del Trabajo de Investigación.....	30
<i>1.7.1 Objetivo General</i>	30
<i>1.7.2 Objetivos Específicos</i>	30
CAPÍTULO II. ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DEL ENTORNO.....	32
2.1 Análisis del Macro Entorno (PESTEL).....	32
2.1.1. <i>Entorno Político</i>	32
2.1.2. <i>Entorno Económico</i>	33

	10
2.1.3. <i>Entorno Social</i>	33
2.1.4. <i>Entorno Tecnológico</i>	34
2.1.5. <i>Entorno Ecológico</i>	34
2.1.6. <i>Entorno Legal</i>	35
2.1.7. <i>Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE)</i>	35
2.2 <i>Análisis del Micro Entorno del Sector: Fuerzas de Porter</i>	36
2.2.1. <i>Negociación con Proveedores</i>	36
2.2.2. <i>Negociación con Clientes</i>	36
2.2.3. <i>Rivalidad entre Competidores Existentes</i>	37
2.2.4. <i>Desarrollo Potencial de Productos Sustitutos</i>	37
2.2.5. <i>Entrada de Nuevos Competidores</i>	38
2.2.6. <i>Nivel de Atractividad de la Industria</i>	38
2.2.7 <i>Matriz de Evaluación de los Factores Internos (MEFI)</i>	39
CAPÍTULO III. ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO INTERNO.....	40
3.1 <i>Modelo de Negocio CANVAS</i>	40
3.2 <i>Análisis Funcional de la Empresa</i>	43
3.2.1. <i>Gerencia de la Empresa</i>	43
3.2.2. <i>Recursos Humanos</i>	43
3.2.3. <i>Investigación y Desarrollo</i>	44
3.2.4. <i>Finanzas</i>	44

	11
3.2.5. <i>Logística y Aprovisionamiento</i>	45
3.2.6. <i>Operaciones</i>	45
3.2.7. <i>Marketing y Ventas</i>	46
3.2.8. <i>Servicios Postventa</i>	46
CAPÍTULO IV. FORMULACIÓN DE OBJETIVOS 2023 – 2027.....	49
4.1 Objetivo General 2023 a 2027	49
4.2 Objetivos Estratégicos 2023 a 2027	49
4.3 Análisis de los Objetivos Estratégicos 2023 a 2027	50
CAPÍTULO V. LA ESTRATEGIA DEL NEGOCIO	52
5.1 Formulación de la Estrategia.....	52
5.1.2. <i>Matriz Interna – Externa (MIE)</i>	54
5.2 Selección de la Estrategia.....	56
5.2.1. <i>Matriz de Estrategias Vs Objetivos Estratégicos</i>	56
5.2.2. <i>Estrategias Seleccionadas</i>	57
CAPÍTULO VI. PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN	58
6.1 Plan Funcional de Marketing	58
6.1.1. <i>Situación Actual de la Gerencia de Marketing</i>	58
6.1.2. <i>Objetivos de Marketing</i>	59
6.1.3. <i>Acciones Estratégicas de Marketing</i>	60
6.1.4. <i>Presupuesto</i>	64

6.1.5	<i>Ejecución de Tareas del Plan de Marketing</i>	64
6.2	Plan Funcional de Operaciones	66
6.2.1	<i>Situación Actual de la Gerencia de Operaciones</i>	66
6.2.2	<i>Objetivos de Operaciones</i>	67
6.2.3	<i>Desarrollo de la Estrategia de Operaciones</i>	68
6.2.4	<i>Presupuesto</i>	69
6.2.5	<i>Ejecución de Tareas del Plan de Operaciones</i>	69
6.3	Plan Funcional de Recursos Humanos	70
6.3.1	<i>Situación Actual de la Gerencia de Recursos Humanos</i>	70
6.3.2	<i>Objetivos de Recursos Humanos</i>	71
6.3.3	<i>Estrategias</i>	72
6.3.4	<i>Presupuesto</i>	73
6.3.5	<i>Ejecución de Tareas del Plan de Recursos Humanos</i>	73
6.5	Plan de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	74
6.5.1	<i>Situación Actual de la RSE</i>	74
6.5.2	<i>Objetivos de RSE</i>	75
6.5.3	<i>Actividades de RSE</i>	75
6.5.4	<i>Presupuesto</i>	76
6.5.5	<i>Ejecución de Tareas del Plan de RSE</i>	76
6.6	Plan Funcional de Finanzas y Evaluación Financiera.....	77

6.6.1. <i>Situación Actual de la Gerencia Financiera</i>	77
6.6.2. <i>Objetivos de Finanzas</i>	78
6.6.3. <i>Inversión en activos (fijos e intangibles). Depreciación y amortización 2023-2027.</i>	78
6.6.4. <i>Proyección de ventas 2023-2027</i>	80
6.6.5. <i>Proyección de costos y gastos operativos 2023-2027</i>	81
6.6.6. <i>Cálculo del capital de trabajo 2023-2027</i>	83
6.6.7. <i>Estructura y opciones de financiamiento 2023-2027</i>	83
6.6.8. <i>Estado de resultado proyectado 2023-2027</i>	84
6.6.9. <i>Estado de situación financiera proyectado 2023-2027</i>	85
6.6.10. <i>Flujo de caja proyectado 2023-2027</i>	86
6.6.11. <i>Punto de Equilibrio 2023-2027 (En cantidades y unidades monetarias)</i>	87
6.6.11. <i>Indicadores de rentabilidad 2023-2027</i>	87
CONCLUSIONES	89
RECOMENDACIONES.....	91
REFERENCIAS BIBLOGRÁFICAS.....	92
ANEXOS	97

INDICE DE TABLAS

Table 1 <i>Matriz MEFE</i>	35
Table 2 <i>Matriz MEFI</i>	39
Table 3 <i>Matriz FODA Cruzada (MFODA)</i>	53
Table 4 <i>Resumen MEFE y MEFI</i>	54
Table 5 <i>Matriz Interna – Externa</i>	55
Table 6 <i>Matriz de Estrategias vs Objetivos Estratégicos</i>	56
Table 7 <i>Atractividad del Mercado y Posición Económica</i>	60
Table 8 <i>Presupuesto del Plan Funcional de Marketing</i>	64
Table 9 <i>Presupuesto del Plan Funcional de Operaciones</i>	69
Table 10 <i>Presupuesto del Plan Funcional de Recursos Humanos</i>	73
Table 11 <i>Presupuesto del Plan Funcional de RSE</i>	76

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Organigrama de la Empresa</i>	21
Figura 2 <i>Modelo de Negocio CANVAS (Ejemplo)</i>	40
Figura 3 <i>Esquema de la Cadena de Valor</i>	47
Figura 4 <i>Matriz McKinsey</i>	61

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1 <i>Inversión en Activos</i>	79
Anexo 2 <i>Proyección de Ventas</i>	80
Anexo 3 <i>Proyección de Costos</i>	81
Anexo 4 <i>Proyección de Gastos Operativos</i>	82
Anexo 5 <i>Cálculo del Capital de Trabajo</i>	83
Anexo 6 <i>Estructura de Financiamiento</i>	83
Anexo 7 <i>Proyección de Estado de Resultado</i>	84
Anexo 8 <i>Proyección del Estado de Situación Financiera</i>	85
Anexo 9 <i>Proyección del Flujo de Caja</i>	86
Anexo 10 <i>Punto de Equilibrio</i>	87
Anexo 11 <i>Indicadores de Rentabilidad</i>	87
Anexo 12 <i>Entrevista a la Compañía</i>	97

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1 Idea Actual de Negocio/Nombre del Negocio

Es frecuente en la actualidad hacer mención a los avances organizacionales de la contaduría y la administración en todo el mundo, la misma impacta de gran manera, constituyendo una figura esencial para el aspecto direccional, de dicha profesión es quien va a dar a conocer el resultado, lo positivo y negativo de la empresa, su capacidad de competitividad y la responsabilidad, que cumple el contador o administrador es muy importante, pues la transparencia es un factor clave para el avance organizacional, ya que son ellos quienes toman las decisiones utilizando la información que poseen.

En tal sentido se puede decir que el profesional especializado en administración y contaduría debe atravesar un proceso donde debe planificar, dirigir y controlar las actividades en una estructura organizada, para lo cual deberán emplearse todos los recursos tendentes a alcanzar las metas o el objetivo primordial de esa estructura administrativa. Es por ello que debe manejarse conceptos básicos de planificación, organización, dirección y control, sin dejar por fuera las funciones administrativas gerenciales, la toma de decisiones acertada en toda la organización, todo ello debe manejarlo el pasante durante el desarrollo de sus práctica profesional.

Es de resaltar que algunas empresas tienen como finalidades referentes a la función pública (nacional, regional y municipal) con el objeto de cumplir con los requerimientos colectivos, para la asistencia de determinados servicios, pero otros son estrictamente privadas, pero ambas deben llevar un control adecuados, bajo las manos de profesionales especializados, en tal sentido las prácticas profesionales, son parte fundamental para la formación profesional, la

cual permitirá a los estudiantes aplicar los conocimientos adquiridos en sus estudios universitarios, en el entorno laboral de una manera muy práctica, haciendo que los conocimientos adquiridos se interpreten en la realidad y tengan una utilidad en el futuro. Es por ello que la realización de las prácticas profesionales es un beneficio para los estudiantes porque les ayuda conocer el campo laboral y su entorno, siendo allí donde se logra colocar en práctica lo aprendido y las destrezas del individuo.

Hoy en día las sociedades cambiantes, bajo la era de la innovación tecnológica han expandido sus servicios por todo el territorio Nacional, profesionales especializados en diversas áreas deciden trabajar conjunta o individualmente para empresas privadas mayormente, a fin de darse a conocer en el mercado, en tal sentido la empresa seleccionada por los pasantes para el desarrollo del proyecto tiene como nombre Oficina de servicios contables Tributarios y obligaciones patronales, la misma está a cargo de la Lcda. Katyuska Díaz, ésta en general es una organización estable que se ha mantenido a lo largo de su trayectoria, pues ha estado activa de forma independiente desde el año 2008; en su objetivo social se destaca la prestación de servicios contables Tributarios y obligaciones patronales.

La toma de decisiones es algo habitual en los seres humanos, y algunas decisiones son más difíciles de tomar que otras, en el caso de las empresas cada decisión debe tener el menor margen de error ante situaciones imprevistas. Actualmente, donde existe tanta demanda de profesionales, deben procurar tomar decisiones rápidas en momentos determinados, basándose en perspectivas racionales y analíticas, pues dependiendo de ello se verá reflejado el aumento y desarrollo de las organizaciones.

En lo que respecta a su ubicación, anteriormente se encontraba en una zona céntrica de Rubio, municipio Junín del estado Táchira, pero la inflación que arropo al país, la devaluación de la moneda oficial, generó situaciones económicas deficientes, por tal razón la oficina fue trasladada al domicilio de la propietaria de la organización; cabe destacar que la organización durante muchos años se consideró generadora de ingresos, con los altibajos propios de las instituciones, pero en el año 2020 sufrió una caída en la venta de su servicio debido a la Pandemia COVID, sufriendo las consecuencias de la situación que afectaba la economía del mundo a nivel global, ya que hubo disminución en la cartera de clientes; sin embargo en los últimos años se ha ido constituyendo nuevamente aumentando sus ingresos.

La segmentación del mercado en la oficina contable abarca desde las distintas variables existentes de la misma, por su parte la variación demográfica se puede presenciar que la clientela posee un mismo rol, que es el obtener el servicio de la licenciada para mantener solvente sus empresas, con el pago correspondientes de los impuestos, en cuanto a la ubicación geográfica comparten, la cartera de clientes que maneja la empresa, presentan dentro de su principal característica destaca que son empresas existentes en Rubio, municipio Junín del estado Táchira, destacando en la variación de comportamiento, es de resaltar que los clientes reflejan un estado de satisfacción con el servicio, pues tratan de mantenerlas al día, sin retardo en ningún proceso, lo que les da una solvencia para su funcionamiento adecuado, evitando de este modo alguna multa que pueda ocasionarles pagos indebidos. De allí se complementa la verdadera segmentación observada y analizada hacia la empresa.

1.2 Descripción del Producto/Servicio a Ofrecer

La organización presta un servicio de consultorio contable y tributario profesional, en donde trabaja con una cartera de clientes de distintas empresas comerciales para la realización de diferentes trabajos que abarcan desde el registro de libros de compra y venta, libros contables, realización de balances, flujo de efectivo, estados de situación financiera y pagos correspondientes al SENIAT. Cabe resaltar que la empresa presta un servidor amplio a cualquier persona sin necesidad de ser cliente fijo de la empresa.

En esta perspectiva, es de resaltar que el mundo organizacional moderno, exige a las empresas contables, atender instituciones públicas, privadas, populares y solidarias, con o sin fines de lucro, independientemente de su tamaño, pero desarrollando siempre las actividades de manera eficiente y eficaz en los escenarios propicios para prosperar en el negocio en el cual participan, para adquirir el status de competitiva logrando crear algunas ventajas de largo plazo que le permita beneficiarse de un sector o segmento del mercado.

Para ello las organizaciones hoy día deben considerar la emocionalidad del talento humano como una pieza fundamental, orientando a los mismo el momento en el cual es indispensable una toma de decisiones acertada, el cual tendrá una vinculación directa al estudio del movimiento y dinámica en el cual los departamentos que operan en las diferentes unidades de la organización realizan un trabajo enmarcado en el concepto para el cual fueron creadas, sin desviar su objeto, persiguiendo ser eficiente y eficaz, de este modo hacer de esas instituciones altamente productivas en el orden social.

1.3 Equipo de Trabajo

Al ser una empresa pequeña y unipersonal, la estructura organizativa de la empresa es muy simple, ya que tiene un solo integrante (Propietario - gerente), y es quien desarrolla cada una de las actividades de la empresa, cumpliendo y realizando todas las funciones necesarias en la misma, encargándose de llevar adecuadamente el control de cada una de las empresas que tiene a su cargo, también cubre la función de secretaria cuando debe levantar cualquier tipo de actas. Es de resaltar que el hecho de ser unipersonal le facilita algunos procesos referentes a la firma, pues es una firma individual, al tomar las decisiones de modo propio, le facilita la aceptación de pasantes para sus prácticas profesionales, y le obliga a brindar todo el conocimiento adquirido, sin ningún tipo de limitantes.



Figura 1 *Organigrama de la Empresa*

Fuente: Elaboración propia.

1.4 Diagnostico Organizacional

De acuerdo a los parámetros el análisis para la organización, se aprecian las dificultades presentes en la misma, pues el objeto principal que desea la organización es adquirir una mayor cartera de clientes para alcanzar nuevos ingresos y de esta forma poder costear el gasto que conlleva tener nuevo personal para la empresa, logrando de esta manera poder tener un mejor manejo y desenvolvimiento de las actividades en la empresa, debido a que a pesar de que la empresa ha ganado nuevos clientes durante últimos años, no ha sido la meta esperada, pues algunas empresas del municipio por la crisis económica que atacó fuertemente a Venezuela, se vieron forzados en cerrar sus negocios, y realizar un cese de funciones, pero con ánimos de en algún momento reactivarse.

De esta forma la metodología a utilizar en el diagnóstico organizacional primeramente es la observación de la organización, apreciando la oficina en sí, los equipos tecnológicos con los que labora, los libros existentes dentro de la misma, el control que lleva la licenciada, para posteriormente proceder a la entrevista en la cual mediante algunas interrogantes se procedió a obtener las respuestas necesarias referentes al funcionamiento de la compañía, la cartera de clientes con las cuales trabaja, si pertenecen al sector público o privado, los meses donde es más afluencia de personas o por otro lado los meses que se podrían considerar como meses de poca rentabilidad.

