

Pregrado

Carrera: Administración

Asignatura (UIC): Emprendimiento 4.0

Trabajo de titulación previo a la obtención del

Título en: Tecnólogo Superior en administración

**Tema: Plan digital “Servicios contables para
microempresarios en el Cantón Rumiñahui”**

**Autor/s: Zambrano Estefania, Vite Gustavo
y Pazmiño Mafer**

Tutor: Luis Carrera

Fecha: 4/9/2024



Autor:



Zambrano Alvarado Graciela Estefanía

Título a obtener: Tecnólogo Superior en Administración

Matriz: Sangolquí -Ecuador

Correo electrónico: graciela.zambrano@ister.edu.ec

Autor:



Gustavo Efrén Vite Ordoñez

Título a obtener: Tecnólogo Superior en Administración

Matriz: Sangolquí -Ecuador

Correo electrónico: gustavo.vite@isuister.edu.ec

Autor:



María Fernanda Pazmiño Vélez

Título a obtener: Tecnólogo Superior en Administración

Matriz: Sangolquí -Ecuador

Correo electrónico: maría.pazmino@ister.edu.ec

Dirigido por:



Aguaiza Loja Patricia Estefanía

Título: Mg. Neuromarketing e investigación de Mercados

Matriz: Sangolquí -Ecuador

Correo electrónico: patricia.aguaiza@ister.edu.ec

Todos los derechos reservados.

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la Ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra para fines comerciales, sin contar con autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual. Se permite la libre difusión de este texto con fines académicos investigativos por cualquier medio, con la debida notificación a los autores.

©2024 Tecnológico Universitario

Rumiñahui SANGOLQUÍ – ECUADOR

Zambrano Alvarado Graciela Estefania

Vite Ordoñez Gustavo Efrén

Pazmiño Vélez María Fernanda

Plan digital “Servicios contables para microempresarios en el Cantón Rumiñahui”

CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CT-ANX-2024-ISTER-6-6.3

Sangolqui, 19 de octubre del 2024

G5_CONT ASISTENT_PAZMIÑO
Msc. Elizabeth Ordoñez
DIRECTORA DE DOCENCIA

Msc. Mónica Loachamín
COORDINADORA DE TITULACIÓN

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE
UNIVERSITARIO**

Presente

Por medio de la presente, yo Maria Fernanda Pazmiño Velez declaro y acepto en forma expresa lo siguiente: Ser autor del trabajo de titulación denominado PLAN DE NEGOCIO DIGITAL SERVICIOS CONTABLES PARA MICROEMPRESARIOS EN EL CANTON RUMIÑAHUI , de la Tecnología Superior en Administración; y a su vez manifiesto mi voluntad de ceder al Instituto Superior Tecnológico Rumiñahui con condición de Universitario los derechos de reproducción, distribución y publicación de dicho trabajo de titulación, en cualquier formato y medio, con fines académicos y de investigación.

Esta cesión se otorga de manera no exclusiva y por un periodo indeterminado. Sin embargo, conservo los derechos morales sobre mi obra.

En fe de lo cual, firmo la presente.



Atentamente,
Maria Fernanda Pazmiño
C.I.: 175159657-6

MATRIZ SANGOLQUÍ: Av. Atahualpa 1701 y 8 de Febrero

Telf: 0960052734 / 023524576 / 022331628

 **www.ister.edu.ec / info@ister.edu.ec**

CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CT-ANX-2024-ISTER-6-6.3

Sangolqui, 20 de octubre del 2024

Msc. Elizabeth Ordoñez
DIRECTORA DE DOCENCIA

Msc. Mónica Loachamín
COORDINADORA DE TITULACIÓN

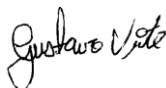
**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE
UNIVERSITARIO**

Presente

Por medio de la presente, yo GUSTAVO EFREN VITE ORDOÑEZ declaro y acepto en forma expresa lo siguiente: Ser autor del trabajo de titulación denominado , de la Tecnología Superior en Administración; y a su vez manifiesto mi voluntad de ceder al Instituto Superior Tecnológico Rumiñahui con condición de Universitario los derechos de reproducción, distribución y publicación de dicho trabajo de titulación, en cualquier formato y medio, con fines académicos y de investigación.

Esta cesión se otorga de manera no exclusiva y por un periodo indeterminado. Sin embargo, conservo los derechos morales sobre mi obra.

En fe de lo cual, firmo la presente.



