

PLAN DE TRABAJO CILAB – PROYECTO CÁMARA DE COMERCIO

ANDERSON MORA CONSULTORES SAS



FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACIÓN DE MERCADEO

BOGOTÁ

2023

PLAN DE TRABAJO CILAB – PROYECTO CÁMARA DE COMERCIO

ANDERSON MORA CONSULTORES SAS

PROYECTO DE GRADO

DOCENTE ORIENTADOR:

MARÍA CRISTINA SALAMANCA ROJAS

PRESENTA:

JANDERSON SNEYDER SANCHEZ ARIZA

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACIÓN DE MERCADEO

BOGOTÁ

2023

TABLA DE CONTENIDO

- 1. INTRODUCCIÓN**
- 2. NECESIDAD EXPRESADA POR EL EMPRESARIO**
- 3. CONTEXTUALIZACIÓN**
 - 3.1. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO**
 - 3.2. ANÁLISIS DEL MICROENTORNO**
- 4. MATRIZ DE VARIABLES**
 - 4.1. PESTEL**
 - 4.2. DOFA**
 - 4.3. CANVAS**
- 5. INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**
- 6. IDENTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD**
- 7. OBJETIVOS**
 - 7.1 OBJETIVO GENERAL**
 - 7.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**
- 8. PROPUESTA PLAN DE MEJORA**
- 9. PRESUPUESTO**
- 10. INDICADORES DE MEDICIÓN**
- 11. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES**

12. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. INTRODUCCIÓN

A continuación, buscamos identificar y orientar en las diferentes necesidades que se plantean en un ambiente real, el cual se dará por medio de una compañía prestadora de servicios, creada por un emprendedor que como muchos han llegado al éxito en sus organizaciones gracias a la persistencia y el trabajo incansable, durante este desarrollo crearemos estrategias que permitirán dar soluciones en las áreas más representativa como por ejemplo, el marketing, el cual a través de la información proporcionada por nuestro empresario dará un amplio horizonte de investigación y análisis que permitirá incorporar planes de acción que sean medibles y ejecutables, todo en pro del desarrollo y el apalancamiento al continuo crecimiento organizacional de esta compañía.

2. NECESIDAD EXPRESADA POR EL EMPRESARIO

ANDERSON MORA CONSULTORES SAS

Compañía especializada en la prestación de servicios con siete años de posicionamiento en el mercado, el cual por medio de su ADN corporativo ha impulsado y fortalecido el crecimiento de sus capacidades operativas como las de su capital humano, eje impulsor de la sostenibilidad de la compañía a través de los años mencionados de trayectoria, empresa de contadores públicos la cual tienen como foco principal estratégico de asesoría y acompañamiento a través de modelo outsourcing, revisoría fiscal, consultoría tributaria tanto a personas naturales como a sociedades especialistas en producción, comercialización de productos entre otras actividades, que han tenido un crecimiento significativo, el cual se ha sido evidenciado gracias a los adecuados procesos que se han desarrollado de la mano con **ANDERSON MORA**.

Es una empresa que se ha dado a conocer por medio del voz a voz en el medio, la ejecución por su representante y fundador, el señor Anderson Mora Méndez, quien después de años de experiencia como colaborador en diferentes compañías y ramas, decidió cambiar su historia y la de las personas que hoy aportan en su emprendimiento, su principal necesidad comprende el ambiente digital, donde se ha identificado la necesidad de crear y diseñar estrategias de comunicación y análisis sobre acciones que han realizado, los resultados obtenidos, de manera que, en conjunto con dicha información se cambie la tendencia negativa existente en cuanto a comunicación y posicionamiento de marca.

Actualmente la compañía manifiesta que a través de los esfuerzos realizados económica y operativa en pauta digital y desarrollo de sitio web, no ha contado con un retorno de inversión, según sus cifras no se obtiene un 5% del total de clientes con el que hoy cuentan por el mercado digital, a pesar de las estrategias de comunicación y descuentos importantes en las tarifas de declaración de renta enfocadas al sector salud, por lo cual se detuvo las inversiones en este canal.

Dentro de sus proyectos organizacionales está fortalecer su prestación de servicio en REVISORÍA FISCAL, donde es fundamental que las compañías velen por la obediencia de las normas legales exigidas por las diferentes entidades de control y el fortalecimiento de su nuevo negocio PLAN EMPRENDEDOR, el cual busca brindar un acompañamiento limitado a un valor de venta no superior a los ciento veinte millones de pesos anuales, que garantiza una adecuada estructura sobre la importancia de realizar la transición de la informalidad a la formalidad tributaria.