Cabe destacar que al analizar cada una de las respuestas obtenidas se observó que es una empresa estable, que obtiene unos ingresos normales o de rentabilidad adecuada, (le permite abarcar servicios básicos personales), ejercen un manejo mesurado las redes sociales como marketing, del mismo modo, debido al entorno del país la empresa tiene una carencia de talento humano, pero ello no le limita el tener una buena interacción con los clientes, sin embargo sus

ingresos se ven un poco afectados a causa de bajo pago de su salario, pues al haber tanta competencia y la situación del país debe hacer una reducción del precio correspondiente a honorarios profesionales por trabajo, para poder mantener los clientes.

Se presenció que la empresa se ha mantenido durante los dos últimos años a pesar de la caída de la misma durante la época de la pandemia, lo que afectó muchas empresas a nivel nacional, regional y local, pues el trabajo decayó notablemente, pero con el profesionalismo adecuado por la licenciada y el impulso de desarrollo hacia la empresa que dirige, a fin de seguir manteniendo su ritmo y de ser posible, lograr aumentar su rentabilidad, ha trabajado con precios acordes a la demanda del municipio, pues existen muchos profesionales que también decidieron dirigir su propia empresa, abandonando labores dentro de la administración pública por cuanto el pago no corresponde al de un profesional.

En consecuencia, a tal efecto, luego de la observación y entrevista, se reconocen y precisan los contratiempos, para originar las soluciones más acertadas según sea el caso. Los beneficios de tomar decisiones compartidas, de tal que exploten al máximo esta forma de administrar y hacer gerencia cuando es una empresa unipersonal. Cuando una organización logra desarrollar un plan de trabajo oportuno, la fortaleza de esa organización se potencia proporcionando así una serie de ventajas frente a otras que simplemente no lo han logrado o no están convencidas de las bondades de este sistema.

De allí que se haga necesaria la puesta en práctica de estrategias pensadas con una finalidad, que sería el éxito y progresión de la oficina contable; estas se dialogarán con la licenciada, propietaria y gerente de la oficina. Dicha implementación abarcará el analizar, apoyar y aconsejar a la oficina contable en los fallos evidenciados para rectificación de la misma,

conllevarlos a una solución eficaz de los mismos siempre y cuando esté al margen de la realidad y sea posible de solucionar, tomando en consideración la situación país, asemejando que no toda empresa pueda tomar el riesgo de querer mejorar sí la inflación del país no se lo permite.

1.5 Diagnostico Situación Contable-Financiera

La Oficina de servicios contables Tributarios y obligaciones patronales desempeña una función cíclica, aumentando la prestación de trabajo para de este modo incrementar su liquidez, para ello debe tener presente el aumento de capital de algunas empresas, que con el paso de los años ha tenido estabilidad en la prestación de su servicio, así pues debe redimir su cantera de clientes quienes con el cese de funciones, con la inactividad de sus operaciones generaron una pérdida en la empresa Oficina de servicios contables Tributarios y obligaciones patronales.

Es de resaltar que la misma obligatoriamente debe tener un sistema contable en donde se puedan manejar todos los movimientos financieros de las entidades, llevando un control de todas las operaciones pertinentes como lo son los libros contables, balances, ajustes y evidenciado cada uno de los ingresos y egresos del mismo, demostrando información clara y legal de dichos movimientos.

Para Sánchez (2016), explica que “todo sistema contable y financiero está vinculado con los acuerdos de carácter legal, institucional y económico, tanto formal como informal; lo que conlleva a considerar los flujos del capital financiero para la inversión y el financiamiento comercial” (p. 58). Con esto en cuenta es un recurso necesario para mantener la rentabilidad financiera, debido a que con estos datos conocen con es la situación económica de la empresa y por medio de ella tomar las decisiones correctas de acuerdo sea el caso.

Es de resaltar que la empresa en los últimos dos años ha tenido una liquidez adecuada, pues la misma no presenta ningún tipo de morosidad con los trabajadores pues es unipersonal, la propietaria cumple varias funciones, lo que le genera rentabilidad pero le hace difícil el trabajo, pues cuando debe salir de la oficina, se ve en la obligación de cerrarla, por cuanto no existe más personal, en cuanto al endeudamiento, no ha recibido ningún tipo de préstamo lo que le genere deudas por pagar, ello le ha permitido mantenerse operativo en los últimos años, trabajando con eficiencia, pero siendo consciente de la necesidad de un aumento de capital y la captación de talento humano que haga la empresa más competitiva.

1.6 Definición del Problema

Cada organización tiene una visión diferente para su empresa y sus objetivos varían dependiendo de la distribución de la organización. En tal sentido la elección de los encargados (directivos), son menos constituidas y reiterativas a lo que conlleva a no emplearlas como situaciones únicas en el resultado, por ello hay que tener juicios de apreciación y puntos de vista en cada contexto, y en donde varios de los recursos e información obtenida deben venir de lados externos y propias en momentos de dificultades peligro y duda.

Debido a esta circunstancia, son muchas las organizaciones que carecen de personal con la formación y el perfil necesario para liderar el proceso de construcción y manejo de un equipo. Éstos están llamados a cambiar, es decir, ser más proactivos, poner a funcionar enfoques gerenciales que les permitan generar nuevo modelo de gestión, para cambiar la realidad de estas organizaciones, en función de mejorar la situación del producto que ofrecen. Quinn (2009), señala al respecto “necesitamos modificar nuestras suposiciones, reglas o paradigmas fundamentales y generar nuevas teorías o modelos al respecto a nosotros mismos y al ambiente que nos rodea” (p.7).

Así mismo, la empresa Oficina de servicios contables Tributarios y obligaciones patronales, se encuentra dispuesta a funcionar en un mundo de competencia, basándose en calidad y competitividad, debe establecerse sobre los pilares de: planeación, organización, dirección, satisfacción del trabajador, presupuesto, disposición de permanente retroalimentación, ética y seguimiento del plan; que son características que permiten aumentar el crecimiento competitivo de toda organización, enfocarse en un plan, ejecutarlo y evaluar el rendimiento obtenido en la misma.

Dentro de las actividades administrativas que realiza la Oficina de servicios contables Tributarios y obligaciones patronales recoge un concepto importante para la toma de decisiones por parte de su propietaria, uno de ellos lo representa el proceso sistemático de recogida y valoración de información útil para la eventualidad de decisiones, de tal manera, que está implícita la versión de que para una buena toma de decisiones lo primero que se requiere es una correcta interpretación del seguimiento y control del plan a ejecutar.

En general y de acuerdo con los criterios de efectividad y eficiencia de la Oficina de servicios contables Tributarios y obligaciones patronales a lo largo de los años pareciera que ha perdido la eficacia y expectativas de sus primeros años de funcionamiento, pues muchos de los conocimientos que allí se emplean están obsoletos, lo que refleja que han tenido poca participación en la construcción del mundo tecnológico de hoy. En este sentido se requiere que su práctica tenga utilidad en el mundo real y eficiente, en el entendido que se aproveche óptimamente el potencial organizacional, incluidos los recursos humanos cuyo único requisito es que conozca su labor y la ejecute.

Por todo lo anterior, la investigadora realizó un recorrido por la empresa para recabar información sobre la situación actual donde se encontró que algunos procedimientos no se ajusta a la realidad del contexto, por cuanto el correcto funcionamiento se encuentra actualmente atrasado respecto a los procedimientos que ejecuta, por cuanto, hoy en día la tecnología va de la mano de todo ello, pero se debe contar con una toma de decisiones acertadas que faciliten su desarrollo, así mismo, la empresa no cuenta con la elaboración de un plan estratégico y herramientas tecnológicas de última generación que agilicen los procesos de manejo de la información, considerando que la misma es llevada de forma manual y luego procesada a una base de datos que es necesario estar actualizando.

Para lograr una transformación, Como primer punto es relevante conocer lo que quiere decir transformación organizacional, para esto, Goñi (2008), afirma que,

Más como una tendencia que como algo concreto, en la que se entrelazan, como es lógico, los nuevos requisitos de un mercadeo más exigente, los modelos de cultura participativa, los valores sociales con sus cambios y las tecnologías que pueden transformar radicalmente los procesos. Todo ello en una mutación continúa en cada organización, en donde las iniciativas para el cambio, en curso y dependientes están casi siempre en continua redefinición. (p.349)

Es precisamente con la combinación de estos caracteres, un sistema donde permite alcanzar un nivel superior para mejorar la intervención en la Oficina de servicios contables Tributarios y obligaciones patronales. Es así como, se pretende, mediante la presente investigación crear estrategias que incentive a dar soluciones efectivas y a conceptualizar la formación permanente de manera que se consideren validas todas aquellas actividades que se realicen con la finalidad de mejorar el personal o profesionalmente en el sistema operativo.

1.7 Propuesta de Valor

Los desafíos radican en la unión, el cambio y la innovación en la era digital; al mismo tiempo las nuevas estrategias conlleven a apropiarse a cambios y desplegarse cómodamente en ellas. Basado en ello para que esto funcione hay que desapegarse de los pensamientos tradicionales y conservadores en cuanto al ambiente gerencial, creando estructuras y jerarquías. Debido a ello las compañías buscaban simplemente resultados operantes haciéndolas remiso al cambio. Teniendo todo esto en cuenta, es conveniente que la gerencia contribuya al funcionamiento de las empresas a nivel interno y externo para el beneficio de todas las partes, uniendo así intereses (económicos, políticos y sociales), encaminando a la empresa en el mercado.

Con base a lo mencionado en el párrafo anterior a nivel interno, las empresas han logrado integrar más a los trabajadores afianzando y promoviendo la intervención de los mismos. Al lograrse esto demuestran un gran salto de desarrollo para la organización, en este orden de ideas se fomenta el trabajo en equipo cuya característica es muy importante; y de acuerdo con el nivel externo se resalta la nueva visión de las organizaciones hacia el progreso social.

Ahora bien es recurrente que cuando las empresas sean unipersonales, la gerencia y por consiguiente la toma de decisiones, son aspectos importantes en las disposiciones de una organización, para tener en cuenta la dirección hacia dónde va la empresa con dos factores importantes que son la competencia y la responsabilidad para la toma de decisiones asertivas.

1.7 Objetivos del Trabajo de Investigación

1.7.1 Objetivo General

Diseñar un plan estratégico para la empresa Oficina de servicios contables Tributarios y obligaciones patronales Lcda. Katyuska Díaz, en los años 2023 a 2027 enfocado en Implementar estrategias de competencias profesionales para la competitividad y el desempeño de funciones administrativas acertadas.

1.7.2 Objetivos Específicos

Describir el macro entorno competitivo en el que debe introducirse el producto o servicio de la empresa Oficina de servicios contables Tributarios y obligaciones patronales Lcda. Katyuska Díaz, en los años 2023 a 2027 enfocado en Implementar estrategias de competencias profesionales para la competitividad y el desempeño de funciones administrativas acertadas.

Definir el modelo de negocio, características del producto y planes para la implementación de la propuesta de la empresa Oficina de servicios contables Tributarios y obligaciones patronales Lcda. Katyuska Díaz, en los años 2023 a 2027 enfocado en Implementar estrategias de competencias profesionales para la competitividad y el desempeño de funciones administrativas acertadas.

Definir los objetivos estratégicos de la empresa Oficina de servicios contables Tributarios y obligaciones patronales Lcda. Katyuska Díaz en los años 2023 a 2027 enfocado en Implementar estrategias de competencias profesionales para la competitividad y el desempeño de funciones administrativas acertadas.

Proponer las estrategias de marketing, operaciones, recursos humanos, responsabilidad social empresarial y finanzas de la empresa Oficina de servicios contables Tributarios y obligaciones patronales Lcda. Katyuska Díaz, en los años 2023 a 2027 enfocado en Implementar estrategias de competencias profesionales para la competitividad y el desempeño de funciones administrativas acertadas.

CAPÍTULO II. ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DEL ENTORNO

2.1 Análisis del Macro Entorno (PESTEL)

2.1.1. *Entorno Político*

La implementación de la idea del negocio que usaría abarcará el territorio andino, específicamente en Rubio, estado Táchira, dicha la aplicación será en la oficina de servicios contables Tributarios y obligaciones patronales Lcda. Katyuska Díaz, de este manera se menciona que en este rubro no existen grandes afectaciones debido a que actualmente el municipio manifiesta una estabilidad política entre el alcalde y el gobernador del estado, sin embargo, la política actual que se maneja en Venezuela, si podría poder ser un obstáculo a futuro para las empresas que piensen sobresalir de manera autónoma, puesto que el gobierno no deja el avance de las mismas, de tal forma, se adueña de aquellas empresas que tenga un beneficio en el mercado económico. Con respecto a las normas que puedan encarar a futuro, no presentaría repercusiones, puesto que la oficina se acata a las normas establecidas por La Ley Orgánica de Administración Financiera del Sector Publico (LOAFSP), sin que haya avance o cambio en la misma, la empresa seguirá funcionando como lo ha estado haciendo.

2.1.2. Entorno Económico

La situación económica actual de Venezuela no es un secreto para nadie, es decir, se sabe lo que enfrenta el país, siendo la inflación un factor relevante y sin solución, la cual ejerce un quiebre en la economía, y no para de subir y cada vez más, devaluando aún más la moneda nacional, de tal manera, que el país ha implementado la obligación a empresas de gran calibre a trabajar en divisas para poder sustentar y lograr ver una ganancia mínima en el periodo económico que estas ejercen y así conllevar una rentabilidad para las mismas; sin mencionar la gran caída económica al nivel mundial que hubo por el COVID en el 2020 . De tal manera, tales factores perjudicaron en la trayectoria de la oficina contable servicios contables Tributarios y obligaciones patronales Lcda. Katyuska Díaz, sin embargo, en vista al diagnóstico, dicha empresa, se logró mantener y pudo volver a salir a flote.

2.1.3. Entorno Social

La empresa gestiona su servicio contable en Rubio, estado Táchira, el mencionado es un pueblo con una población promedio e incluso más poblada de lo común para la zona, el factor que ha llevado el actuar de la compañía con sus clientes ha sido el cambiar el rol de contador y cliente a pasar a ser más comunicativo con sus consumidores, de tal forma, que genere un vínculo menos distante y así la contadora pueda tener más oportunidades de aconsejar a su comprador formando una mejor relación empresarial entre sí.

2.1.4. Entorno Tecnológico

El servicio que presenta la empresa no crea gran dificultad a la hora del uso de herramientas tecnológicas, ya que los componentes que exige son mínimos, en cuanto a los sistemas contables que son necesarios para la elaboración de actividades de la empresa son un poco antiguos pero no entorpecen las actividades; su software no es de gran alcance para pedir un equipo de última generación, no obstante, el uso y necesidad del internet ya sea para comunicación o para poder aplicar las tareas que posee la licenciada, son de suma importancia y aunque el servicio de internet no sea el mejor en el país, de igual manera es un servicio útil en el momento de utilización del mismo, teniendo en cuenta esto, se debe tener en cuenta la posibilidad de lograr obtener un nuevo equipo tecnológico de gran alcance en un futuro próximo, sin embargo, no se descartan los problemas que puede generar con la vida útil tanto de los equipos de trabajo, y el servicio de internet.

2.1.5. Entorno Ecológico

Al ser una empresa que presta un servicio contable, su acción no afecta de manera negativa el ambiente y al seguir las normativas ecológicas, mantiene un estado normal de cara a la comunidad y a las normas implementadas por las leyes accionadas por cada órgano de la constitución que haya creado y validado cierta norma para ser cumplida, Melé (2016), nos señaló que “El empresario desarrolla una noble tarea cuando sirve a la sociedad con su esfuerzo por multiplicar y volver más accesibles los bienes” (p.5).

2.1.6. Entorno Legal

La oficina embarca sus acciones y maneras de funcionar en base a las normativas que tengan que seguir. Y obedeciendo a los entes que regulan estas empresas tales como SAREN, SENIAT, La Ley del Seguro Social, el Código Civil, la Ley Orgánica del Trabajo, entre otras a las cuales dicha oficina se rige y se dirige con la acción de servir correctamente en el orden jurídico, Miranda (2015), exclamó que “El verdadero carácter de un patriota consiste en ser obediente a las leyes de su país y miembro útil de la sociedad a la que pertenece” (p.3).