Atentamente,

Gustavo Efre Vite Ordoñez

C.I.: 172102799-1

**CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN**

CT-ANX-2024-ISTER-6-6.3

Sangolqui, 19 de octubre del 2024

G5_CONT ASISTENT_PAZMIÑO
Msc. Elizabeth Ordoñez
DIRECTORA DE DOCENCIA

Msc. Mónica Loachamín
COORDINADORA DE TITULACIÓN

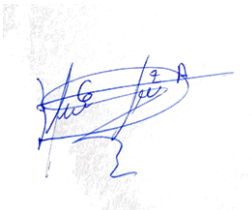
**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE
UNIVERSITARIO**

Presente

Por medio de la presente, yo Zambrano Alvarado Graciela Estefania declaro y acepto en forma expresa lo siguiente: Ser autor del trabajo de titulación denominado PLAN DE NEGOCIO DIGITAL SERVICIOS CONTABLES PARA MICROEMPRESARIOS EN EL CANTON RUMIÑAHUI, de la Tecnología Superior en Administración; y a su vez manifiesto mi voluntad de ceder al Instituto Superior Tecnológico Rumiñahui con condición de Universitario los derechos de reproducción, distribución y publicación de dicho trabajo de titulación, en cualquier formato y medio, con fines académicos y de investigación.

Esta cesión se otorga de manera no exclusiva y por un periodo indeterminado. Sin embargo, conservo los derechos morales sobre mi obra.

En fe de lo cual, firmo la presente.



Atentamente,
Zambrano Estefania
C.I.: 2300004575

MATRIZ SANGOLQUÍ: Av. Atahualpa 1701 y 8 de Febrero

Telf: 0960052734 / 023524576 / 022331628

    www.ister.edu.ec / info@ister.edu.ec

G5_CONT ASISTENT_ZAMBRANO ESTEFANIA VITE GUSTAVO MARIA FERNANDA PAZMIÑO

FORMULARIO PARA ENTREGA DE PROYECTOS EN BIBLIOTECA INSTITUTOSUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE UNIVERSITARIO

CT-ANX-2024-ISTER-1

CARRERA:
TECNOLOGO SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR /ES:

ZAMBRANO ESTEFANIA

VITE GUSTAVO

MARIA FERNANDA PAZMIÑO

TUTOR:
Ing. LUIS CARRERA

CONTACTO ESTUDIANTE:
0994913224
0988139473
0994330797

CORREO ELECTRÓNICO:
graciela.zambrano@ister.edu.ec
gustavo.vite@isuister.edu.ec
maría.pazmino@ister.edu.ec

TEMA:
PLAN DE NEGOCIO DIGITAL PARA MICROEMPRESARIOS EN EL CANTÓN RUMIÑAHUI
OPCIÓN DE TITULACIÓN:
UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

RESUMEN EN ESPAÑOL:

El presente trabajo tiene como objetivo desarrollar un plan de negocio digital para la prestación de servicios tributarios en el cantón Rumiñahui, enfocado en la gestión del Impuesto al Valor Agregado (IVA). El proyecto aborda la necesidad de modernizar y digitalizar los procesos tributarios, respondiendo a los desafíos actuales que enfrentan tanto los contribuyentes como los profesionales del sector. A través de una investigación de mercado y análisis del entorno digital, se identifica la oportunidad de implementar un ecosistema digital que facilite la prestación de estos servicios, mejorando la eficiencia y accesibilidad para los usuarios. La propuesta incluye una estrategia de marketing digital integral que posiciona a la empresa como un referente en el ámbito de los servicios tributarios en la región.

Palabras Claves:

Servicios tributarios

IVA (Impuesto al Valor Agregado)

Plan de negocio digital

Marketing digital

Ecosistema digital

Cantón Rumiñahui

Declaraciones tributarias.

MATRIZ SANGOLQUÍ: Av. Atahualpa 1701 y 8 de Febrero

Telf: 0960052734 / 023524576 / 022331628

    www.ister.edu.ec / info@ister.edu.ec

Abstract

The present work aims to develop a digital business plan for the provision of tax services in the Rumiñahui canton, focused on the management of Value Added Tax (VAT). The project addresses the need to modernize and digitize tax processes, responding to the current challenges faced by both taxpayers and professionals in the sector. Through market research and digital environment analysis, an opportunity is identified to implement a digital ecosystem that facilitates the provision of these services, improving efficiency and accessibility for users. The proposal includes a comprehensive digital marketing strategy that positions the company as a reference in the field of tax services in the region.

Keywords:

Tax services

VAT (Value Added Tax)

Digital business plan

Digital marketing

Digital ecosystem

Rumiñahui canton

Tax declarations.

SOLICITUD DE PUBLICACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CT-ANX-2024-ISTER-2

Sangolquí, 19 de octubre del 2024

Sres.-

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE
UNIVERSITARIO**

Presente

A través del presente me permito aceptar la publicación del trabajo de titulación de la Unidad de Integración Curricular en el repositorio digital PLAN DE NEGOCIO DIGITAL SERVICIOS CONTABLES PARA MICROEMPRESARIOS EN EL CANTÓN RUMIÑAHUI del estudiante: MARIA FERNANDA PAZMIÑO VELEZ , con C.I. 1726536871: alumno de la Carrera TECNOLOGIA SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Atentamente,