3. CONTEXTUALIZACIÓN

3.1. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO

Las nuevas políticas del gobierno actual, están marcando una nueva era tributaria, dado que dichas normas y estructuración de muchas de ellas tienen como finalidad intervenir de manera directa en la economía informal, por ende la actualización y mejoramiento de los procesos internos en aquellas personas que deben realizar declaraciones de impuestos se convierte en una prioridad debido a que el desconocimiento de las normas sean nuevas a antiguas no los exime de sanciones.

Dentro de los observatorios que se han realizado al mercado externo se evidencia un entorno altamente competitivo, se identifican compañías muy fuertes en el ambiente digital, e-commerce muy bien estructurados y desarrollados, con múltiples opciones de servicios que permiten realizar aportes significativos a la captación clientes en el segmento que se participa.

Las compañías que intervienen de manera indirecta juegan un papel significativo en el mercado digital, estas nos dan una amplia visión en cuanto a la comprensión del público receptor, las acciones que se deben entablar para ejecutar una adecuada labor que se debe integrar durante nuestro desarrollo. En este macro entorno la utilización de herramientas como el excel son vitales, en él se busca brindar una solución efectiva para los usuarios dado que el conocimiento proporcionado garantiza conexión y cercanía con el interlocutor, es la forma de demostrar que se entiende a la perfección la necesidad que busca suplir.

3.2. ANÁLISIS DEL MICROENTORNO

Nuestro principal objetivo busca una adecuada interpretación sobre las diferentes variables que afectan de manera directa al interior de la compañía, para lo cual utilizaremos el modelo de las 5 fuerzas de Porter, así:

Rivalidad entre competidores

Inevitablemente en el mercado la competitividad es alta, la tecnología y la innovación juegan un papel muy importante a la hora de marcar una pauta y una diferencia, la cual ha sido bandera de esta estructura organizacional, realizando la prestación de sus servicios de manera impecable.

Amenaza de entrada de nuevos competidores

La innovación y el emprendimiento como el realizado por ANDERSON MORA, permite acceder a muchos empresarios pequeños y medianos a las diferentes soluciones tributarias debido a que la figura de outsourcing permite que las empresas puedan acceder a precios accesibles dadas las condiciones de altos costos que se pueden generar al interior de las organizaciones, por tal motivo la amenaza de entrada de nuevos competidores es constante, si bien no cualquiera puede ofrecer este tipo de servicios, la competencia es alta en cuanto a las tarifas en el mercado, de modo que el objetivo principal de nuestro empresario es garantizar un trabajo impecable con los más altos estándares de efectividad en los procesos, dado que la contabilidad no se debe ver como un gasto sino como una inversión que impulsa el crecimiento en regla de las compañías que acceden a sus servicios.

Competencia de productos sustitutivos

Los diferentes servicios como asesoría financiera, legal, de contabilidad, consultoría tributaria, revisoría fiscal, entre otros, son especialidades únicas reguladas y vigiladas por el estado colombiano a través de MinCIT, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, encargados de los marcos normativos, de protección y aseguramiento de la información por medio de leyes y decretos que garantizan su cumplimiento, como por ejemplo, la Ley 1314

de 2009, tiene como objetivo que el Estado, bajo la dirección del Presidente la República y por intermedio de las entidades allí señaladas, intervendrá la economía, limitando la libertad económica, para expedir normas contables, de información financiera y de aseguramiento de la información, que conformen un sistema único y homogéneo de alta calidad, comprensible y de forzosa observancia, por cuya virtud los informes contables y, en particular, los estados financieros, brinden información financiera comprensible, transparente y comparable, pertinente y confiable, útil para la toma de decisiones económicas por parte del Estado.

El poder negociador de los proveedores

El factor diferenciador se basa en brindar las soluciones alternativas con transparencia y estrictamente sujeto a la normatividad regulatoria, para garantizar que las compañías y las personas naturales que usen dichos servicios no incurran en omisión y/o violación del cumplimiento de las leyes regulatorias, esto como una bandera que da la tranquilidad a proveedores y aliados en confiar los procesos de sus empresas con seguridad debido a que esta compañía juega en el terreno de la legalidad.