2.1.7. Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE)

Table 1 Matriz MEFE

Factores	Peso	Valor	Ponderado
Oportunidades			
Implementar un sistema de Marketing.	0.10	3	0.30
Obtención de un nuevo equipo de trabajo (PC).	0.15	3	0.45
Compra del servicio WiFi.	0.15	4	0.60
Crear un fondo de ahorro de prevención validado en divisas como contramedida a los problemas de inflación.	0.05	3	0.15
Amenazas			
Niveles altos de inflación.	0.15	1	0.15
Perdida del equipo y servicio WiFi por fallos externos ocurridos por la situación del país (fallos de electricidad).	0.15	1	0.15
Devaluación constante de la moneda fuerte del país.	0.15	1	0.15
Un gasto sin ganancia si se implementa mal el sistema de Marketing.	0.10	2	0.20
Totales	1.00		2.15

Fuente: Adaptado al modelo de D'Alessio (2008)

2.2 Análisis del Micro Entorno del Sector: Fuerzas de Porter

2.2.1. Negociación con Proveedores

Se entiende que la negociación con proveedores es un factor primordial para las empresas, pues en ello se puede lograr definir el éxito y observación de la rentabilidad del negocio. En este sentido, este poder es la capacidad que tienen los proveedores para negociar el costo de la mercancía o servicios, que ofrecen en conjunto con las empresas. De esta manera la empresa de Servicios contable y Tributario, podría necesitar un proveedor de sistemas de servicio contable más nuevo, ya que con el que trabaja la oficina es muy antiguo; no obstante, la empresa no se ve afectada por estas características pues es irrelevante para los ingresos de su negocio, es decir, la profesional de la empresa depende únicamente de su trabajo y efectividad del mismo al momento de prestar su servicio.

2.2.2. Negociación con Clientes

Esta fuerza de Porter, al igual que la primera es de suma importancia pues, dependes de ella para poder afianzar tu producto o servicio con el cliente; así pues la empresa de servicios contables y Tributarios, trabaja con un margen de segmentación de edad que abarcan entre los 30 a 50 años, con casi una igualdad de género entre mujeres y hombres, que adquieren el servicio. En este orden de ideas, los clientes con los que cuenta la empresa se representan por tener un estilo de vida tranquilo y familiar con empresas estables en la mayoría, pequeños negocios comerciales e ingresos estables y beneficiosos (unos más que otros), de la misma manera estos clientes se caracterizan por sus gustos sencillos y con buenos principios. Ahora bien en cuanto a la forma de pago se podría afirmar que en su totalidad los clientes obtienen sus pagos al contado, pues al dejar su mercancía a crédito podrían presentar pérdidas

2.2.3. Rivalidad entre Competidores Existentes

De acuerdo a lo mencionado anteriormente la competencia que existe en esta profesión específicamente en estado Táchira es amplia (es una competencia sana y de valor ético), por consiguiente hay muchas oficinas contables activas, pero es importante resaltar que la empresa de servicios contables y Tributarios posee una cartera de clientes que han sido fieles a esta oficina contable desde sus inicios, aun así la empresa debe mejorar su competitividad para poder llegar a más personas y no conformarse con esos clientes fijos que ya posee, sino más bien buscar nuevas estrategias de competencia para poder visualizar su empresa como una de las mejores oficinas contables, ya que a pesar de que está activa, su falta de competencia tiene estancada la empresa, porque su nivel de competencia en el mercado es nula.

2.2.4. Desarrollo Potencial de Productos Substitutos

También conocido como producto de reemplazo, es aquel que se define como productos o servicios capaces de satisfacer necesidades similares a los que la empresa ofrece, representando una amenaza para la organización al que se le debe poner atención con respecto con la empresa de Servicios Contables y Tributarios, se podrían implementar algunas estrategias que promuevan el servicio que ofrece la empresa como prestar un nuevo servicio o mejorar los que ya se ofrecen, a su vez impregnarse de los nuevos métodos tecnológicos para mejorar el marketing y que de esta manera sea más expuesta la organización.

2.2.5. Entrada de Nuevos Competidores

Así como la la empresa en cuestión, muchas empresas prestan mismo servicio o muy parecidos, con varios profesionales de la misma rama, algunos con más tiempo de experiencia que otros en el campo laboral, sin embargo, la competencia en el ambiente contable deriva de los nuevos profesionistas que se han graduado y empiezan su labor partiendo de su registro con éxito de manera legal, no obstante, eso solo significa nuevas personas intentando dar a conocer su ejercicio, o simplemente se unen a una compañía para llevar su contabilidad de forma privada; más no representan una competitividad para la oficina de la licenciada Katyuska Diaz ya que esta cuenta con mayor experiencia poder manejar un negocio de manera eficaz.

2.2.6. Nivel de Atractividad de la Industria

La empresa de servicios contables y Tributarios ha prestado durante años un servicio bueno y beneficioso a su clientela, con una profesional calificada con la experiencia necesaria en varias áreas, y con más de 18 años de práctica en la rama de la contabilidad. Esta empresa presta un servicio económico con precios accesibles y horarios de lunes a viernes; su existencia en el mercado genera un agrado al público, sin embargo, al no poseer una imagen vistosa, su reputación no ha salido a la luz como debe ser, de tal forma, se cambiar esta debilidad para que a futuro obtenga frutos.

2.2.7 Matriz de Evaluación de los Factores Internos (MEFI)

Table 2 Matriz MEFI

Factores	Peso	Valor	Ponderado
Fortalezas			
Años de experiencia en el campo laboral	0.15	4	0.60
Responsabilidad y eficacia en la prestación del servicio	0.15	4	0.60
Cartera de clientes estables	0.15	4	0.60
Buena comunicación con los clientes	0.15	3	0.45
Debilidades			
Mejorar el precio del servicio	0.12	1	0.12
Sistema contable antiguo	0.06	2	0.12
Falta de competitividad	0.12	1	0.12
Ejecución de estrategias de marketing	0.10	1	0.10
Totales	1.00		2.71

Fuente: Adaptado al modelo de D'Alessio (2008)

CAPÍTULO III. ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO INTERNO

3.1 Modelo de Negocio CANVAS.

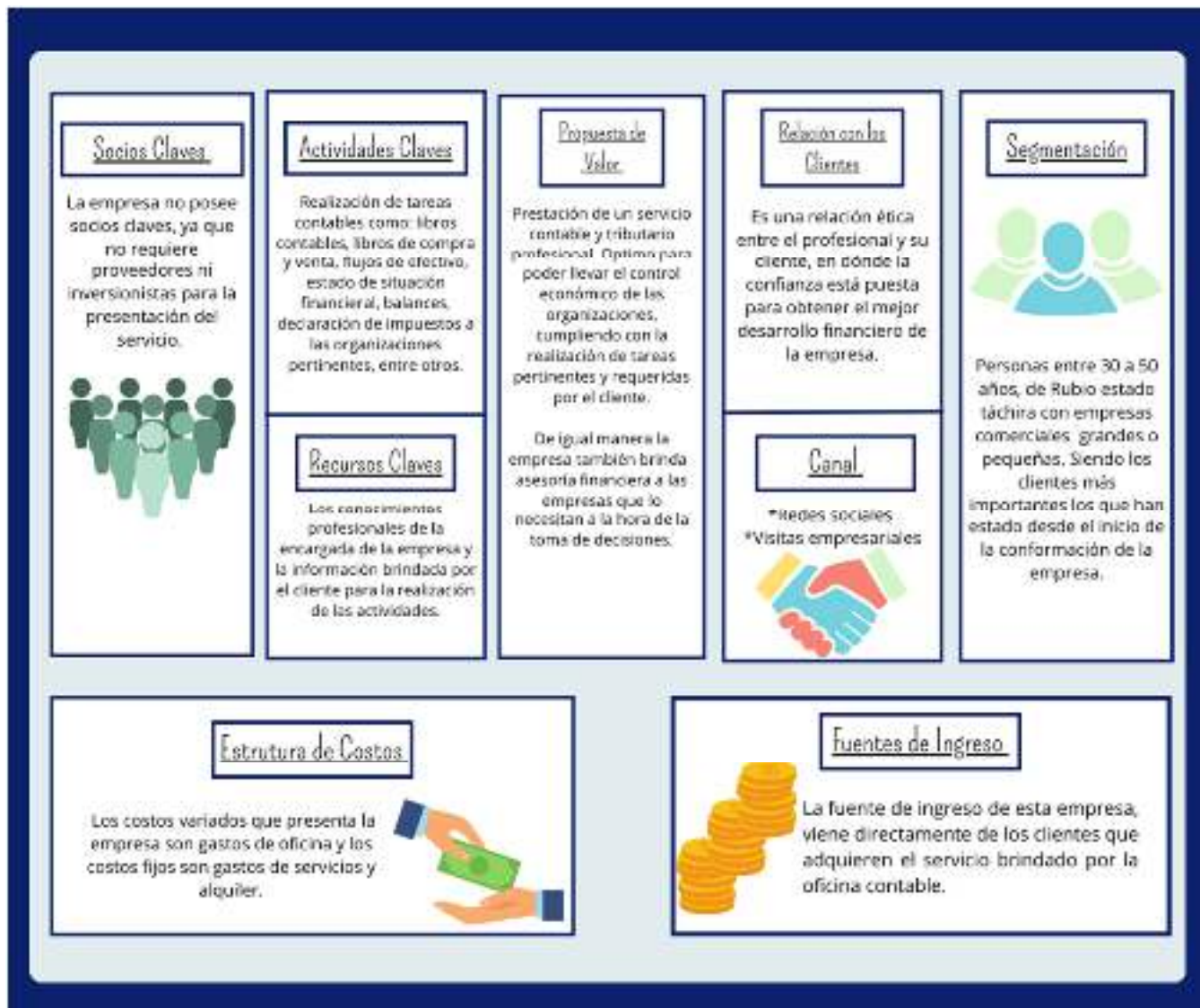


Figura 2 Modelo de Negocio CANVAS (Ejemplo)

Fuente: Elaboración propia.

3.1.1 Segmentación

La segmentación implica a qué tipo de persona se ofrece el servicio, acorde a la oficina se estimuló el uso del servicio en personas entre 30 a 50 años, de Rubio-estado Táchira con empresas comerciales grandes o pequeñas. Siendo los clientes más importantes los que han estado desde el inicio de la conformación de la empresa.

3.1.2 Actividades Claves

Se muestra la ocupación que posee la oficina como lo sería la realización de tareas contables tal cual: libros contables, libros de compra y venta, flujos de efectivo, estado de situación financiera, balances, declaración de impuestos a las organizaciones pertinentes, entre otros.

3.1.3 Recursos Claves

Se manifiesta lo necesario para poder ejercer el servicio, estos serían los conocimientos profesionales de la encargada de la empresa y la información brindada por el cliente para la realización de las actividades.

3.1.4 Propuesta de Valor

La propuesta de valor que ofrece la empresa a su clientela abarca desde la prestación de un servicio contable y tributario profesional. Óptimo para poder llevar el control económico de las organizaciones, cumpliendo con la realización de tareas pertinentes y requeridas por el cliente.

3.1.5 Relación con los Clientes

Empieza a valerse la oficina a través de una relación ética entre el profesional y su cliente, en dónde la confianza está puesta para obtener el mejor desarrollo financiero de la empresa.

3.1.6 Canal

Manera donde la oficina se logra comunicar con sus compradores, este proceso se realiza por medio de redes sociales y visitas empresariales.

3.1.7 Estructura de Costos

Aquí se observa cómo se dividen los gastos que la empresa posee, siendo dividido por los costos variados; los cuales serían los gastos de oficina y los costos fijos, estos gastos serían de servicios y alquiler.

3.1.8 Fuentes de Ingresos

En particular se demuestra la fuente de ingreso que obtiene la empresa, esta viene directamente de los clientes que adquieren el servicio brindado por la oficina contable.

3.2 Análisis Funcional de la Empresa

3.2.1. Gerencia de la Empresa

Según Drucker (1954) "Donde hay una empresa de éxito, alguien tomó alguna vez una decisión valiente." (s/p). Haciendo énfasis en esta frase de Peter Drucker la gerencia en las empresas juega un papel predominante, ya que mediante ella se delegan acciones precisas para la realización de cada actividad necesaria en la empresa, pero en el caso de la oficina de servicios contables y Tributarios su único integrante cumple la función de propietaria y gerente de la empresa, y al mismo tiempo es capaz de ejercer cada una de las actividades requeridas para que la organización cumpla la función de su trabajo; siendo así la cultura organizacional de la empresa una responsabilidad grande para su dueña ya que de ella depende únicamente el desempeño de la organización y el sentido de pertenencia misma para la realización de los objetivos.

3.2.2. Recursos Humanos

Chiavenato (2008) plantea que:

La administración de recursos humanos, es el conjunto de políticas y prácticas necesarias para dirigir los aspectos administrativos en cuanto a las "personas" o los recursos humanos, como el reclutamiento, la selección, la formación, las remuneraciones y la evaluación del desempeño. (p. 9)

De esta manera al ser una empresa unipersonal, no cuenta con el departamento de talento humano, ya que no es necesario para el funcionamiento de la empresa.

3.2.3. Investigación y Desarrollo

Para poder definir estos procesos en cuanto al análisis funcional de las empresas se interpretaría como búsqueda de conocimiento original y desconocido hasta el momento, relacionado principalmente con la ciencia y la tecnología, con el objeto de desarrollar o mejorar una solución a un problema existente. De igual forma según Tamayo (2004), "la investigación científica es un proceso que, mediante la aplicación del método científico, procura obtener información relevante y fidedigna, para entender, verificar, corregir o aplicar el conocimiento" (p. 37). Por otro lado Vázquez (2005), resalta el concepto de desarrollo como, "procesos de crecimiento y cambio estructural que persiguen satisfacer las necesidades y demandas de la población y mejorar su nivel de vida" (p.20).

Ya teniendo todo lo señalado en cuenta la empresa tendrá que realizar la investigación pertinente para poder tener una visión de su desempeño al momento de prestar su servicio, y encontrar soluciones a las mismas, para luego desarrollar las mejores alternativas en pro de los clientes y avances de la organización.

3.2.4. Finanzas

Según Bodie y Merton (1999), las finanzas "estudian la manera en que los recursos escasos se asignan a través del tiempo"(s/p). Teniendo esto en cuenta las finanzas, son aquella característica que engloba una serie de condiciones para encontrar la oportunidad de conseguir el capital, al mismo tiempo considerar la forma de su uso y como conseguir las ganancias. En este sentido la financiación de las empresas ayuda a la obtención de los objetivos impuestos desde el inicio para beneficios propios, de inversionistas o del estado.

En función de que la empresa de servicios contables y Tributarios, posee un capital razonable pues durante sus años de actividad sus finanzas se han manejado de manera controlada, en dónde aún no han utilizado financiación de ningún tipo, puesto los recursos de la empresa desde su creación ha sido propio.

3.2.5. Logística y Aprovisionamiento

En dicho rubro, su importancia y uso en la empresa no es del todo relevante, puesto que la empresa no es manufacturera, el valor que ofrece es un servicio contable, lo necesario para que la oficina desempeñe su valoración, y todo ello se deriva meramente del conocimiento de la licenciada y la información recibida de parte del cliente. Ya teniendo esto claro realmente la empresa no aplica un procedimiento de logística de aprovisionamiento, puesto que no toman en cuenta la entrega de materia prima ya que no se trabaja con material alguno. En cuanto a la gestión de inventario abarca la información que necesita la empresa para trabajar, más no de los elementos que gestionen el trabajo y no analizan el estado de producción de la empresa porque no se produce un bien material, sino ofrecen el servicio ya mencionado.