Firma del Estudiante

C.I.: 1726536871

SÓLO PARA USO DEL ISTER

Han sido revisadas las similitudes del trabajo en el software “TURNITING” y cuenta con un porcentaje de; motivo por el cual, el Proyecto Técnico de Titulación es publicable. (EL PORCENTAJE DE SIMILITUD DEBE SER MÁXIMO DE 15%)

Fecha del Informe ____ / ____ / ____

SOLICITUD DE PUBLICACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

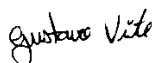
CT-ANX-2024-ISTER-2
Sangolquí, 20 de octubre del 2024

Sres.-
**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE
UNIVERSITARIO**

Presente

A través del presente me permito aceptar la publicación del trabajo de titulación de la Unidad de Integración Curricular en el repositorio digital PLAN DE NEGOCIO DIGITAL SERVICIOS CONTABLES PARA MICROEMPRESARIOS EN EL CANTÓN RUMIÑAHUI del estudiante: GUSTAVO EFREN VITE ORDOÑEZ, con C.I. 172102799-1: alumno de la Carrera TECNOLOGIA SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Atentamente,



Firma del Estudiante
C.I.: 1721027991

SÓLO PARA USO DEL ISTER

Han sido revisadas las similitudes del trabajo en el software “TURNITING” y cuenta con un porcentaje de; motivo por el cual, el Proyecto Técnico de Titulación es publicable. (EL PORCENTAJE DE SIMILITUD DEBE SER MÁXIMO DE 15%)

MSc. Elizabeth Ordoñez
DIRECTORA DE DOCENCIA

MSc. Mónica Loachamín
COORDINADORA DE TITULACIÓN

SOLICITUD DE PUBLICACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

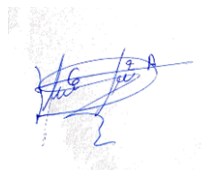
CT-ANX-2024-ISTER-2
Sangolqui, 18 de octubre del 2024

**Sres.-
INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE
UNIVERSITARIO**

Presente

A través del presente me permito aceptar la publicación del trabajo de titulación de la Unidad de Integración Curricular en el repositorio digital “PLAN DE NEGOCIO DIGITAL SERVICIOS CONTABLES PARA MICROEMPRESARIOS EN EL CANTON RUMIÑAHUI,” del estudiante: ZAMBRANO ALVARADO GRACIELA ESTEFANIA, con C.I.: 230000457-5 alumno de la Carrera TEGNOLOGIA SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

Atentamente,



Firma del Estudiante
C.I.: 230000457-5

SÓLO PARA USO DEL ISTER

Han sido revisadas las similitudes del trabajo en el software “TURNITING” y cuenta con un porcentaje de; motivo por el cual, el Proyecto Técnico de Titulación es publicable. (EL PORCENTAJE DE SIMILITUD DEBE SER MÁXIMO DE 15%)

MSc. Elizabeth Ordoñez
DIRECTORA DE DOCENCIA

MSc. Mónica Loachamín
COORDINADORA DE TITULACIÓN

Fecha del Informe ____ / ____ / ____

MATRIZ SANGOLQUÍ: Av. Atahualpa 1701 y 8 de Febrero

Telf: 0960052734 / 023524576 / 022331628

 **www.ister.edu.ec / info@ister.edu.ec**

Dedicatoria

Dedicamos este trabajo de grado a quienes han estado a nuestro lado durante este recorrido académico. A nuestros compañeros, con quienes hemos compartido este camino de esfuerzo y dedicación, superando juntos los retos y aprendiendo valiosas lecciones que nos han permitido crecer como profesionales y personas.

Nos dedicamos también a nosotros mismos, Estefanía Zambrano, Gustavo Vite y Mafer Pazmiño, reconociendo el compromiso y empeño que hemos puesto en cada paso de este proceso.

Por último, a nuestras familias, especialmente a nuestras madres y hermanos, quienes siempre han sido nuestra mayor fuente de apoyo y motivación. Este logro es tanto nuestro como suyo.

Con gratitud y afecto,

Estefanía Zambrano, Gustavo Vite y María Fernanda Pazmiño

Agradecimientos

Queremos expresar nuestro más profundo agradecimiento a todos los ingenieros que estuvieron a lo largo de este recorrido académico, el cual nos brindaron todos sus conocimientos, nos guiaron con paciencia y dedicación, y siempre estuvieron dispuestos a ayudarnos. Sus enseñanzas han sido un papel muy fundamental en nuestra formación y nos han permitido llegar a este punto.

A todos nuestros compañeros de curso, gracias por los momentos compartidos, por el apoyo mutuo y la camaradería que hicieron de esta experiencia algo inolvidable. El esfuerzo conjunto y la solidaridad nos han fortalecido como grupo.

Finalmente, agradecemos a nuestras familias, que han estado a nuestro lado en todo momento, brindándonos su amor incondicional y creyendo en nosotros. Este logro es también suyo.

Con gratitud,

Estefanía Zambrano, Gustavo Vite y María Fernanda Pazmiño.