El poder negociador de los clientes

Sin lugar a dudas los factores y las condiciones económicas que representan el poder adquisitivo de los consumidores no es ajeno a los retos que debe de enfrentar esta industria prestadores de servicios, por lo cual dentro de los objetivos competitivos están en fomentar e incorporar la formalización de personas, de aquellos emprendedores que requieren de la vinculación en dichos procedimientos gubernamentales que impulsará sus actividades económicas por medio de la sujeción a los reglamentos nacionales.

4. MATRIZ DE VARIABLES

4.1. PESTEL

POLÍTICO

Con la llegada del nuevo gobierno, dentro de sus nuevos proyectos está la búsqueda de un nuevo sistema fiscal más justo, donde las personas naturales y jurídicas con mayores ingresos y patrimonios paguen más, de manera que, esta mayor recolección de recursos permita mitigar los índices de pobreza.

Por otra parte, dentro de sus propuestas en campaña y ahora en la ejecución de su gobierno, buscan la protección de la producción local, traducido en un aspecto positivo para el nicho de mercado en mención dado que cada vez se busca, que sean más las personas y las empresas que requieran de los servicios de contadores públicos para su respectiva tributación y declaración de renta.

ECONÓMICO

El sector económico de la tributación que principalmente concierne a nuestro nicho de mercado se da a través de los impuestos directos, en los cuales permite que las personas naturales paguen impuestos por sus ingresos o patrimonio, lo cual en el país tiende a ser evadido, y es aquí donde compañías como ANDERSON MORA CONSULTORES, juegan un papel muy importante dado que algunas personas ignoran los procesos y requisitos de manera que se convierte en un sector amplio para explorar y operar.

SOCIAL

Según el portal Actualícese y en concordancia con las cifras en evasión de impuestos y otras malas prácticas, en Colombia no hay cultura tributaria dado que es una tarea compleja para muchos, otros, carecen de conocimiento en el tema, y otros prefieren hacer caso omiso de la responsabilidad que como contribuyentes deben tener.

PÉRDIDAS POR EVASIÓN



Evasión de impuesto de renta a personas jurídicas llega a **\$15 billones** al año



Equivale a **30%** del recaudo total, según el Marco Fiscal



Evasión equivale a **3%** del PIB

Fuente: Sondeo LR / Gráfico: LR-ER

Otros de los grandes obstáculos que durante la marcha surgen, va ligado a los altos índices de corrupción en cuanto al desvío de los recursos del estado, lo cual fomenta dentro de la baja cultura del tributo a la abstención de la misma debido a que no haya más dinero para que otros lo roben.

TECNOLÓGICO

Por su puesto las herramientas tecnológicas de la información y la comunicación (TIC) hacen presencia, sin duda alguna se han convertido en un aliado imprescindible para cualquier mercado, en este escenario cobran vital importancia dadas las circunstancias vividas durante la pandemia del COVID-19, permitiendo una continuidad en los procesos ante las entidades gubernamentales, cumpliendo así con las responsabilidades legales.

Sumado a ello, está la interacción con los blogs, desarrollo de e-commerce y páginas web, donde se busca posicionar los servicios ante cada persona y/o empresa que busque una solución.

ECOLÓGICOS

Sin lugar a dudas, el principal aspecto relacionado en cuanto al uso adecuado del papel, dado la modalidad del negocio, siendo este principalmente el de mayor utilidad en el entorno de las diferentes compañías involucradas, por su puesto al interior de cada una de ellas se involucra el adecuado proceso de recolección y separación de basuras, uso moderado el agua y restricciones de químicos en los procesos de desinfección de instalaciones y mobiliario.

Por supuesto las grandes acciones que se desarrollan para mitigar el impacto ecológico se dan a través de la reducción de impresiones gracias al aumento de los documentos y procesos como la firma digital, de forma tal que la utilización del papel sea cada vez menor.

LEGAL

Ley 145 de 1960, decretos reglamentarios sobre el ejercicio de la profesión y la ley 43 de 1990 adiciona nuevas disposiciones como organización, revisión, control de contabilidades, certificaciones y dictámenes sobre estados financieros.

En el Decreto 661 de 2018 el presidente de la república de Colombia por medio de sus facultades legales, realiza la modificación al decreto 2555 de 2010 en lo relacionado con la actividad de asesoría, dada la importancia en el adecuado suministro de información y protección a las actividades regulatorias del mercado de valores.