3.2.6. Operaciones

La empresa maneja una gestión de operaciones muy simples, pero a la vez muy importante y de forma responsable, la empresa al ser una firma personal, solamente es operada por su dueña, es decir, toda acción es realizada por ella. Así pues se entiende que las operaciones en una empresa son de suma importancia, puesto que la planificación y organización que esta pueda llevar a cabo derivaran al éxito que se vaya a obtener con los ingresos recibidos por los clientes y la satisfacción de entregar un buen servicio; con ello en mente, la oficina emplea la ejecución del servicio contable a cada uno de sus clientes de manera responsable, con anticipación de tiempo llevando un orden adecuado con cada uno de sus clientes. De esta manera

como lo menciona Gates (2021) nos dice que “Tus clientes más insatisfechos deben ser tu mayor fuente de aprendizaje” (p.32).

3.2.7. *Marketing y Ventas*

La empresa posee un marketing sencillo, puesto que, su manera de comunicar y expresar su servicio ha Sido por medio del uso de las aplicaciones como WhatsApp y Gmail, ya que al llevar muchos años en el negocio, dicha empresa se ganó la popularidad de ser confiable y responsable, manteniendo así una cartera de clientes estable y en crecimiento, sin embargo, al haber mucha competencia en el mercado correspondiente a prestar un servicio contable, se podrá tener en cuenta la realización de un plan de marketing más extenso y con más variedad que solvente dicho problema y así mismo, se dé a conocer el gran valor que pueda ofrecer la oficina, con respecto a las ventas, la gestión de la misma es el resultante del ingreso que genera la prestación del servicio contable de la empresa, de ahí proviene las ventas que recibe la oficina y la manera de como esta se mantiene a flote en el ejercicio económico.

3.2.8. *Servicios Postventa*

El servicio postventa que opera la empresa es grato, puesto que al atender a un cliente, se trata de mantener la comunicación con el mismo a fin de que esté a gusto con el servicio prestado, y así tener una relación más cálida entre el cliente y la contadora, de esa manera, ha trabajado constantemente la empresa aumentado su cartera de clientes a medida que recibía más interesados por su manera de trabajar y ejercer en el ámbito de contabilidad, denotando una empresa que se hace responsable del servicio que ofrece ante sus compradores comunes y que más frecuentan en la adquisición del servicio mencionado, generando así, una empresa más

humanizada, que se hace responsable del servicio ofrecido, Churchill (2021) nos expresa que “El precio de la grandeza es la responsabilidad” (p.4).



Figura 3 Esquema de la Cadena de Valor

Fuente: Elaboración propia.

3.2.9. Análisis del Valor y Coste

Conforme se plantea las actividades primarias y secundarias, se haya la necesidad de analizar si cada una ofrece un valor y si llegan a ser rentables con respecto a su costo; dicho esto, se ideó que las primarias alcanzan un precio irremediable en la empresa, ya que cada una de las tareas mencionadas ejercen en sí el funcionamiento de la oficina, sin embargo, se aclara que entre las cinco actividades primarias, la más débil sería el marketing, puesto que la empresa posee uno muy sencillo que puede ser mejorado aunque al nivel de ventas si se ha mantenido en un

grado que genera una rentabilidad por encima del promedio de la oficina y su coste realmente no es alarmante ya que cada actividad es empleada por la dueña, es decir, que gastos aparte como lo sería la mano de obra no estarían presentes y al prestar un servicio contable tampoco se cuenta el gasto por materia prima entre otro.

Recién mencionadas las actividades primarias, se procede a mencionar las actividades secundarias, donde su valor no es tan alto con respecto a las primarias, pero si se pone por encima de todas la infraestructura de la empresa, esta actividad si posee un valor altísimo y es el eje para la elaboración de las actividades primarias, más allá de ésta, las demás poseen un valor débil, ya que, no se obtiene o simplemente no se ejerce y el coste ejercido en estas lo acapara la infraestructura de la empresa, porque es el único relevante entre los restantes más su coste no es relativamente alto haciendo que su rentabilidad sea positiva.

3.2.10. Identificación de Conexiones

La conexión entre las dos actividades que se entrelazan y se ayudan, se ve reflejado en las cinco primeras actividades congeniadas con la infraestructura de la empresa, es simple de comprender y saber por qué estas primarias se benefician de dicha secundaria, al ser la infraestructura de la empresa dirigida solamente por la contadora, cada actividad primaria será ejercida solo por ella y la aplicación de estas también será hecha solo por ella, visto de esta manera, estas actividades serían las que poseen una comunicación mutua puesto que sin el soporte de la actividad secundaria, no se podría hacer ninguna de la actividades primarias mencionadas y explicadas.

3.2.11. Oportunidades

La oportunidad que se vio con fin de aumentar el valor de todas las actividades cuyo valor ya tienen, sería la mejora del sistema de marketing que posee la empresa, puesto que si se aumenta la popularidad de la oficina, habrá mucho más trabajo y aumentaran los ingresos que recibe, así mismo, podría haber mejora en varios aspectos y el margen estaría claro, ya que habría mayor rentabilidad y el coste de las operaciones sería menor; sería una oportunidad a futuro que daría fruto y estabilidad económica a la empresa en son de prosperidad.

CAPÍTULO IV. FORMULACIÓN DE OBJETIVOS 2023 – 2027

4.1 Objetivo General 2023 a 2027

Implementar un plan estratégico para posicionar Oficina de servicios contables Tributarios y obligaciones patronales Lcda. Katyuska Díaz en el mercado, durante los años 2023-2027 enfocado en la venta del servicio, alcanzando un nivel regional de la organización, mejorando el servicio brindado para una mayor recepción de clientes.

4.2 Objetivos Estratégicos 2023 a 2027

- a)** Desarrollar un sistema de marketing mediante el uso de redes sociales con gran alcance hacia el público con el fin de aumentar el reconocimiento de la empresa durante los años 2023 al 2027.
- b)** Mejorar la competitividad de la empresa durante un periodo de 3 años, por medio de nuevas estrategias que ayuden y aporten a la organización métodos viables para posicionarse a una mayor escala en el mercado.
- c)** Realizar un aumento en la cartera de clientes, para que la empresa obtenga nuevos ingresos en la venta del servicio a lo largo de 4 años.

- d) Ordenar y controlar de mejor manera el papeleo de los clientes en la oficina en un periodo de 6 meses para que logren mejor funcionamiento.
- e) Demostrar mejor calidad de comunicación entre la empresa y sus compradores mediante una mejora comunicativa donde se diferencien los clientes fijos y los clientes regulares durante un periodo de 1 año y medio.

4.3 Análisis de los Objetivos Estratégicos 2023 a 2027

- a) La manera en que desarrolla este objetivo hace referencia al uso adecuado de las redes sociales, de manera que lo utilicen como una herramienta primordial para las organizaciones, ya que la publicidad en Instagram, Facebook, Twitter, páginas web, radio, entre otros, logra extender el reconocimiento de las empresas. En el caso de la oficina de servicios contables y Tributarios, la estrategia les asistiría a manifestar mejor el servicio, no solo en dónde está ubicada actualmente, sino por otra parte lograría allegarse a la ciudad más cercana (San Cristóbal) al cabo de un periodo de cinco años.
- b) Para la segunda propuesta, consta en poner en funcionamiento novedosas circunstancias que sean viables para que las compañías broten en un ambiente competitivo con posibles rivales a futuro, y así lleguen a situar la empresa con una referencia mayor en el mercado y poder adquirir más beneficios de los que ya obtiene. El tiempo estimado para ello abarcaría tres años con fin de que puedan cumplir el propósito.
- c) Para ejecutar esta estrategia, servirá tener presente el grado de éxito que logre alcanzar el sistema de marketing en la empresa, de tal forma, se percibiría que tanto por ciento del manifiesto pueda comprender, al tanto de la prestación del servicio, ver qué tipo de clientela serían y lo que desearían para poder anexarlos a la cartera de clientes. El método se ejecutaría en el lapso de cuatro años.

- d) La manera a realizar esta estrategia no es compleja, ya que primordialmente se arregla y se coordina los datos de los compradores en la oficina, con el fin de obtener un progreso óptimo y simple, con el uso de archivadores para cada cliente con información modernizada; el periodo de tiempo estimado para que se realice este plan es de 6 meses.
- e) La comunicación con los clientes es relevante para cada organización, debido a que son ellos quien adquieren el producto o servicio según sea en caso, en cuanto a la oficina contable para esta empresa es muy importante la relación con sus clientes, porque de los clientes obtenidos se proporcionan los ingresos; por ello siempre habrán clientes más importantes que otros. Por medio de ello los clientes más importantes para la empresa son aquellos que han estado desde el inicio adquiriendo el servicio contable para sus empresas, como también hay clientes regulares que necesitan el servicio pero no de manera permanente; ya con esto señalado el objetivo de esta estrategia es poder separar cuáles son los clientes fijos y los regulares y de esta forma hacer referencia puntual a lo que cada quien necesita, ya que al ser los clientes fijos lo más conocidos se sobrelleva la información y lo requerido por el cliente de forma más clara debido a que ya conocen sus exigencias o lo que desea en cuanto al trabajo de la oficina, lo contrario a los regulares puesto que no siempre quieren el mismo trabajo y no se conoce bien el tipo de clientes, Todo ello por medio de la aplicación WhatsApp mediante grupos de comunidad, donde se usen como un foro de información, dividiendo en dos grupos, uno para los fijos y otro para los regulares de tal manera que haga más simple el hecho de socializar entre la empresa y el cliente, siendo esto un punto a favor en la comunicación y un aprovechamiento de la tecnología.

CAPÍTULO V. LA ESTRATEGIA DEL NEGOCIO

5.1 Formulación de la Estrategia

5.1.1 Matriz FODA Cruzada (MFODA)

Para Sigüenza y Javier (2015), nos describen que "La matriz FODA cruzado consiste en identificar acciones estratégicas, las cuales junto con las grandes estrategias de la empresa serán el marco para concretar el plan estratégico y operativo de la empresa" (s/p). De igual modo según Kotler y Keller (2011), nos indican que "Para crear un análisis "FODA CRUZADO" es necesario desarrollar primero un análisis FODA de los diferenciadores, seguido por el análisis DAFO del alcance de objetivos para poder realizar un FODA Espejo" (s/p). Teniendo esto en cuenta las empresas mediante estrategias que les permitan principalmente subsanar las amenazas presentes y reforzar las debilidades, teniendo a favor las fortalezas y oportunidades presentes en la organización.

Table 3 Matriz FODA Cruzada (MFODA)

AMBIENTE INTERNO AMBIENTE EXTERNO	FORTALEZAS F1. Conocimiento del área laboral. F2. Capacidad de realizar las actividades requeridas con responsabilidad. F3. La Empresa genera confiabilidad a sus clientes y busca las mejores alternativas en pro de las empresas.	DEBILIDADES D1. Falta de competitividad D2. Exceso de trabajo D3. Carencia de personal en la empresa
OPORTUNIDADES: O1. Implementar un sistema de Marketing. O2. Crear un fondo de ahorro de prevención validada en divisas como contramedida a los problemas de la empresa e inflación.	Estrategias FO: FO1: Crear un servicio de marketing adecuado a las necesidades de empresa, para mayor reconocimiento y aprovechamiento de sus recursos. (F1, F2, F3, O1).	Estrategias DO: DO2: La estrategia a implementar es ingeniar un fondo de ahorro a corto plazo para usarlo como solvento a la inflación existente en el país y subsanar el exceso de trabajo contratando un asistente para la empresa. (D2, D3)
AMENAZAS A1. Niveles altos de inflación. A2. Pérdida del equipo y servicio WiFi por fallos externos ocurridos por la situación del país (fallos de electricidad). A3. Devaluación constante de la moneda fuerte del país.	Estrategias FA: FA2 Mantener el mismo orden que la empresa ha logrado a lo largo de sus años de actividad, para seguir teniendo una rentabilidad estable en contra a la inflación y devaluación presente en el país. (F1, F2, F3, A1, A3).	Estrategias DA: DA4: Los factores económicos del país han influido en la empresa demostrando que las debilidades señaladas se convirtieron en amenaza en cuanto a la falta de personal en la empresa desencadenando el exceso de trabajo. (D2, D3, A1, A3).

Leyenda: = Desarrollo de productos; = Mercado; = Enfoque de costos; = Diferenciación

Fuente: Elaboración propia.

5.1.2. *Matriz Interna – Externa (MIE)*

Desde el punto de vista Castellano (2015) destaca que:

La matriz Interna Externa representa una herramienta para evaluar a una organización, tomando en cuenta sus Factores Internos (Fortalezas y Debilidades) y sus Factores Externos (Oportunidades y Amenazas), cuantificando un índice que se puede graficar y ubicar en uno de los 9 cuadrantes de dicha matriz. (s/p)

De esta manera la forma en que ejecuta considerando que factores internos y externos existen y son de relevancia para la empresa, en el caso de la organización de servicios contables y Tributarios deben buscar alternativas para que se conozcan más su servicio y aprovechar los recursos que tienen a su favor, cabe resaltar que es un análisis que luego implementaran con las estrategias más favorables para dicha empresa.

Table 4 *Resumen MEFE y MEFI*

Matriz	Resultado
MEFE	2.28
MEFI	2.73

Fuente: Elaboración propia.

Table 5 *Matriz Interna – Externa*

		3	2	1	
4					
3	I	II	III		
2	IV	V	VI	2,28 Matriz Externa	Crecer y construir Retener y mantener Eliminar o desinvertir
1	VII	VIII	IX		
		2,73 matriz Interna			

Fuente: Elaboración propia.

5.2 Selección de la Estrategia

5.2.1. Matriz de Estrategias Vs Objetivos Estratégicos

Table 6 Matriz de Estrategias vs Objetivos Estratégicos

<p>OBJETIVOS ESTRATÉGICOS</p> <p>ESTRATEGIAS</p>	<p>Desarrollar un sistema de marketing mediante el uso de redes sociales con gran alcance hacia el público con el fin de aumentar el reconocimiento de la empresa durante los años 2023 al 2027.</p>	<p>Mejorar la competitividad de la empresa durante un periodo de 3 años, mediante nuevas estrategias que ayuden y aporten a la organización métodos viables para posicionarse a una mayor escala en el mercado.</p>	<p>Realizar un aumento en la cartera de clientes, para que la empresa obtenga nuevos ingresos en la venta del servicio a lo largo de 4 años.</p>	<p>Demostrar mejor calidad de comunicación entre la empresa y sus compradores mediante una mejora comunicativa donde se diferencien los clientes fijos y los clientes regulares durante un periodo de 1 año y medio.</p>
<p>Crear un servicio de marketing adecuado a las necesidades de la empresa, para mayor reconocimiento y aprovechamiento de sus recursos.</p>	X	X	X	X
<p>La estrategia a implementar es ingeniar un fondo de ahorro a corto plaza para usarlo como solvento a la inflación existente en el país y subsanar exceso de trabajo contratando un asistente para la empresa.</p>		X	X	
<p>Mantener el mismo orden que la empresa a logrado a lo largo de sus años de actividad, para seguir teniendo una rentabilidad estable en contra a la inflación y devaluación presente en el país</p>			X	
<p>Los factores económicos del país han influido en la empresa demostrando que las debilidades señaladas se convirtieron en amenaza en cuanto a la falta de personal en la empresa desencadenando el exceso de trabajo.</p>				

Fuente: Elaboración propia.

5.2.2. Estrategias Seleccionadas

Mediante la tabla señalada, se logra ver que estrategias se seleccionaron, siendo estas la de “Crear un servicio de marketing adecuado a las necesidades de la empresa, para mayor reconocimiento y aprovechamiento de sus recursos” y “La estrategia a implementar es ingeniar un fondo de ahorro a corto plaza para usarlo como solvento a la inflación existente en el país y subsanar exceso de trabajo contratando un asistente para la empresa”, se seleccionaron al poseer gran similitud y afinidad a los objetivos estratégicos que se habían originado anteriormente y al ser las principales a gestionar.