Resumen

El presente trabajo tiene como objetivo desarrollar un plan de negocio digital para la prestación de servicios tributarios en el cantón Rumiñahui, enfocado en la gestión del Impuesto al Valor Agregado (IVA). El proyecto aborda la necesidad de modernizar y digitalizar los procesos tributarios, respondiendo a los desafíos actuales que enfrentan tanto los contribuyentes como los profesionales del sector. A través de una investigación de mercado y análisis del entorno digital, se identifica la oportunidad de implementar un ecosistema digital que facilite la prestación de estos servicios, mejorando la eficiencia y accesibilidad para los usuarios. La propuesta incluye una estrategia de marketing digital integral que posiciona a la empresa como un referente en el ámbito de los servicios tributarios en la región.

Palabras Claves: Servicios tributarios, IVA (Impuesto al Valor Agregado), Plan de negocio digital, Marketing digital, Ecosistema digital, Cantón Rumiñahui, Declaraciones tributarias.

Abstract

The present work aims to develop a digital business plan for the provision of tax services in the Rumiñahui canton, focused on the management of Value Added Tax (VAT). The project addresses the need to modernize and digitize tax processes, responding to the current challenges faced by both taxpayers and professionals in the sector. Through market research and digital environment analysis, an opportunity is identified to implement a digital ecosystem that facilitates the provision of these services, improving efficiency and accessibility for users. The proposal includes a comprehensive digital marketing strategy that positions the company as a reference in the field of tax services in the region.

Keywords: Tax services, VAT (Value Added Tax), Digital business plan, Digital marketing, Digital ecosystem, Rumiñahui canton, Tax declarations.

Índice de Contenidos

Dedicatoria.....	4
Agradecimientos.....	5
Resumen	6
Abstract.....	7
CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO DIGITAL	18
1.1 Antecedentes.....	18
1.2 Problema	20
1.3 Contexto.....	21
1.4 Justificación	22
1.5 Objetivos.....	23
1.5.1 Objetivo General	23
1.5.2 Objetivos específicos	23
1.6 Impacto	24
CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO	25
2.1 Datos importantes de la actividad de la empresa	25
2.1.1 Nombre comercial.....	25
2.1.2 Logotipo.....	25
2.1.3 Isotipo	25
2.1.4 Eslogan.....	25
2.1.5 Historia de la marca	26
2.1.6 Core business.....	26
2.1.7 Filosofía empresarial.....	26

2.2	Propuesta de valor.....	28
2.3	Posicionamiento.....	29
2.3.1	Posicionamiento en redes sociales	30
2.4	Segmentación digital de la Empresa	32
2.5	Canales de Promoción en Redes Sociales.....	33
2.5.1	Creación de Fan Page.....	33
2.5.2	Creación del perfil de Instagram	33
2.5.3	Creación del perfil de WhatsApp Business	34
2.5.4	Creación del perfil de LinkedIn	35
2.5.5	Creación del perfil de TikTok	36
2.6	Canales de Promoción en WEB	37
2.6.1	Creación de sitio y perfil de negocio con Google My business	37
2.6.2	Creación de la Página WEB Corporativa	37
2.6.3	Creación del Landing Page.....	38
CAPÍTULO III: ESTUDIO TÉCNICO.....		39
3.1	Ventaja competitiva de la presencia en Internet.....	39
3.2	Tienda On-line.....	39
3.2.1	Creación de la tienda online por: Ecwid.....	39
3.2.2	Diseño del sitio.....	39
3.2.3	Catálogo de productos.....	40
3.2.4	Palabras Claves	43
3.2.5	Pasarela de pagos, métodos de pago que aceptarás en tu tienda, como tarjetas de crédito, PayPal, transferencia bancaria, etc.	44

3.2.6	Proceso Logístico de salida: (tarifas de envío basadas en el peso, la ubicación y otras variables, entrega Producto o Servicio)	46
3.3	Impuesto al valor agregado.....	49
CAPÍTULO IV: ESTUDIO ORGANIZATIVO Y LEGAL		50
4.1	Normativa del Comercio electrónico en Ecuador	50
4.2	Normativa Tributaria para tiendas en línea en Ecuador.....	52
4.3	Organización del Departamento de Inbound Marketing.....	53
4.3.1	Puestos claves del Departamento	53
4.3.2	Funciones del Departamento	53
4.3.3	Organigrama Orgánico-Funcional.....	54
4.4	Implementar campañas con Inbound Marketing: Metodología.....	54
4.4.1	Buyer Persona.....	54
4.4.2	Buyer´s Journey.....	55
4.4.3	Sales Procesos	56
4.4.4	Estrategia de Atracción (3).....	57
4.4.5	Estrategias de Conversión (3).....	57
4.4.6	Estrategias de Automatización	59
4.4.7	Oferta comercial.....	59
4.5	Planificación del cronograma de contenido.....	59
4.6	Planificación del cronograma de anuncios	60
CAPÍTULO V: ESTUDIO FINANCIERO E INVERSIÓN		61
5.1	Cálculo de las ventas y determinación de costos y gastos.....	61
5.2	Calculo y análisis del punto de equilibrio.....	63