4.2. DOFA

<h1>DOFA</h1>	
<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none">-Talento humano comprometido, eficiente y expertos en el área contable y financiera.-Trayectoria y experiencia.-Profesionalismo e integridad.-Conocimiento en orientar y satisfacer las necesidades de sus clientes.-Desarrollo de oportunidades y crecimiento de sus colaboradores.	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none">- Ampliar la cobertura en el mercado.- Aumentar el número de clientes.- Crecimiento en impacto de clientes.- Desarrollo en habilidades de retener público- Nuevos consumidores dado las nuevas normas políticas.- Mayor penetración en las ciudades del país eje: Declaración de Renta.
<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none">-Necesidad de amplia inversión económica en marketing digital.-Necesidad en ampliar las aplicaciones tecnológicas.-Limitante económica para incrementar el personal y/o sedes de trabajo.	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none">-Ingreso de nuevos profesionales en el mercado.-Asesorías contables con precios inferiores al estándar del mercado.-Factores económicos con déficit.-Competidores fuertes.

4.3. CANVAS

Socios clave -Software -Cámara de comercio -Ingeniero de sistemas -Plataformas digitales	Actividades clave -Consultoría y asesoría de impuestos -Información financiera -Revisoría fiscal -Outsourcing contable	Propuesta de valor -Experiencia - Profesionalismo -Rentabilidad -Eficiencia -Transparencia -Atención personalizada -Agilidad en los procesos	Relación con el cliente -Fidelización de clientes -Referenciación por los clientes en sus entornos -Retención de clientes	Segmento de clientes -Personas naturales -Personas jurídicas -Emprendedores -Pymes Microempresa Pequeña empresa Mediana empresa
	Recursos clave -Herramientas TIC - Convenios -Aliados estratégicos		Canales -Trayectoria -Voz a voz -Sitio web -Redes sociales -Blogs	
Estructura de costos -Gastos de personal -Oficinas y servicios públicos -Publicidad -Ecosistema digital		Fuentes de ingreso -Asesoría financiera -Asesoría tributaria -Outsourcing contable -Asesoría Legal -Aseguramiento bajo NIA		

5. INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Las herramientas de investigación que dieron lugar, se fundamentaron en el entorno digital:

→ Entrevista

Se definen los parámetros de investigación, de acuerdo a las necesidades manifestadas por nuestro empresario dadas las oportunidades que se pueden ejecutar y desarrollar al interior

de su compañía, el contexto informativo proporcionado por el gerente general y cada uno de sus colaboradores en representación de la compañía ha permitido tomar un orden lógico al desarrollo de una estrategia adecuada para incorporar en sus operaciones.

→ Benchmarking

Se fundamenta principalmente en el análisis de los posibles competidores que tienen operaciones en el medio, lo cual ha permitido dar una amplia visión de sus diferentes estrategias en el medio digital como por ejemplo, su posicionamiento en los buscadores de google, permitiendo analizar sus acciones y revisando al detalle los contenidos dentro de sus páginas web.

→ Fuentes

Principalmente de origen gubernamental, donde se han validado las diferentes normas regulatorias del área contable y financiera, dando así un amplio análisis de información sobre cada uno de los aspectos que inciden en el desarrollo de oportunidades y las diferentes acciones que se pueden ejecutar.

6. IDENTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD

Dentro del análisis realizado y en pro de integrar una propuesta de desarrollo coherente y de provecho para nuestro empresario, la principal necesidad a la cual se da el direccionamiento del desarrollo, se encamina en el posicionamiento digital, la integración de una adecuada posición en los buscadores e interacción en redes sociales que permita entrar en las primeras opciones de los resultados de búsqueda, permitiendo así la atracción de clientes potenciales que requieran de la variedad de servicios con la cual se oferta el portafolio actual de ANDERSON MORA CONSULTORES.

7. OBJETIVOS

7.1 OBJETIVO GENERAL

Mejorar la visibilidad a través del posicionamiento SEO, ubicando la marca dentro de las primeras opciones de búsqueda como aquella alternativa de solución a la necesidad del público objetivo.

7.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Identificar las principales palabras clave que se deben de integrar en el plan de posicionamiento SEO.

Captar y retener clientes potenciales durante la interacción en el sitio web (momento de verdad).