CAPÍTULO VI. PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN

6.1 Plan Funcional de Marketing

6.1.1. *Situación Actual de la Gerencia de Marketing*

Se ha destacado como ha sido el proceso de la gerencia de marketing que posee la empresa, la Oficina de servicios contables Tributarios y obligaciones patronales Lcda. Katyuska Díaz usa un sistema de marketing diáfano, ya que la empresa ha estado muchos años en el ejercicio laboral y su reputación la ha ganado mediante su propio trabajo, sin embargo no promovió de manera colectiva el reconocimiento de la misma, aparte que no tiene mucho alcance, puesto que la empresa mantiene su comunicación con los clientes mediante aplicaciones muy reservadas como lo serían WhatsApp y Gmail.

Por lo tanto, ya con lo mencionado, se puede confirmar que la situación de la empresa es muy neutra en este aspecto, puesto que no influye mucho en la empresa, pero tampoco reduce el valor de la misma, aunque sería viable poder influir más en este medio, ya que una buena publicidad puede hacer la diferencia en resaltar más que otros a la hora de la competencia empresarial para dar a conocer el servicio o producto dado. Así mismo Lafley (2018) nos deja en claro que “Sin importar en qué segmento compitas, la innovación debe estar centrada en el consumidor” (p.15).

En efecto, la situación actual que presenta la empresa debe ejecutarse con algunos cambios, en este caso en particular sería la implementación del plan de marketing con el objeto a alcanzar, siendo este el de ampliar el reconocimiento de la oficina a largo plazo mediante las estrategias a realizar cumpliendo con los objetivos que se implementaran con fin de un desenvolvimiento exitoso. Nos asemeja Hill (2018) que “El punto de partida de todo logro es el deseo” (p.7).

6.1.2. Objetivos de Marketing

- Comercializar correctamente el servicio en el mercado.
- Mejorar la comunicación con los clientes.
- Creación de página web con información de la empresa en donde se observe lo que ofrece la empresa y su calidad de trabajo.
- Nueva apariencia de la empresa para las diferentes redes sociales (Instagram en particular) con el fin de tener mayor posicionamiento en el mercado.
- Implementar un método de ahorro en la empresa teniendo en cuenta los objetivos necesarios para ejecutarlo.

6.1.3. Acciones Estratégicas de Marketing

Estrategia de Cartera

Table 7 *Atractividad del Mercado y Posición Económica*

El valor pautado a la estrategia de cartera abarcará en 1(bajo), 2(medio) y 3(alto).

<i>Oportunidad de Negocio</i>				
	Factor	Peso	Calificación	Valor
Atractividad del mercado	1- Tamaño de mercado en general	15%	2	0,30
	2- Crecimiento promedio anual	15%	2	0,30
	3- Niveles de satisfacción del cliente	20%	3	0,60
	4- Competencia, Intensidad, Cantidad	15%	2	0,30
	5- Requerimientos Tecnológicos	10%	1	0,10
	6- Vulnerabilidad/Sensibilidad a la economía	20%	3	0,60
	7- Tendencias de financiamiento tecnológico	10%	1	0,10
		100%		2,30

Fuente: Elaboración propia.

El valor pautado a la estrategia de cartera abarcará en 1(débil), 2(media) y 3(fuerte).

		<i>Oportunidad de Negocio</i>		
Posición Competitiva	Factor	Peso	Calificación	Valor
	1- Posición de mercado	10%	2	0,20
	2- Crecimiento del mercado	15%	2	0,30
	3- Variedad de la oferta	10%	2	0,20
	4- Reputación de marca	10%	2	0,20
	5- Socios de negocios	5%	1	0,05
	6- Conocimiento del mercado	15%	3	0,45
	7- Capacidad de entrega	10%	2	0,20
	8- Imagen del mercado	10%	1	0,10
	9- Estructura organizacional	15%	2	0,30
		100%		2,00

Fuente: Elaboración propia.

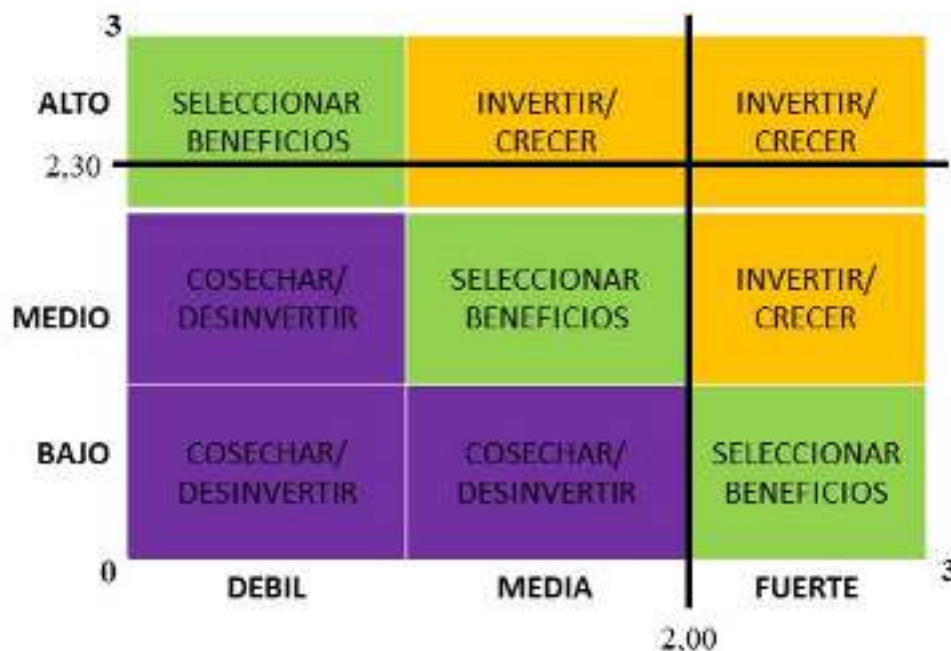


Figura 4 *Matriz McKinsey*

Fuente: Elaboración propia.

En torno a la matriz McKinsey se puede apreciar un atractivo y competitividad del producto alta y fuerte, donde se realiza el servicio en el mercado de manera resaltante, para ello en la toma de decisión a ejecutar por parte del equipo de trabajo, sería invertir/crecer el trabajo de manera distinta a como se ha ido llevando a cabo durante el periodo de ejercicio que ha funcionado la empresa, puesto que la empresa se ha mantenido al margen de no promocionar mucho su servicio, porque se ha establecido con una cartera de clientes muy específica, sin embargo, si es posible, se podrá comenzar a invertir en el producto para que sobresalga en el mercado, puesto que el valor es considerablemente alto, así mismo la acción que se tome generará éxito a la empresa si es llevada a cabo correctamente y la forma de emplearlo será mediante el uso de las redes sociales más influyente del momento y la creación de una página web.

Estrategia de Segmentación, de Posicionamiento y de Fidelización

Se ejecutará la estrategia de segmentación indiferenciada, puesto que el segmento actual de la empresa ha sido con su cartera de clientes presente donde se práctica a un público estándar entre 30 a 50 años de edad en el pueblo de Rubio, si bien esta modalidad no ha sido mala del todo, con esta estrategia nuestro objetivo es alcanzar un tipo de público que quiera obtener el servicio sin ningún tipo en específico de cliente, simplemente compartir el servicio y entrar en el ambiente competitivo del mercado a su vez expandir el nombre de la marca mediante el uso de las redes sociales más influyentes del momento y la creación de una página web.

Acorde a como se ha manejado la oficina durante su periodo económico, el planteamiento a seguir en la estrategia de posicionamiento, será con la ayuda de la estrategia calidad/precio, donde se plasmará el servicio contable que ya se ha mencionado y el cual posee un valor alto por la experiencia que ha empleado la licenciado durante los años de profesión realizado,

establecerlo a un precio accesible al mercado, donde su coste tenga equivalencia al mérito del servicio ofrecido y dado a la clientela, con fin de posicionar el trabajo a los ojos de la competitividad y manteniendo el margen del servicio en flote, el desenvolvimiento de dicha estrategia será mediante una investigación en el mercado sobre nuestro servicio, como esta valorizado y que tanta competencia habrá para contrarrestar de mejor manera mediante la calidad del servicio.

En el desarrollo de la estrategia de fidelización se llevará a cabo la misma funcionalidad que ha ejercido la oficina durante su actividad empresarial, la realización abarcará el marketing relacional, puesto que la empresa ya ha mantenido la relación con sus clientes fijos de manera comunicativa y no tan fría, así mismo, si dicha acción se ejerce con todo cliente nuevo que quiera acceder a los servicios de la oficina; el valor mutuo que habría entre la oficina y su comprador sería un punto destacable para la ejecución de esta estrategia, a su vez, el desarrollo social y profesional que se expresa de tal forma, hace que el cliente esté a gusto y se mantenga en los servicios de la oficina, reflejando ese precio irremediable donde el parroquiano está cómodo con el servicio y la oficina recibe los ingresos necesarios para seguir laburando en el mercado.

Estrategia Funcional

Ya en definición y concluir con la estrategia funcional, se abarcará la misma acción a ejecutar en la estrategia de cartera y de segmentación la cual sería ya la creación e implementación del sistema de marketing de la empresa mediante el uso de la red social Instagram y la creación de una página web como medio para generar ganancias en el transcurso de cinco años, de tal modo, para un mejor desenvolvimiento social de la empresa con el público a compartir el servicio prestado poniendo a prueba el uso de las 4 P's del marketing mix en son de obtener resultados positivos a futuro.

6.1.4. Presupuesto

Table 8 *Presupuesto del Plan Funcional de Marketing*

PLAN DE MARKETING							
ACCIONES	RECURSOS	COSTO UNITARIO (\$)	AÑO 1 (\$)	AÑO 2 (\$)	AÑO 3 (\$)	AÑO 4 (\$)	AÑO 5 (\$)
Crear y manejar la publicidad de la empresa mediante la aplicación Instagram.	48 h a la semana x 1 persona	Sin coste	Sin coste	Sin coste	Sin coste	Sin coste	Sin coste
Creación de la página Web de la oficina contable.	Contratar un programador profesional.48h.	200.000 (COP)	400.000 (COP)	450.000 (COP)	300.000 (COP)	320.000 (COP)	350.000 (COP)
Investigar el posicionamiento de la empresa, qué valor tiene el servicio y que competencia habrá para poder contrarrestar con la calidad del producto.	168 h x 2 personas	1.000 (COP)	336.000 (COP)	350.000 (COP)	370.000 (COP)	420.000 (COP)	435.000 (COP)
. Seguir la aplicación del marketing relacional que ha mantenido la empresa en su trayectoria.	48 h a la semana x 1 persona	Sin coste	Sin coste	Sin coste	Sin coste	Sin coste	Sin coste
TOTALES(\$)			736.000 (COP)	800.000 (COP)	670.000 (COP)	740.000 (COP)	785.000 (COP)

Fuente: Elaboración propia.

6.1.5 Ejecución de Tareas del Plan de Marketing

De acuerdo a la ejecución de cada uno de los planes de marketing se menciona que con respecto a la primera acción de crear y manejar la publicidad de la empresa mediante la aplicación Instagram será ejecutada por una persona en este caso por su dueña la Licda. Katyuska Díaz, en un tiempo promedio de dos días de supervisión de la misma cada semana y sin costo alguno y el mismo se basa sencillamente en la creación de una cuenta en la red social Instagram con el fin mostrar la empresa, es decir, darle una imagen a la misma, mediante publicaciones y posts donde se observe el método de trabajo y de generar interés y confiabilidad a nuevos clientes potenciales.

Seguidamente la segunda acción a realizar es creación de la página web de la oficina contable, para esta acción es necesaria la contratación de personal calificado para la ejecución de la página web, así pues se necesitara un programador profesional durante un tiempo de 48 horas con un costo por día de 200.000 (COP) para una totalidad de 400.000 (COP), y sus saldos alrededor de los cinco (5) años destacando que a partir del tercer (3) año tendrá un costo más bajo ya que solo será mantenimiento de la página . Cabe destacar que esta es una propuesta muy importante ya que posicionara a la empresa y la irá haciendo más conocida en el mercado, ya que las páginas web muestran todo lo que ofreces en la empresa, que productos o servicios según sea el caso, al mismo tiempo da a reflejar que valores tiene la misma, cuáles son sus objetivos, su visión, misión entre otros... proporcionando de esta manera un tipo de confiabilidad con la empresa y demás. Otro punto importante es que en la actualidad si un usuario en internet necesita algo lo busca en la web y de acuerdo a sus necesidades elige lo que más le favorece según sea su caso, lo cual al estar en la empresa en una página web da oportunidad a que obtenga visibilidad en el mercado.

En cuanto a la tercera acción que es investigar el posicionamiento de la empresa, qué valor tiene el servicio y que competencia habrá para poder contrarrestar con la calidad del producto será llevado a cabo por dos personas durante siete (7) días con un costo total de 336.000 (COP) para su primer año, en donde por medio de un análisis del mercado y de la empresa se puede ver en qué punto de efectividad está la empresa y poder equilibrar la organización si en el proceso se encuentra alguna dificultad.

Ahora bien la última acción que es seguir la aplicación del marketing relacional que ha mantenido la empresa en su trayectoria será llevada a cabo al igual que la primera por su dueña la Licda. Katyuska Díaz, en un tiempo promedio de dos días de supervisión de la misma cada semana y sin costo alguno.

6.2 Plan Funcional de Operaciones

6.2.1. Situación Actual de la Gerencia de Operaciones

Se ha mencionado anteriormente la importancia que ha tenido el departamento de operaciones en la empresa, lo cual dicho departamento es empleado por el mismo jefe, se asemeja a la oficina contable como una empresa de firma personal, donde su único integrante es la dueña de la oficina, considerando los factores mencionados, se aclarará la función de las operaciones dentro del ambiente de trabajo, la función es simple dentro del rubro de la empresa, puesto que el ente que tenemos como sujeto no ofrece ni vende productos, simplemente aplica y presta un servicio contable.

Conforme a ello, la verdadera aplicación de operación no se ejecuta del todo dentro de la empresa, a causa de que la oficina no requiere de materia prima de forma permanente para llevar a cabo la realización de sus actividades, sencillamente necesitan para poder actuar dentro del ejercicio económico: es la experiencia del profesional y la información que comparta el comprador del servicio, incluyendo lo más básico del equipo de oficina que de por sí la empresa ya ha poseído desde hace tiempo, sin embargo, al ser un aspecto necesario para la ejecución del labor, se considera importante dentro de la oficina.

Para finalizar el actual estado de operaciones dentro de la empresa, se comprende que el sistema ha funcionado correctamente como ha sido empleado durante su tiempo de procesamiento y queda claro que la producción del mismo es neutral dentro de la empresa, puesto que es necesaria más no resaltante, con ello en claro, se tomará las medidas necesarias para lograr de alguna forma, mejorar este rubro de la empresa mediante un plan funcional apto y que esté a la medida de los mismos parámetros que habitan en esta área, puesto que al no tener producción en gran escala, la elaboración del plan se podrá tornar un poco simple a ejecutar.

6.2.2. *Objetivos de Operaciones*

- Controlar los costos y maximizar la rentabilidad de la empresa.
- Mejorar la entrega de los trabajos realizados a tiempo con fin de aumentar la buena imagen de la marca.
- Realizar el mantenimiento preventivo de los equipos de trabajo (computadores e impresoras), para evitar fallas en su funcionamiento.
- Mantener una comunicación efectiva con los clientes y proveedores de la empresa en relación a la parte financieras y contables.
- Aumentar la calidad del servicio mediante la ayuda de los anteriores objetivos planteados.

6.2.3. Desarrollo de la Estrategia de Operaciones

Estrategia de Costos – Capacidad

La estrategia a implementar será el ordenamiento de los gastos aplicados en equipo de oficina, para poder administrar mejor el coste que se invierte en la elaboración del servicio y evitar posibles deudas a futuro, a su vez, poder calificar el valor del beneficio acorde a obtener un margen de ganancia ya sea mínimo o aceptable; esto irá de la mano con la evaluación real de que productos se deben usar y cuales no se deben usar en el proceso de ejecución del servicio contable dentro de la oficina, para reducir el gasto de los mismos a gastos en artículos específicos que se vayan a utilizar.