5.3	Budget de Ventas en unidades. Mes y Total Año	71
5.4	Budget de Ventas en dólares. Mes y Total Año	71
5.5	Gastos de Promoción. Mes y Total Año	72
5.6	Estrategias Puntuales del Marketing Mix en Fechas Importantes.....	72
5.7	Campañas pagadas#1 en Redes Sociales por FacebookAds.....	75
5.7.1	Objetivo de la campaña.....	75
5.7.2	Nombre de la campaña	75
5.7.3	Segmentación.....	76
5.7.4	Ubicación.....	77
5.7.5	Presupuesto.....	77
5.7.6	Fechas	78
5.7.7	Simulación pago con Tarjeta de Crédito	78
5.7.8	Diseño del Anuncio.....	78
5.8	Campañas pagadas#2 en Redes Sociales por FacebookAds.....	79
5.8.1	Objetivo de la campaña.....	79
5.8.2	Nombre de la campaña	79
5.8.3	Segmentación.....	79
5.8.4	Ubicación.....	80
5.8.5	Presupuesto.....	81
5.8.6	Fechas	81
5.8.7	Simulación pago con Tarjeta de Crédito	81
5.8.8	Diseño del anuncio.....	82
5.9	Campañas pagadas#1 en Motores de búsqueda por GoogleAds	82

5.9.1	Objetivo de la campaña.....	82
5.9.2	Nombre de la campaña	83
5.9.3	Segmentación.....	83
5.9.4	Ubicación.....	83
5.9.5	Presupuesto.....	83
5.9.6	Fechas	84
5.9.7	Simulación pago con Tarjeta de Crédito	84
5.10	Campañas pagadas#2 en Motores de búsqueda por GoogleAds	85
5.10.1	Objetivo de la campaña.....	85
5.10.2	Nombre de la campaña	85
5.10.3	Segmentación.....	86
5.10.4	Ubicación.....	86
5.10.5	Presupuesto.....	86
5.10.6	Fechas	87
5.10.7	Simulación pago con Tarjeta de Crédito	87
CAPÍTULO VI: INTEGRACIÓN DE LA TIENDA ONLINE.....		88
6.1	ROI DIGITAL.....	88
CONCLUSIONES		91
RECOMENDACIONES.....		92
REFERENCIAS		93
ANEXOS.....		94
	Anexo 1. Investigación de mercado.....	94
	Anexo 2. Presentación de resultados	97

Índice de Tablas

Tabla 1. Misión, visión y valores de la empresa.....	26
Tabla 2. Funciones del SEO y SEM en la empresa.....	29
Tabla 3. Posicionamiento de la empresa en las redes sociales.....	30
Tabla 4. Segmentación del mercado por parte de la empresa.....	32
Tabla 5. Estrategias de atracción de la empresa.....	57
Tabla 6. Estrategias de conversión de la empresa.....	57
Tabla 7. Estrategias de automatización de la empresa	59
Tabla 8. Cálculo del costo de ventas de declaración del IVA mensual.....	61
Tabla 9. Cálculo del costo de ventas de declaración del IVA semestral.....	61
Tabla 10. Cálculo del costo de ventas de declaración anual a la renta.....	62
Tabla 11. Cálculo del costo de generación de anexos de gastos personales	63
Tabla 12. Calculo del punto de equilibrio	63
Tabla 13. Cálculo del punto de equilibrio	64
Tabla 14. Cálculo del costo de equilibrio.....	66
Tabla 15. Cálculo del costo de equilibrio.....	67
Tabla 16. Cálculos de costos de ventas de los 4 servicios.....	69
Tabla 17. Cálculo del punto de equilibrio	70
Tabla 18. Budget de ventas en unidades	71
Tabla 19. Budget de unidades por vender	71
Tabla 20. Budget de ventas en dólares	72
Tabla 21. Gastos de promoción.....	72
Tabla 22. Estrategia uno de marketing mix.....	72

Tabla 23. Estrategia dos de marketing mix	73
Tabla 24. Estrategia tres de marketing mix	74
Tabla 25. Estrategia cuatro de marketing mix.....	74
Tabla 26. Roi de la campaña en Facebook Ads	88
Tabla 27. Roi de las campañas en Google ADS	89
Tabla 28. Detalle del ROI de las campañas.....	90
Tabla 29. Resultados de la pregunta 1	97
Tabla 30. Resultados de la pregunta 2.....	98
Tabla 31. Resultados de la pregunta 3.....	99
Tabla 32. Resultados de la pregunta 4.....	100
Tabla 33. Resultados de la pregunta 5.....	101
Tabla 34. Resultados de la pregunta 6.....	103
Tabla 35. Resultados de la pregunta 7.....	104
Tabla 36. Resultados de la pregunta 8.....	105
Tabla 37. Resultados de la pregunta 9.....	106
Tabla 38. Resultados de la pregunta 9.....	106
Tabla 39. Resultados de la pregunta 10.....	107
Tabla 40. Resultados de la pregunta 11.....	108
Tabla 41. Resultados de la pregunta 12.....	109