Landing que permita llegar a más público, permitiendo convertir los visitantes en prospectos de ventas.

8. PROPUESTA PLAN DE MEJORA

La propuesta del plan de mejora tiene tres frentes:

1. PAUTA DIGITAL.
2. PLAN ESTRATÉGICO DIGITAL.
3. MARKETING OFFICE PLAN.

PAUTA DIGITAL.	PLAN ESTRATÉGICO DIGITAL.	MARKETING OFFICE PLAN.
BUDGET SUGGEST	CONSULTORIA EN MARKETING	MARKETING ESTRATÉGICO
BUYER PERSONA		ESTRATEGIA DE MARCA
BULDING	ESTRATEGIA PUBLICITARIA	COMUNICACIÓN
PLANNING DIGITAL	80 PIEZAS GRÁFICAS	PUBLICITARIA
DIGITAL	ESTRATEGIA DIGITAL	CAMPAÑAS ATL, BTL Y
ARTICULATION	SITIO WEB / LANDINGS	DIGITALES
MATERIAL GRÁFICO	INTEGRACIÓN SEO	180 PIEZAS GRAFICAS*
BUDGET CONTROL	SEO BASICS	
KPI'S CONTROL	EMAIL MARKETING (24)	
REALTIME REPORTING	RRSS ENTRETENIMIENTO (FB E IG)	
	RRSS CONOCIMIENTO (LinkedIn)	

AGENCIA: GCA FACTORY <https://gcafactory.com/>

9. PRESUPUESTO

CONCEPTO	N° PAGOS	VALOR POR MES
PAUTA DIGITAL	12 Mínimo 7	\$ 2'960.000
PLAN ESTRATÉGICO DIGITAL		\$ 7'100.000
MARKETING OFFICE PLAN		\$ 12'500.000

10. INDICADORES DE MEDICIÓN

Alcance	Costo	Tiempo
Mayor cantidad de clientes	(opción #1) \$20'720.000	12 meses
Acción	KPIs de Gestión del Proyecto	
	Partes Involucradas	Mejoras Proyectadas
Direccionamiento al comprador	Empresario: ANDERSON MORA CONSULTORES. Agencia: GCA FACTORY	Mejor posicionamiento de marca Nuevos clientes potenciales Mayor alcance en las ciudades del país.
Planificación digital		
Articulación digital		

11. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

TÍTULO DE LA PROPUESTA: PAUTA DIGITAL
DIRIGIDO A: ANDERSON MORA CONSULTORES
ÁREA DE IMPACTO: DIGITAL
OBJETIVO: ROBUSTECER EL POSICIONAMIENTO DE LA COMPAÑÍA EN EL MERCADO

ESTRATEGIA	TACTICA O ACTIVIDAD	INDICADOR DE GESTIÓN	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7
Direccionamiento al comprador potencial	Identificar el segmento foco. • Empresas • Personas	• Bases de datos actuales • Creación de nuevos	■						
Planificación digital	Tipo de comunicación	• Recepción de clientes por web y redes sociales		■	■	■			
Articulación digital	Comunicación masiva redes sociales	Clientes nuevos efectivos			■	■	■		
Control de presupuesto	Gasto moderado en la necesidad	Retorno de inversión			■	■	■	■	■

12. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La objetividad y creación del contenido de investigación, se basó en las necesidades manifestadas por el empresario.

El plan que se diseñó busca fortalecer la competitividad de la compañía en el mercado en tres frentes, visibilidad, preferencia y posicionamiento orgánico buscando así que la compañía se convierta en la solución a otras y/o personas con mayor número de clientes. Las tres opciones plasmadas están a criterio de ANDERSON MORA CONSULTORES, como recomendación es importante contar con un espacio adicional para la agencia de marketing en pro de brindar más información en los planes y/o ajustes que den lugar.

BIBLIOGRAFÍA

Consulting Group S.A.S (2021) Ministerio de comercio industria y turismo.

<https://www.gydconsulting.com/regulacion-de-normas-de-contabilidad-y-financieras-decreto-030>

Función Pública (1960) Gestor normativo, “Por la cual se reglamenta el ejercicio de la profesión de Contador público”. Ley 145 de 1990.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=66188>

Función Pública (1960) Gestor normativo, “Por la cual se adiciona la Ley 145 de 1960, reglamentaria de la profesión de Contador Público y se dictan otras disposiciones”. Ley 43 de 1990.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=66148>