Estrategia Calidad – Procesos

En este aspecto, la estrategia principal a llevar a cabo sería el desarrollo de un sistema de control interno, mediante el cual será puesto en práctica para evitar futuros riesgos en la empresa y establecer un orden entre el gerente con los futuros empleados que pueda haber en una situación futura, acorde a ello se implementará un mantenimiento adecuado al equipo de oficina operado para uso de la ejecución del servicio contable, como resultado a mejorar la realización y entrega del mismo y a su vez un control y organización del equipamiento; teniendo estas tres estrategias a realizar para enriquecer la calidad en el proceso de elaboración del favor ya mencionado.

Estrategia de Flexibilidad – Capacidad

Se evaluará la entrega del servicio dentro del mercado a fin de considerar qué medidas tomar para flexibilizar la distribución del beneficio a los compradores y se implementará una gestión de la documentación con intención de mejorar el esfuerzo dentro del área de trabajo y

generar una comodidad en la ejecución del servicio; puesto que la finalidad a alcanzar es hacer de este departamento no tan común dentro de la empresa, dócil y manejable para el propietario, sin necesidad de ser agobiante y que se pueda adaptar a cualquier cambio que pueda haber en la ejecución del servicio.

6.2.4. Presupuesto

Tabla 9 Presupuesto del Plan Funcional de Operaciones

PLAN DE OPERACIONES	RECURSOS	COSTO UNITARIO (\$)	AÑO 1 (\$)	AÑO 2 (\$)	AÑO 3 (\$)	AÑO 4 (\$)	AÑO 5 (\$)
ACCIONES							
Control de gastos en equipo de oficina.	72 horas a la semana x 1 persona	Sin coste	Sin coste	Sin coste	Sin coste	Sin coste	Sin coste
Mantenimiento adecuado al equipo de oficina.	Contratar un técnico de computadoras e impresoras para mantenimiento.	120.000 (COP)	120.000 (COP)	140.000 (COP)	140.000 (COP)	150.000 (COP)	150.000 (COP)
Control y organización del equipamiento.	24 horas x 1 persona	Sin coste	Sin coste	Sin coste	30.000 (COP)	40.000 (COP)	50.000 (COP)
Ejecución de un sistema de control interno.	24 h x 1 persona	Sin coste	Sin coste	Sin coste	Sin coste	Sin coste	Sin coste
TOTALES(\$)			120.000 (COP)	140.000 (COP)	170.000 (COP)	190.000 (COP)	200.000 (COP)

Fuente: Elaboración propia.

6.2.5 Ejecución de Tareas del Plan de Operaciones.

Para la ejecución de estas acciones tenemos el control de gastos en el equipo de oficina que estará implementado por la Lcda. Katyuska Díaz en tres (3) días de modo de revisar los gastos presentes en la empresa y poder regularlos desde su perspectiva, de este modo será una actividad sin costo, ayudando a tener un mejor control de los gastos.

Ahora el mantenimiento adecuado al equipo de oficina es una acción que se debe estar realizando continuamente ya que con estos equipos se realizan las actividades pertinentes para el funcionamiento de la empresa, en vista de esto se contratara un técnico de computadoras e impresoras para su mantenimiento, para que los equipos trabajen sin problemas y será un trabajo valorado con un costo de 120.000 (COP), y que se ejecutara en un día.

En cuanto a la tercera acción de control y organización del equipamiento, se basa en realizar un cambio en la organización de la oficina, ya sea del papeleo o de los equipos que allí se encuentren. Esta acción es realizada por Lcda. Katyuska Díaz durante un día, sin costo cada dos meses. Del mismo modo ya para los años próximos ya no sería un trabajo sin costo, sino se contrataría una persona que se encargara de realizar este trabajo.

La ejecución del sistema de control interno será elaborada por la Lcda. Katyuska Díaz, ya que ella es la propietaria y gerente de la empresa a fin de generar un método por el cual evitará posibles riesgos a futuro e implementar un ordenamiento de ejecución de los procesos; en caso de obtener personal en un futuro próximo, esta acción tendrá un estimado de un (1) día, con el fin de realizar correctamente los pasos esenciales para la realización del control interno y su coste será cero ya que será realizada por ella misma.

6.3 Plan Funcional de Recursos Humanos

6.3.1. Situación Actual de la Gerencia de Recursos Humanos

Se entiende que la gestión de los recursos humanos es un departamento de vital importancia para toda organización, debida a que el mismo es encargado por una persona con una capacidad de liderazgo, comunicativa, responsable y eficiente a la hora de la toma de decisiones. En este sentido también se menciona que la gestión de los recursos humanos debe

realizar la contratación de personal calificado y competente de acuerdo con las necesidades de cada empresa.

Ahora bien el gerente de recursos humanos debe tener conocimiento de la empresa, pero también debe ofrecer al personal existente un pago digno, al igual que beneficios que motiven a cada uno de los integrantes para obtener un mayor desempeño y realización de cada una de las actividades, obteniendo así los objetivos previstos en cada organización; en cuanto a la empresa de servicios contables, tributarios y obligaciones patronales la cuenta no posee departamento de recursos humanos.

En cuanto a lo mencionado anteriormente, la empresa en cuestión actualmente solo cuenta con un integrante (su dueña) como se ha mencionado anteriormente, resaltando que en el pasado la empresa contaba con talento humano (dos secretarias), pero para el año 2020 la empresa tuvo una caída en sus ingresos en donde se vio afectada y tuvo que prescindir de este personal ya que no podía costear este gasto. Pero cabe resaltar que la empresa necesita volver a contar con este personal por lo cual se están implementando estrategias para que el mismo pueda llevarse a cabo.

6.3.2. Objetivos de Recursos Humanos

- Crear el departamento de recursos humanos a futuro.
- Obtener personal competente para la empresa.
- Poner en marcha un plan de ahorro en la empresa.
- Brindarle al personal una remuneración justa y que cubra sus necesidades.
- Lograr una buena comunicación con el personal para que todo fluya de manera óptima en la oficina.

6.3.3. Estrategias

- Objetivo: Crear el departamento de recursos humanos a futuro.

Estrategias: - Definir qué tipo de personal necesita la empresa en cuanto a valores y objetivos, al igual que una persona con la capacidad de liderazgo y comunicación que motive al personal y que al mismo tiempo siempre este en pro a los avances de la organización.

- Objetivo: Obtener personal competente para la empresa.

Estrategias: - Por medio de la realización de un buen plan de marketing la empresa lograra posicionarse en el mercado obteniendo nuevos clientes, ayudando de esta manera a aumentar sus ingresos y poder adquirir el personal.

- Objetivo: Poner en marcha un plan de ahorro en la empresa.

Estrategias: - Definir una meta de ahorro en la organización durante un tiempo a mediano plazo en donde se acuerde cuando se ahorrara por mes para llegar a la meta requerida.

- Objetivo: Brindarle al personal una remuneración justa y que cubra sus necesidades.

Estrategias: - Proporcionar un salario digno, junto con primas que incentiven al trabajador y lo motiven en la realización de sus actividades.

- Objetivo: Lograr una buena comunicación con el personal para que todo fluya de manera óptima en la oficina.

Estrategias: - Fomentar la cultura empresarial, para de esta forma aumentar la colaboración en los empleados.

6.3.4. Presupuesto

Table 10 *Presupuesto del Plan Funcional de Recursos Humanos*

PLAN DE OPERACIONES	RECURSOS	COSTO UNITARIO (\$)	AÑO 1 (\$)	AÑO 2 (\$)	AÑO 3 (\$)	AÑO 4 (\$)	AÑO 5 (\$)
ACCIONES							
Evaluación de personal para el departamento de recursos humano.	168 h x 1 persona	Sin coste	Sin coste	Sin coste	Sin coste	Sin coste	Sin coste
Ajuste de salario del futuro personal de la empresa.	48 h cada semana x 1 persona.	Sin coste	Sin coste	Sin coste	Sin coste	Sin coste	Sin coste
Expresar una responsabilidad socio comunicativa para mejorar la relación jefe-empleado.	24 h cada semana x 1 persona	Sin coste	Sin coste	Sin coste	Sin coste	Sin coste	Sin coste
TOTALES(\$)			-	-	-	-	-

Fuente: Elaboración propia.

6.3.5 Ejecución de Tareas del Plan de Recursos Humanos

Para cuando se implemente un departamento de recursos humanos se señala que este será manejado en un inicio por su dueña Lcda. Katyuska Díaz, por ello cada una de las acciones propuestas no tiene costo, pero de igual manera se espera que la organización a futuro tenga la oportunidad de contratar una persona que se encargue de ello.

Seguidamente de acuerdo a las acciones correspondientes tenemos:

- Evaluación de personal para el departamento de recursos humano; esta tendrá una duración de 7 días para implementarlo.
- Ajuste de salario del futuro personal de la empresa, esta labor tendrá un tiempo estimado de 2 días, realizándolo cada semana.

- Expresar una responsabilidad socio comunicativa para mejorar la relación jefe-empleado, la comunicación entre las personas que laboran en un espacio determinado es importante, y por ello se establecerá un método de comunicación un día por semana, para estar al tanto de si hay algún problema en la comunicación o si todo está fluyendo con normalidad.

6.5 Plan de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

6.5.1. Situación Actual de la RSE

La responsabilidad social empresarial en la actualidad es un factor relevante si habla de carácter social, debido a que es aquella contribución que se presenta en pro de la sociedad, el ambiente y la empresa. Entonces se podría mencionar que responsabilidad social empresarial se centra en tres directrices de las cuales analizaremos cada una para ver en qué situación se encuentra la organización de servicios contables y tributarios.

Primeramente tenemos el cuidado al medio ambiente, la empresa de servicios contables y tributarios es colaboradora con el planeta, ya que se interesa por el cuidado mismo y por ello participa y contribuye en jornadas de siembra de arboles, ahorrando el agua, manteniendo las áreas verdes, entre otros. Otro de los factores son las condiciones laborales, que en el caso de la empresa es unipersonal, por lo cual no tiene el compromiso, debido que no tiene que cumplir con salvaguardar los intereses colectivos.

Continuamos con el apoyo a las causas humanitarias, en cuanto a esta causa la empresa no posee el capital para poder dar este apoyo, ya que sus ingresos no son muy altos para brindar ayuda en este tipo de actividades. Cabe resaltar que el RSE también es un componente de competitividad para las empresas, pero como ya se ha mencionado anteriormente, la empresa no tiene un gran alcance competitivo en el mercado.

6.5.2 *Objetivos de RSE*

- Colocar en marcha una política de reciclaje y ahorro de energía en la empresa.
- Generar un impacto social efectivo.
- Tener un perfil de marca reconocida.
- Equipo de trabajo comprometido en donde exista la equidad e integración.
- Fomentar la educación financiera en la comunidad.

6.5.3. *Actividades de RSE*

- Objetivo: Colocar en marcha una política de reciclaje y ahorro de energía en la empresa.

Estrategia: - Mediante el reciclaje de material de uso constante en la empresa, como hojas que puedan ser usadas nuevamente, al igual que reducir energía con los equipos que no se estén usando, y la integración de paneles solares a la oficina para contribuir de esta manera con el desarrollo sostenible del ambiente.

- Objetivo: Generar un impacto social efectivo.

Estrategias: - Por medio el cumplimiento de los objetivos que da a conocer la empresa, que cada uno de ellos sean medibles y se realicen; al igual que vaya de la mano con los valores de los clientes.

- Objetivo: Tener un perfil de marca reconocida.

Estrategias: - Crear campañas en redes sociales en donde se creen lasos y vínculos con los usuarios de acuerdo a la segmentación de mercado que tenga la empresa.

- Objetivo: Equipo de trabajo comprometido en donde exista la equidad e integración.

Estrategias: - Hoy en día un equipo de trabajo comprometido hace que la organización marche de la forma correcta, entonces las estrategias a realizar dan lugar a definir roles creando de esta manera una distribución de labores, pero que su vez exista la tolerancia y respeto entre el personal, de igual manera gratificar el desempeño y predominando la integración y el valor ético.

- Objetivo: Fomentar la educación financiera en la comunidad.

Estrategias: - Mediante una talleres de capacitación sobre el tema, con charlas referidas a aprender cómo llevar de una mejor manera la educación financiera.

6.5.4. Presupuesto

Table 11 *Presupuesto del Plan Funcional de RSE*

PLAN DE RSE	RECURSOS	COSTO UNITARIO(\$)	AÑO 1 (\$)	AÑO 2 (\$)	AÑO 3 (\$)	AÑO 4 (\$)	AÑO 5 (\$)
ACCIONES							
Campaña publicitaria para realzar el nombre de la marca.	24 h a la semana x 1 persona	Sin costo	Sin costo	Sin costo	Sin costo	Sin costo	Sin costo
Integración de paneles solares a la oficina.	168 h x 1 persona	350.000 (COP)	350.000 (COP)	300.000 (COP)	250.000 (COP)	250.000 (COP)	250.000 (COP)
Control de material reusable para ser usado de nuevo en el trabajo.	48 h a la semana x 1 persona	Sin costo	Sin costo	Sin costo	Sin costo	Sin costo	Sin costo
TOTALES(\$)			350.000 (COP)	300.000 (COP)	250.000 (COP)	250.000 (COP)	250.000 (COP)

Fuente: Elaboración propia.

6.5.5. Ejecución de Tareas del Plan de RSE

La aplicación de dichas acciones se explicarán a continuación... la primera será manejada por la gerente de la empresa, mediante el proceso de unas 24 horas a la semana, a fin de cuentas para mejorar la reputación de la empresa. En la segunda será abarcada en la búsqueda de un

profesional de dicha área para poder colocar un sistema de paneles solares en donde el presupuesto inicial contará con un estimado de 350.000 (COP).

Ya implementado la acción, los presupuestos a futuro serán visto como un valor para el mantenimiento de los mismos con la intención de que perduren y no se dañen de manera permanente alguno de ellos, y finalizando la acciones, está presente el control de material reusable, el cual es una acción estratégica a fin de sacar provecho de objetos que ya fueron usados en la oficina a fin de implementar un ahorro eficiente, este será hecho por la gerente, puesto que ella es la única que usa dicho material en sus trabajos y el tiempo para elaborar dicho proceso será tomado en un periodo de 48 horas a la semana a fin de mantener cierto nivel de organización de la acción ejecutada.

6.6 Plan Funcional de Finanzas y Evaluación Financiera

6.6.1. Situación Actual de la Gerencia Financiera

De acuerdo a la administración de los recursos económicos de la empresa se menciona que para la actualidad la empresa ha mantenido una rentabilidad financiera hasta el momento, con ingresos medianamente estables que le permite a la organización tener aun liquidez; al mismo tiempo se entiende también que aunque dicha organización tenga ingresos que permitan poder cubrir las necesidades básicas, la empresa necesita un aumento en su capital para poder adquirir más beneficios propios que favorezcan al crecimiento de la empresa.

En este mismo orden de ideas la organización actualmente no presenta ningún tipo de morosidad ni endeudamiento, así mismo, no ha adquirido hasta la fecha ningún tipo de financiamiento. En este sentido la empresa ha cumplido con cada una de sus obligaciones, lo que la ha ayudado a permanecer operativa en el mercado durante mucho tiempo con altas y bajas.

De igual modo la toma de decisiones también es de valor en estos casos, ya que dependiendo de la información proveniente de los estados financieros de la empresa, en base a ello se buscaran las alternativas para mejorar su liquidez, así pues en base a lo mencionado la empresa de servicios contable y obligaciones patronales debe reconsiderar nuevas medidas para aumentar su cartera de clientes.

6.6.2. *Objetivos de Finanzas*

- Aumento de Capital de la empresa.
- Maximizar las Ganancias.
- Valoración de la capacidad financiera de crecimiento.
- Diversificar servicios para incrementar el beneficio económico.
- Incrementar las ventas del servicio contable.