Índice de Figuras

Figura 1. Logotipo de la empresa	25
Figura 2. Isotipo de la empresa	25
Figura 3. Propuesta de valor de la empresa.....	28
Figura 4. Posicionamiento digital de la empresa	29
Figura 5. Creación del fan page de la empresa	33
Figura 6. Creación del Instagram de la empresa.....	33
Figura 7. Creación del WhatsApp Business de la empresa.....	34
Figura 8. Creación del perfil LinkedIn de la empresa	35
Figura 9. Creación del TikTok de la empresa.....	36
Figura 10. Creación del sitio de la empresa en Google My Business	37
Figura 11. Creación de la pagina web de la empresa	37
Figura 12. Creación de la landing page de la empresa	38
Figura 13. Creación de la tienda online de la empresa.....	39
Figura 14. Diseño del sitio online de la empresa.....	39
Figura 15. Catálogo de productos de la empresa	40
Figura 16. Servicios de declaración de IVA mensual.....	41
Figura 17. Servicio de declaración de IVA semestral	41
Figura 18. Servicio de declaración anual de impuesto a la renta.....	42
Figura 19. Servicio de generación de anexos de gastos personales.....	43
Figura 20. Imágenes de los tipos de pago admitidos por la empresa.....	45
Figura 21. Imagen del pago en efectivo	46
Figura 22. Detalle de recogida del servicio.....	46

Figura 23. Capturas del pago y seguimiento de un pedido.....	47
Figura 24. Implementación del valor del IVA para los servicios.....	49
Figura 25. Organigrama de la empresa.....	54
Figura 26. Buyer de la persona para la campaña de marketing.....	54
Figura 27. Etapas del buyer's journey para la campaña.....	55
Figura 28. Detalle del Sales procesos de la empresa.....	56
Figura 29. Planificación del contenido que hará la empresa.....	60
Figura 30. Planificación de los anuncios que hará la empresa.....	60
Figura 31. Punto de equilibrio del IVA semestral.....	65
Figura 32. Punto de equilibrio de la renta anual.....	66
Figura 33. Punto de equilibrio de los anexos.....	68
Figura 34. Punto de equilibrio de todos los servicios.....	70
Figura 35. Objetivo de la campaña 1.....	75
Figura 36. Segmentación de la campaña uno.....	76
Figura 37. Ubicación de la campaña uno.....	77
Figura 38. Presupuesto para la campaña uno.....	77
Figura 39. Fechas para la campaña uno.....	78
Figura 40. Simulación de pago para la campaña uno.....	78
Figura 41. Diseño del anuncio de la campaña uno.....	78
Figura 42. Objetivo de la campaña dos.....	79
Figura 43. Segmentación de la campaña dos.....	79
Figura 44. Ubicación de la campaña dos.....	80
Figura 45. Presupuesto de la campaña dos.....	81

Figura 46. Fechas de la campaña dos	81
Figura 47. Simulación de pago de la campaña dos.....	81
Figura 48. Diseño del anuncio de la campaña dos.....	82
Figura 49. Objetivo de la campaña tres	82
Figura 50. Ubicación de la campaña tres.....	83
Figura 51. Presupuesto de la campaña tres.....	84
Figura 52. Simulación del pago de la campaña tres.....	84
Figura 53. Objetivo de la campaña cuatro.....	85
Figura 54. Ubicación de la campaña cuatro	86
Figura 55. Presupuesto de la campaña cuatro	86
Figura 56. Simulación del pago de la campaña cuatro	87
Figura 57. Mapa del cantón Rumiñahui	96
Figura 58. Resultados de la pregunta 1.....	97
Figura 59. Resultados de la pregunta 2.....	98
Figura 60. Resultados de la pregunta 3.....	99
Figura 61. Resultados de la pregunta 4.....	100
Figura 62. Resultados de la pregunta 5.....	101
Figura 63. Resultados de la pregunta 6.....	102
Figura 64. Resultados de la pregunta 7.....	103
Figura 65. Resultados de la pregunta 8.....	104
Figura 66. Resultados de la pregunta 10.....	107
Figura 67. Resultados de la pregunta 11.....	108
Figura 68. Resultados de la pregunta 12.....	109

CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO DIGITAL

1.1 Antecedentes

El sector de los servicios contables ha experimentado una creciente demanda en los últimos años, impulsado por la complejidad de las regulaciones fiscales y la necesidad de cumplimiento por parte de las empresas. Esta tendencia se ha manifestado de manera particular en el Cantón Rumiñahui y sus alrededores, donde microempresarios de diversos sectores buscan asesoramiento profesional para cumplir con sus obligaciones tributarias de manera eficiente y oportuna.