6.6.3. *Inversión en activos (fijos e intangibles). Depreciación y amortización 2023-2027*

INVERSIONES		Oficina de servicios contables							VIDA ÚTIL	{ % } Amort
		INICIO ACTIVIDAD	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5			
ACTIVO NO CORRIENTE (A)										
Equipo de computación			700.000,00					6	17%	
Impresora de libros contables				1.100.000,00				15	7%	
TOTAL NO CORRIENTE			700.000,00	1.100.000,00						
ACTIVO CORRIENTE (B)										
Existencias iniciales		200.000,00								
Tesorería (Caja Bancos)		1.300.000,00								
TOTAL CORRIENTE		1.500.000,00								
TOTAL INVERSIÓN (A + B)		1.500.000,00	700.000,00	1.100.000,00						

CÁLCULOS INTERMEDIOS						
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	INICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Equipo de computación		700.000,00	700.000,00	700.000,00	700.000,00	700.000,00
Impresora de libros contables			1.100.000,00	1.100.000,00	1.100.000,00	1.100.000,00
TOTAL		700.000,00	1.800.000,00	1.800.000,00	1.800.000,00	1.800.000,00
DEDUCCION AMORTIZACIONES	INICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Equipo de computación		115.666,67	115.666,67	115.666,67	115.666,67	115.666,67
Impresora de libros contables			73.333,33	73.333,33	73.333,33	73.333,33
TOTAL		115.666,67	189.000,00	189.000,00	189.000,00	189.000,00
AMORTIZACIÓN ACUMULADA	INICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Equipo de computación		115.666,67	231.333,33	347.000,00	462.666,67	578.333,33
Impresora de libros contables			73.333,33	146.666,67	220.000,00	293.333,33
TOTAL		115.666,67	304.666,67	493.666,67	682.666,67	871.666,67

www.ceano-ria-cmcc.com

Anexo 1 Inversión en Activos

Fuente: Simulador financiero.

Del siguiente anexo se puede observar la inversión a futuro considerada por la empresa, con el fin de ayudar en el proceso productivo de esta, destacando en el año 1 la inversión en un equipo de computación con el valor de 700.000 COP y en el año 2 una impresora de punto para libros contables que tendría el valor estimado de 1.100.000 COP, de igual forma presentando su amortización valorizada mediante el cálculo de su vida útil y medida por su porcentaje estimado durante los años en que se obtuvieron y teniendo de inicio de ejercicio una tesorería de 1.300.000 COP, con una existencia de 200.000 COP. En el espacio de cálculos intermedios se puede

apreciar mejor el valor amortizado y la amortización acumulada de las dos inversiones a adquirir desde el año que se obtuvieron hasta la finalización del 5 año.

6.6.4. Proyección de ventas 2023-2027

VENTAS / INGRESOS		Oficina de servicios contables				
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Realización de libros de compra y venta	Unidad	10,00	22,00	25,00	25,00	30,00
	Precio	30.000,00	100.000,00	115.000,00	125.000,00	140.000,00
	Ingresos	1.140.000,00	2.200.000,00	2.875.000,00	3.125.000,00	4.200.000,00
Hojas de efectivo	Unidad	10,00	21,00	22,00	25,00	20,00
	Precio	30.000,00	80.000,00	75.000,00	90.000,00	100.000,00
	Ingresos	300.000,00	1.680.000,00	1.350.000,00	2.250.000,00	2.000.000,00
Realización de estado de situación financiera	Unidad	20,00	34,00	35,00	27,00	29,00
	Precio	30.000,00	100.000,00	115.000,00	125.000,00	140.000,00
	Ingresos	1.000.000,00	3.400.000,00	4.025.000,00	3.375.000,00	4.060.000,00
Balances	Unidad	20,00	23,00	25,00	28,00	25,00
	Precio	80.000,00	100.000,00	115.000,00	125.000,00	140.000,00
	Ingresos	1.600.000,00	2.300.000,00	2.875.000,00	3.500.000,00	3.500.000,00
Reclamación de impuestos	Unidad	10,00	21,00	23,00	28,00	29,00
	Precio	90.000,00	80.000,00	75.000,00	90.000,00	100.000,00
	Ingresos	900.000,00	1.680.000,00	1.725.000,00	2.520.000,00	2.900.000,00
TOTAL INGRESOS		5.440.000,00	9.420.000,00	12.415.000,00	14.375.000,00	17.380.000,00
Periodo medio de cobro (días):						
Crédito a clientes						

Anexo 2 Proyección de Ventas

Fuente: Simulador financiero.

La proyección de ventas se estimó mediante la variedad de servicios que puede ofrecer la empresa y su valor en pesos colombianos, así mismo la estimación de cuantos servicios en el año puede prestar dado que la cartera de clientes que posee la empresa no es tan pequeña, sin embargo tampoco se puede estimar que todos los clientes que posee vayan a necesitar realización de los 5 servicios que promete la oficina, de tal forma que se ve reflejado los valores tanto del año 1 hasta el año 5 en dicha proyección, también cabe recalcar que la empresa no presenta un sistema de crédito a los clientes por lo cual su valor es 0 y se demuestra el valor total de ingreso recibido en el periodo de 5 años en que se proyecta esta valoración.

6.6.5. Proyección de costos y gastos operativos 2023-2027

COMPRAS /SUMINISTROS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Tinta de impresión	Unidades		1,00	1,00	1,00	1,00
	Precio		200.000,00	250.000,00	300.000,00	350.000,00
	Costes		200.000,00	250.000,00	300.000,00	350.000,00
Materiales de oficina	Unidades	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
	Precio	250.000,00	300.000,00	300.000,00	300.000,00	350.000,00
	Costes	250.000,00	300.000,00	300.000,00	300.000,00	350.000,00
TOTAL COSTES		250.000,00	500.000,00	550.000,00	600.000,00	700.000,00
Crédito de proveedores (días)	<input type="text"/>					
Crédito de proveedores	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	

Anexo 3 Proyección de Costos

Fuente: Simulador financiero.

En la proyección de costos se reflejó los pocos suministros que realmente usa la empresa alrededor del año, puesto que al no ser una empresa manufacturera, el uso de materiales a gran escala no es muy frecuente, el verdadero gasto que genera la organización para ofrecer los servicios radicaría en el uso anual de los materiales de oficina y el cambio de la tinta de impresora que también vendría siendo un gasto anual, más allá de eso, no habría otro gasto que agregar ni tampoco hay endeudamiento con los proveedores puesto que al no necesitar de ellos, la oficina no genera ninguna deuda innecesaria en su periodo económico.

Oficina de servicios contables		CÁLCULOS INTERMEDIOS				
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PERSONAL	DATOS					
Salario medio mensual	250.000,00			3.830.000,00	3.960.000,00	4.090.000,00
Incremento salarial anual	10,00%					
Nº de empleados año 1						
Nº de empleados año 2						
Nº de empleados año 3	1					
Nº de empleados año 4	1					
Nº de empleados año 5	1					
% coste Seguridad Social	13,00%			111.900,00	119.090,00	126.990,00
Total gastos de personal				4.101.900,00	4.512.090,00	4.863.290,00
ALQUILER						
Alquiler mensual	100.000,00	1.200.000,00	1.280.000,00	1.323.000,00	1.389.150,00	1.458.607,50
Subida anual prevista en %	5,00%					
OTROS GASTOS						
Servicios Públicos	60.000,00	600.000,00	615.000,00	630.375,00	646.134,38	662.287,73
Subida media anual en %	2,50%					
TOTAL OTROS GASTOS		600.000,00	615.000,00	630.375,00	646.134,38	662.287,73
TOTAL GASTOS		1.800.000,00	1.875.000,00	6.055.275,00	6.547.374,38	7.084.194,23

www.esplanmex.com

Anexo 4 Proyección de Gastos Operativos

Fuente: Simulador financiero.

Con respecto a los gastos de personal, se comprende que la oficina es firma personal y que actualmente la única que ejerce es la gerente que sería la misma jefa, por ello no se estableció empleados en los dos primeros años, ya que sería un gasto que no se podría subsanar pero a partir del año 3 se empleará un dependiente a fin de subsanar el exceso de trabajo con un salario mensual estimado a ese punto, con el mínimo por ciento del coste de seguridad y el incremento salarial anual estimado.

A su vez se refleja el gasto en alquiler que posee el local el cual no es tan elevado puesto que la empresa no ejerce mucho ahí y sus otros gastos que relativamente vendrían siendo de los servicios públicos que tiene como obligación la empresa a saldar, así generando su total de gastos que debe costear la oficina al final de su periodo.

6.6.6. Cálculo del capital de trabajo 2023-2027

Existencias iniciales	200.000,00
Tesorería (Caja Bancos)	1.300.000,00
TOTAL CORRIENTE	1.500.000,00

Anexo 5 Cálculo del Capital de Trabajo

Fuente: Simulador financiero.

Mediante esta suma puesto que lo único que posee al inicio de la actividad son activos, es decir, valores positivos ya que la empresa no posee algún pasivo en esta fórmula presente, se establece el capital de trabajo del inicio de actividad sin embargo se verá mejor reflejado en los siguientes 5 años cuando se explique la proyección del estado de situación financiera más adelante.

6.6.7. Estructura y opciones de financiamiento 2023-2027

FINANCIACIÓN		Oficina de servicios contables					
		INICIO ACTIVIDAD	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RECURSOS PROPIOS		1.500.000,00	700.000,00	1.100.000,00			
PRESTAMOS							
Condiciones	Tipo de Interés Años						
TOTAL FINANCIACIÓN		1.500.000,00	700.000,00	1.100.000,00			
COMPARACIÓN	INVERSIÓN	1.500.000,00	700.000,00	1.100.000,00			
	FINANCIACIÓN	1.500.000,00	700.000,00	1.100.000,00			

Anexo 6 Estructura de Financiamiento

Fuente: Simulador financiero.

Se presenta la financiación de la empresa como algo propio, es decir, la financiación del ejercicio será embarcada a base de recursos propios y la empresa al mantener un margen estable de rentabilidad, no se optó por generar un préstamo puesto que al inicio del ejercicio no se invertiría en ningún activo y sería un riesgo alto endeudarse sin necesidad alguna, asimismo se observa en los años que se adquiere el activo la financiación propia de la empresa a coste de lo que genere en los años anteriores a la adquisición de dicho activo reflejado en la tabla de financiación.

6.6.8. Estado de resultado proyectado 2023-2027

Oficina de servicios contables						
¿Impuesto sobre beneficios?	<input type="text" value="15,00%"/>					
¿% distribución de beneficios?	<input type="text"/>					
CUENTA DE RESULTADOS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas		9.440.000,00	9.420.000,00	12.115.000,00	14.375.000,00	17.890.000,00
Aprovisionamiento		250.000,00	500.000,00	550.000,00	600.000,00	700.000,00
Varación de existencias						
Margen		8.190.000,00	8.920.000,00	11.565.000,00	13.775.000,00	17.190.000,00
Gastos de personal				4.101.000,00	4.512.000,00	4.868.200,00
Alquileres		1.200.000,00	1.280.000,00	1.323.000,00	1.309.150,00	1.458.807,50
Otros gastos		600.000,00	675.000,00	690.375,00	646.134,38	682.287,73
EBITDA	?	4.390.000,00	7.045.000,00	5.909.725,00	7.227.625,63	10.095.005,77
Amortizaciones		119.688,67	190.000,00	190.000,00	190.000,00	190.000,00
EBIT	?	4.273.333,33	6.855.000,00	5.719.725,00	7.037.625,63	9.905.005,77
Gastos financieros						
BAI	?	4.273.333,33	6.855.000,00	5.719.725,00	7.037.625,63	9.905.005,77
Impuesto sobre beneficios		611.000,00	1.028.250,00	797.858,75	1.055.613,81	1.185.870,85
Resultado		3.632.333,33	5.826.750,00	4.921.766,25	5.981.981,78	8.419.834,90
DISTRIBUCIÓN DE BENEFICIOS						
DIVIDENDO						
RESERVAS		3.632.333,33	5.826.750,00	4.921.766,25	5.981.981,78	8.419.834,90


© www.economia-excel.com

Anexo 7 Proyección de Estado de Resultado

Fuente: Simulador financiero.

Mediante el presente estado de resultado, se usó el porcentaje mínimo del impuesto sobre el beneficio y no hubo porcentaje a la distribución puesto que la empresa no posee socios, se refleja todos los valores hallados en el ejercicio y se logró demostrar el resultado esperado de la proyección dada durante los 5 años de estimación hacia la empresa quedando así las reservas demostradas en la imagen colocada.

6.6.9. Estado de situación financiera proyectado 2023-2027

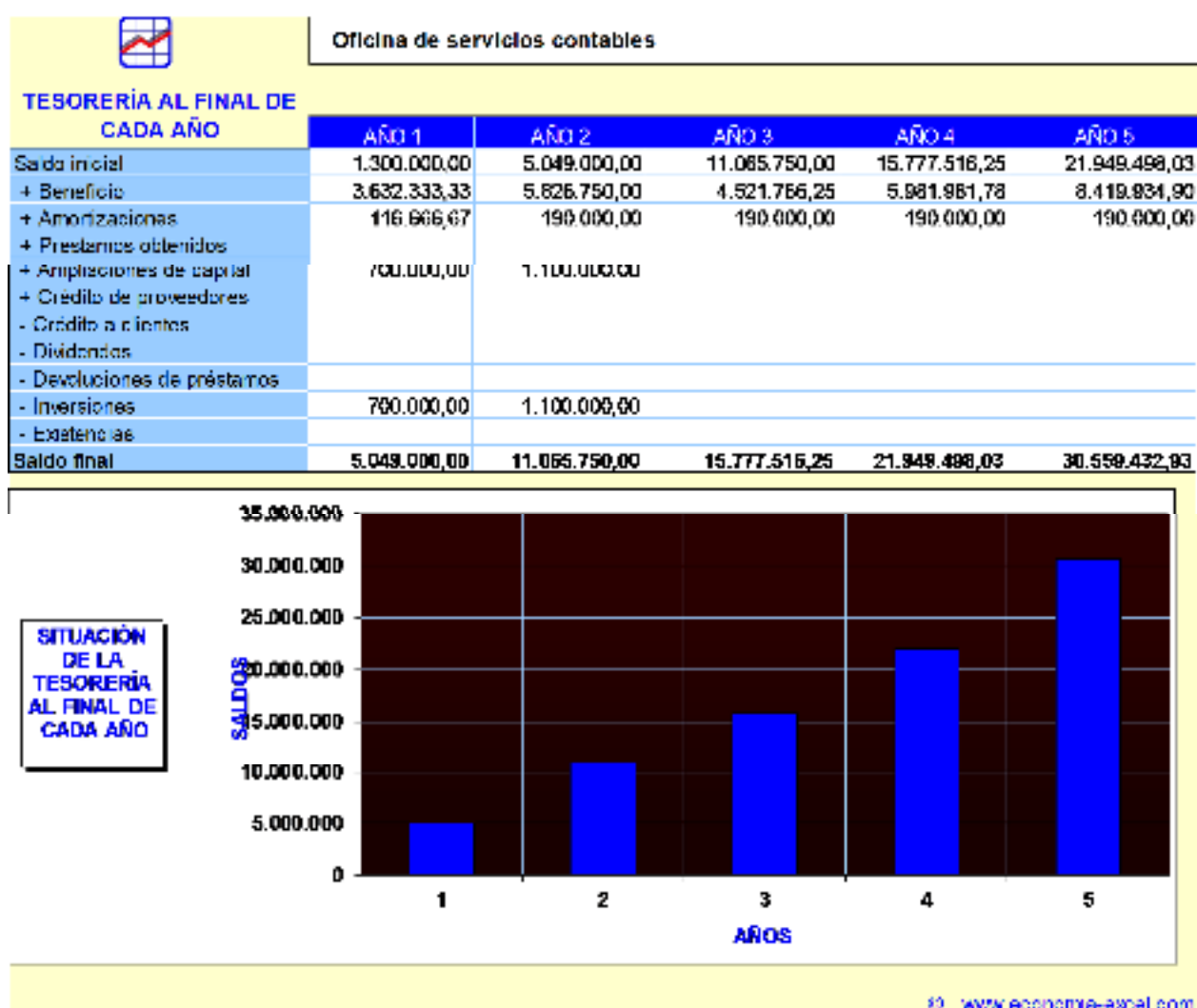
		Oficina de servicios contables				
BALANCE PREVISIONAL	INDICE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO						
Immobilizado		1.000.000,00	1.000.000,00	1.000.000,00	1.000.000,00	1.000.000,00
Amortizaciones		110.666,67	300.666,67	496.666,67	686.666,67	876.666,67
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE		589.333,33	1.499.333,33	1.303.333,33	1.113.333,33	923.333,33
Leas financieras	200.000,00	200.000,00	200.000,00	200.000,00	200.000,00	200.000,00
Cuentas por cobrar	1.300.000,00	5.049.000,00	11.565.750,00	16.777.510,25	21.940.408,05	26.650.432,85
Tesorería	1.500.000,00	5.269.000,00	11.285.750,00	15.977.510,25	22.149.498,05	26.759.432,85
TOTAL ACTIVO CORRIENTE		1.500.000,00	5.269.000,00	11.285.750,00	15.977.510,25	22.149.498,05
TOTAL ACTIVO		1.500.000,00	5.299.333,33	12.750.083,33	17.280.849,58	23.289.831,38
PASIVO						
Reserva por pérdidas	1.500.000,00	2.200.000,00	3.500.000,00	3.500.000,00	5.300.000,00	5.300.000,00
Reservas		3.637.333,33	9.469.083,33	12.980.849,58	10.967.851,36	25.287.766,77
Resultados negativos						
Problemas						
TOTAL NO CORRIENTE		1.500.000,00	5.299.333,33	12.750.083,33	17.280.849,58	23.289.831,38
Provisiones						
Tesorería negativa						
TOTAL CORRIENTE						
TOTAL PASIVO		1.500.000,00	5.299.333,33	12.750.083,33	17.280.849,58	23.289.831,38

Anexo 8 Proyección del Estado de Situación Financiera

Fuente: Simulador financiero.