La implementación del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en Ecuador en el año 2019 marcó un hito significativo en el panorama fiscal del país. Este impuesto, junto con otras obligaciones tributarias como la Declaración a la Renta, ha generado una mayor complejidad en el proceso contable para las empresas, especialmente para aquellas de tamaño mediano y pequeño, que carecen de recursos internos dedicados exclusivamente a esta función.

La falta de conocimiento especializado en materia tributaria y contable, sumada a la necesidad de cumplir con los plazos establecidos por la Administración Tributaria, ha llevado a muchas empresas a buscar servicios externos de contabilidad y asesoramiento fiscal. Sin embargo, la oferta de estos servicios en el Cantón Rumiñahui se ha mostrado limitada, con pocas opciones disponibles para las empresas locales, y aparte algunos de los que ejercen este servicio no lo hacen de la manera correcta no son honestos ni transparentes en lo que hacen.

Esta situación ha generado una oportunidad para el desarrollo de un negocio enfocado en brindar servicios contables especializados, que van de la mano con la honestidad y transparencia en todo lo que se realice, centrándonos especialmente en la gestión de declaraciones del IVA

mensual y semestral, así como la generación de anexos personales y la declaración a la Renta, específicamente dirigido al mercado del Cantón Rumiñahui y sus alrededores.

Las indagaciones realizadas en el ámbito local nos han arrojado una serie de problemáticas comunes entre las empresas de la zona en relación con su gestión contable y fiscal. Estas incluyen la falta de comprensión de las regulaciones tributarias vigentes, la dificultad para mantenerse al día con los cambios normativos, la transparencia, la atención personalizada y la carencia de herramientas adecuadas para llevar a cabo una contabilidad precisa y eficiente.

Además, se ha observado una brecha en la disponibilidad de servicios contables que se ajusten a las necesidades específicas de los microempresarios locales, en términos de costo, calidad, atención al cliente y la proximidad geográfica.

En este contexto, nos surge la oportunidad de establecer un emprendimiento de servicios contables especializado, donde brindaremos soluciones integradas a los microempresarios del Cantón Rumiñahui, contribuyendo así a su desarrollo económico y facilitando su cumplimiento tributario.

Uso del Marketing Digital en las empresas del Cantón Rumiñahui

Se hace evidente que las empresas de servicios, incluyendo las de contabilidad, han comenzado a aprovechar el potencial del marketing digital para captar nuevos clientes y fidelizar a los existentes. El marketing digital permite a las empresas promocionar sus servicios de manera más efectiva y personalizada, utilizando canales como redes sociales, correos electrónicos, y motores de búsqueda para alcanzar a su público objetivo de manera directa.

El uso de plataformas digitales ofrece la posibilidad de segmentar el mercado y dirigir campañas específicamente a aquellos empresarios que más necesitan asesoramiento contable, como los microempresarios en el Cantón Rumiñahui. Además, estas herramientas digitales

permiten a las empresas de servicios medir el impacto de sus campañas en tiempo real, ajustando sus estrategias para maximizar el retorno de la inversión.

El implementar una estrategia de marketing digital efectiva no solo ayudará a difundir los servicios contables disponibles, sino que también permitirá crear una marca sólida y confiable en el mercado local. Las empresas de servicios contables pueden utilizar su presencia digital para educar a los empresarios sobre la importancia del cumplimiento tributario, ofrecer contenido valioso que resuelva dudas comunes, y establecerse como líderes de opinión en el ámbito fiscal.

Además, la digitalización de los servicios contables, a través del uso de software especializado y plataformas en línea, facilita la gestión eficiente de las obligaciones tributarias, reduciendo el margen de error y mejorando la transparencia en el proceso contable. Esta transformación digital no solo mejora la experiencia del cliente, sino que también optimiza la operación interna de la empresa de servicios, haciéndola más competitiva y ágil.

1.2 Problema

En el Cantón Rumiñahui, los microempresarios enfrentan importantes desafíos en la gestión de sus obligaciones contables y fiscales. Estos desafíos se deben a la complejidad de las regulaciones tributarias, la falta de conocimiento especializado en contabilidad y fiscalidad, y la limitada disponibilidad de tiempo para mantenerse al día con los constantes cambios normativos y adaptar sus procesos contables en consecuencia. Además, existe una carencia notable de servicios que ofrezcan soluciones transparentes y personalizadas que atiendan las necesidades específicas de estos microempresarios.

Adicionalmente, la empresa que se propone brindar estos servicios enfrenta desafíos clave en su estrategia de marketing digital. La creciente digitalización del mercado exige la implementación de un plan de negocio digital que nos permita como empresa no solo llegar de

manera más efectiva nuestro mercado objetivo, sino también adaptarnos a las nuevas formas de comunicación y comercio que predominan en la actualidad.