A continuación se ve manifestado la estimación de la situación financiera de la empresa alrededor de los 5 años de proyección que esta poseerá, como se observa, ambos valores tanto en el total activo como en el total pasivo reflejan lo mismo, señalando que el balance se hizo bien y se calculó correctamente, pudiendo observar un margen de ganancias y gastos equitativamente correctos.

6.6.10. Flujo de caja proyectado 2023-2027



Anexo 9 Proyección del Flujo de Caja

Fuente: Simulador financiero.

En la proyección de flujo de caja se puede presenciar cómo quedó la tesorería al final de cada año y su saldo final, y mediante una gráfica indica el porcentaje alcanzado en la actividad de ese año.

6.6.11. Punto de Equilibrio 2023-2027 (En cantidades y unidades monetarias)

PUNTO DE EQUILIBRIO							
Ventas (V)	?	6.440.000,00	9.420.000,00	12.115.000,00	14.375.000,00	17.880.000,00	
Coste variables (C)	?	250.000,00	500.000,00	550.000,00	600.000,00	700.000,00	
Margen (M)	?	6.190.000,00	8.920.000,00	11.565.000,00	13.775.000,00	17.180.000,00	>CF
% Margen s/ventas	?	96%	95%	95%	96%	96%	
Costes fijos (CF)	?	1.800.000,00	1.875.000,00	6.055.275,00	6.547.374,38	7.084.194,23	<M
Umbral Rentabilidad	?	1.872.697,90	1.980.100,90	6.343.247,44	6.832.559,47	7.372.840,10	<V

Anexo 10 Punto de Equilibrio

Fuente: Simulador financiero.

En el punto de equilibrio se enseñan las ventas y los costes que hubo más el margen que hubo entre ellos dos valorizado en pesos colombianos, a su vez se indica que el margen fue superior a los costes fijos y las ventas fueron superiores al umbral de rentabilidad demostrando un valor correcto para que la empresa pueda ser rentable.

6.6.11. Indicadores de rentabilidad 2023-2027

RENTABILIDAD							
Económica							
Rotación	?	1,10	0,74	0,70	0,62	0,56	>0
Margen	?	0,66	0,73	0,44	0,49	0,55	>0
Financiera							
Apalancamiento	?	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	>=1
Efecto fiscal	?	0,85	0,85	0,85	0,85	0,85	
ROE							
ROE	?	0,62	0,46	0,26	0,26	0,27	>0
ROE en %		62,28%	45,67%	26,17%	25,71%	26,58%	>0

Anexo 11 Indicadores de Rentabilidad

Fuente: Simulador financiero.

Presentando el último anexo, se demuestra la rentabilidad de la empresa mediante indicadores a fin de poder demostrar si es o no es rentable, sin más preámbulo, se demostró que la empresa posee una rentabilidad económica, financiera y de capitales propios acorde a la valorización estimada, en la económica siendo superior a 0, en la financiera siendo igual a 1 y en el ROE siendo superior a 0 concluyendo que la empresa si puede ser rentable en estos 5 años de proyección.

CONCLUSIONES

En conclusión el objetivo de este trabajo dio lugar a establecer un plan estratégico para la empresa de servicios contables tributarios y obligaciones patronales, Lcda. Katyuska Díaz, durante el periodo 2023-2027, en donde se realizó una investigación de la empresa desde varios puntos de vista (sociales, propios y económicos); lo cual serviría como información relevante para poner en marcha un plan funcional y adecuado para dicha organización y de esta manera optimizar el servicio brindado por la empresa e impulsarla a una mayor escala en el mercado.

En este sentido la información utilizada para llevar a cabo este proyecto fue muy útil ya que nos deja entrever las debilidades que posee empresa, pero en torno a ello se contrarrestaran con sus fortalezas, de este modo el método de trabajo y la empresa como tal es unipersonal, al mismo tiempo es una empresa con una cartera de clientes sólida y es lo que hasta el momento la ha mantenido a flote. Pero de igual manera al ser una empresa que es llevada por una persona también puede ser un factor negativo la recarga o exceso de trabajo.

Con esto en cuenta las estrategias que se tiene para la empresa es crear un plan de marketing adecuado y un plan de ahorro. Estas estrategias se dan en torno a las necesidades que presenta la empresa y que anteriormente ya se han dado a conocer como ser una empresa más rentable para aumentar sus ingresos, al igual que posicionarse en el mercado para llegar a más usuarios, entre otros. Así mismo este plan estratégico está diseñado para acciones futuras para la empresa que actualmente carece, como el caso de un departamento de recursos humanos.

En síntesis por medio de todo lo mencionado, la empresa de servicio contable y obligaciones patronales a lo largo de estos 5 años (tiempo a realizar el plan estratégico), lo que se espera es que obtenga personal para la empresa (asistente), que se abra paso en el mercado al ser conocida no solo en el municipio donde radica, sino también en la ciudad de San Cristóbal en el estado Táchira, aumentar su cartera de clientes, maximizar sus servicios y la adquisición de nuevo equipo de computación y mobiliaria para su oficina, ya que es muy importante para la realización de sus actividades diarias, resaltando que la empresa tiene el potencial y la experiencia para poder implementar cada uno de estos objetivos ya que a pesar de sus bajas es una organización que se mantiene siempre activa, mediante toma de decisiones asertivas y optimas en cada situación.

RECOMENDACIONES

A continuación se enumeran una serie de recomendaciones cuya implementación podrían ayudar a mejorar la valoración y desarrollo que pueda alcanzar la empresa:

1. Se recomienda la realización del plan de ahorro en forma de poder adquirir por mínimo un personal para evitar el exceso de trabajo.
2. Con la implementación del nuevo sistema de marketing de la empresa, se podría aumentar el reconocimiento de la oficina en el ejercicio económico durante estos cinco años aproximados.
3. Es recomendable hacer uso y guiarse del plan funcional de finanzas para poder mejorar la rentabilidad de la empresa.
4. Lograr la creación del departamento de recursos humanos es factible en caso de obtener más personal a futuro.
5. Adquirir un nuevo equipo de computación acelerará el trabajo y la distribución entre el personal y el gerente de la oficina.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aicad Business School. (2021). Gestión de operaciones en una empresa: ¿De qué trata?

<https://www.aicad.es/gestion-de-operaciones-en-una-empresa/>

Alonso, M. (2022). Qué son las 5 fuerzas de Porter y cómo analizarlas.

<https://asana.com/es/resources/porters-five-forces>

Castellanos, L. (2015). Matriz Interna Externa (IE).

<https://lcestrategia.wordpress.com/2015/01/25/05-1-matriz-interna-externa-ie/>

CONOCIMIENTOSWEB.NET. (2014). ¿Qué es el análisis funcional?

<https://conocimientosweb.net/portal/article1362.html>

Díaz, J. (2009). Frases célebres de Peter Drucker sobre Gestión, administración, innovación, éxito y Liderazgo.

<https://www.negociosyemprendimiento.org/2009/06/frases-celebres-de-peter-drucker-sobre.html?m=1#:~:text=%22La%20funci%C3%B3n%20de%20la%20empresa,lo%20qu%20no%20se%20dice%22>

Díaz, J. (2010). La gerencia en los 95 años de Peter Drucker.

<https://www.emprendices.co/la-gerencia-en-los-95-anos-de-peter-drucker/>

Emprendedores. (2020). 10 estrategias que ayudarán a impulsar el crecimiento de tu empresa.

<https://www.emprendedores.es/gestion/10-estrategias-que-ayudaran-a-impulsar-el-crecimiento-de-tu-empresa-growth-iq/amp/>

Euroinnova International Online Education. (2023) ¿Qué es investigación y desarrollo en una empresa?

<https://www.euroinnova.edu.es/blog/que-es-investigacion-y-desarrollo-en-una-empresa>

Expandetumente. (2023). 50 frases reflexión sobre la logística.

<https://expandetumente.com/50-frases-reflexion-sobre-la-logistica/>

Factorial. (2023) ¿Qué son los recursos humanos? Repasamos conceptos.

<https://factorialhr.es/blog/que-son-recursos-humanos-definicion/#:~:text=Los%20recursos%20humanos%20son%20un,%2C%20promoci%C3%B3n%2C%20n%C3%B3minas%20y%20despidos>

Gardey, A., Pérez, J. (2008). Gerencia - Qué es, definición y concepto.

<https://definicion.de/gerencia/#:~:text=Es%20la%20unidad%20de%20la,conducci%C3%B3n%20y%20capacidad%20de%20coordinaci%C3%B3n>

Golan, P. (2021). 101 frases de motivación inspiradoras de emprendedores famosos.

<https://www.shopify.com/es/blog/frases-de-motivacion>

ISOTools EXCELLENCE. (2023). La gestión de procesos como estrategia de mejora de la calidad.

<https://www.isotools.us/2015/02/18/la-gestion-de-procesos-como-estrategia-de-mejora-de-la-calidad/#:~:text=La%20planificaci%C3%B3n%20depuraci%C3%B3n%20y%20con>

[trol%20de%20los%20procesos,el%20rendimiento%20y%20la%20capacidad%20de%20las%20organizaciones.](#)

Just EXW. (2023). Matriz GE-Mckinsey en Excel.

https://es.justexw.com/plantillas/matriz-ge-mckinsey-en-excel#descarga_docs

Lifeder. (2021). 50 Frases de Administración de Grandes Administradores.

<https://www.lifeder.com/frases-de-administracion/#:~:text=-En%20la%20mayor%20C3%ADa%20de%20casos%20ser%20un%20buen,hacer%20el%20trabajo%20de%20gente%20superior.-John%20D.%20Rockefeller>

Llamas, J. (2022). Costos fijos y variables.

<https://economipedia.com/definiciones/costos-fijos-y-variables.html>

López, J. (2019). Logística de aprovisionamiento.

<https://economipedia.com/definiciones/logistica-de-aprovisionamiento.html#:~:text=La%20log%C3%ADstica%20de%20aprovisionamiento%20se%20encarga%20de%20optimizar,productos%20e%20incluso%20maquinaria%20que%20necesita%20para%20producir>

Martínez, Y. (2014). La Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

<https://www.eoi.es/blogs/mintecon/2014/04/07/la-responsabilidad-social-empresarial-rse/>

Méndez, A. (2021). Las 90 mejores frases de responsabilidad.

<https://psicologiaymente.com/reflexiones/frases-responsabilidad>

Molina, X. (2018). 50 frases y citas célebres sobre el marketing.

<https://psicologiaymente.com/reflexiones/frases-marketing>

Mundifrases.com. (2023). Frases sobre la honra.

<https://www.mundifrases.com/tema/honra/>

Quiroa, M. (2020). Estrategia de segmentación de mercado.

<https://economipedia.com/definiciones/estrategia-de-segmentacion-de-mercado.html#:~:text=Las%20estrategias%20de%20segmentaci%C3%B3n%20m%C3%A1s%20comunes%20que%20las,...%203%203.%20Estrategia%20de%20nicho%20de%20mercado>

Randstad. (2021) ¿por qué es importante un plan de responsabilidad social empresarial?

<https://www.randstad.com.mx/noticias-rh/tendencias-laborales/importancia-del-plan-de-rse/>

Rivera, E. (2023). Cómo usar el poder de negociación de los proveedores a favor.

<https://www.tiendanube.com/blog/poder-de-negociacion-de-los-proveedores/>

Sánchez, J. (2014). Gestión estratégica de costos.

<https://www.gestiopolis.com/gestion-estrategica-de-costos/#:~:text=La%20gesti%C3%B3n%20estrat%C3%A9gica%20de%20costos%20consiste%20en%20ver,de%20las%20actividades%20empresariales%20%28Mallo%20et%20al%2C%202000%29.>

Sánchez, J. (2020). Servicio.

<https://economipedia.com/definiciones/servicio.html>

Sarmiento, I. (2018). Las 110 mejores frases de éxito.

<https://psicologiaymente.com/reflexiones/frases-de-exito>

Trenza, A. (2023). ¿Qué es la cadena de valor? Análisis y pasos.

<https://anatrenza.com/cadena-de-valor/>

Unir LA UNIVERSIDAD EN INTERNET. (2021). Matriz de McKinsey: ¿qué es y cómo aplicarla en una empresa?

<https://www.unir.net/empresa/revista/matriz-mackinsey/>

Westreicher, G. (2020). Aprovisionamiento.

<https://economipedia.com/definiciones/aprovisionamiento.html>

Zendesk. (2021). 62 frases sobre ventas para mantener la motivación.

<https://www.zendesk.com.mx/blog/frases-sobre-ventas/>

ANEXOS

1.- ¿Que tal ha estado el ejercicio laboral de la oficina desde el año 2021 al año actual?

*Si ha mejorado sus finanzas, a ¿qué se debe?

*Si ha bajado su rentabilidad ¿por qué?, ¿qué factores influyeron?

2.- ¿Cree usted que al tener un servicio de marketing, pueda aumentar la demanda de su trabajo como contador?

3.- ¿Plasmar un día y hora anticipada a sus clientes para la entrega de sus documentos puede generar un alivio laboral en su trabajo?

4.- ¿Haberse mudado de oficina, le ha generado más problemas o le ha solucionado la estabilidad de su oficina con su vida personal?

5.- ¿Al ser usted el único personal de su empresa su trabajo no se ve afectado por exceso de carga laboral y falta de tiempo?

6.- ¿Sería conveniente para usted contratar un asistente administrativo y contable para la facilitación y mejor desempeño de las tareas?

7.- ¿Cuál ha sido el nivel de ventas en los últimos dos años de su empresa?

8.- ¿Cómo ha logrado llevar la trayectoria de su empresa?

9.- ¿La Empresa conto con suficiente liquidez para hacer frente a los gastos que incurrio en el 2021?

10.- ¿Tiene usted una amplia cartera de clientes?

11.- ¿Posee algún préstamo la empresa?

Anexo 12 *Entrevista a la Compañía*

Fuente: elaboración propia.