Carecemos de la ausencia de un ecosistema digital sólido el cual nos limita la capacidad para competir en un entorno cada vez más digitalizado, dificultando la captación y retención de clientes. Por lo tanto, la necesidad urgente que tenemos como empresa es de desarrollar un ecosistema digital para así posicionarnos y llegar a clientes potenciales ofreciéndoles nuestra calidad del servicio.

1.3 Contexto

¿Qué es el Marketing Digital?

El marketing digital comprende todas las estrategias y acciones de promoción, publicidad y comunicación que se llevan a cabo en el entorno digital. Esto incluye canales como redes sociales, motores de búsqueda, correo electrónico y sitios web, entre otros. En el contexto empresarial, el marketing digital se utiliza para llegar a clientes potenciales de manera efectiva y generar interacciones significativas con la marca.

Marketing Digital en Ecuador

En Ecuador, el marketing digital ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, impulsado por la creciente penetración de internet y el uso generalizado de dispositivos móviles. Las empresas ecuatorianas están aprovechando cada vez más las oportunidades que ofrece el marketing digital para promocionar sus productos y servicios, llegar a nuevos mercados y generar lealtad de marca entre los consumidores.

Utilización del Marketing para la Comercialización de los Servicios Contables

El marketing digital se ha convertido en una herramienta fundamental para la comercialización de servicios contables en la actualidad. Las empresas o emprendimientos de

servicios contables pueden utilizar estrategias como la optimización de motores de búsqueda (SEO), la publicidad en línea, la creación de contenido relevante y útil, y la participación en redes sociales como Instagram, Facebook, TikTok y redes profesionales como LinkedIn para promocionar nuestros servicios mediante la creación de contenido educativo sobre temas tributarios y contables, y así llegar a clientes potenciales.

Estas estrategias nos permitirán aumentar la visibilidad en línea, establecer credibilidad y autoridad en el campo, y generar confianza entre los clientes potenciales. Además, el marketing digital ofrece la posibilidad de segmentar el mercado y personalizar los mensajes según las necesidades y características específicas de cada cliente potencial.

1.4 Justificación

El proyecto de establecer un servicio de declaraciones del IVA mensual y semestral, así como la generación de anexos o gastos personales y la declaración de la renta en el Cantón Rumiñahui, surge como respuesta a la escasez de servicios contables rápidos y básicos en el mercado local. Hemos identificado una oportunidad para ofrecer una solución integral a los desafíos que enfrentan los microempresarios del cantón en materia contable y fiscal.

La falta de opciones disponibles de servicios personalizados y la complejidad de las regulaciones tributarias y contables, especialmente tras la implementación del Impuesto al Valor Agregado (IVA), ha generado una creciente demanda de servicios contables especializados. Es por ello por lo que presentamos este proyecto, con el objetivo de solventar las necesidades de los microempresarios del Cantón Rumiñahui, ofreciendo una atención personalizada y transparente en todos los servicios brindados.

Además, la implementación de un ecosistema digital para la empresa es esencial para maximizar el alcance y la eficiencia de estos servicios. La digitalización no solo permitirá

optimizar los procesos internos y ofrecer un servicio más ágil y preciso, sino que también facilitará la captación y retención de clientes en un mercado cada vez más digitalizado.

Un ecosistema digital sólido permitirá a la empresa mantener una comunicación constante y efectiva con sus clientes, automatizar procesos clave como la gestión de declaraciones y anexos, y mejorar la experiencia del usuario a través de plataformas digitales accesibles y seguras. Este enfoque digital es indispensable para asegurar que la empresa no solo responda a la demanda actual, sino que también esté preparada para adaptarse a futuras evoluciones del mercado.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo General

Realizar un plan de negocio digital integrando una tienda online para ofrecer nuestros servicios contables sobre los impuestos tributarios en el Cantón Rumiñahui, llevando el emprendimiento al mundo del comercio electrónico con el propósito de aumentar la presencia en línea y expandir las ventas maximizando la eficiencia, eficacia y la satisfacción de nuestros clientes.

1.5.2 Objetivos específicos

- Crear una página web utilizando la plataforma Wix, para proporcionar información detallada sobre los servicios contables que vamos a ofrecer por el momento.
- Crear una Landing Page con el propósito de vincular los contenidos orgánicos que serán creados en redes sociales como Facebook, Instagram, TikTok y LinkedIn.
- Elaborar un calendario de contenido para mantener una presencia activa y relevante en las plataformas digitales.

1.6 Impacto

El proyecto de servicios contables en el Cantón Rumiñahui tendrá un impacto significativo en el desarrollo económico local. A través de la mejora en la gestión financiera de los microempresarios, se espera aumentar la competitividad empresarial y generar empleo en la región. Este emprendimiento digital facilitará el acceso a servicios contables profesionales a un costo más accesible, lo que impulsará el crecimiento de pequeñas y medianas empresas.

Impacto Social

En el ámbito social, el proyecto contribuirá a mejorar la estabilidad financiera de las familias involucradas en microempresas, al ofrecerles herramientas y conocimientos para una gestión más eficiente de sus recursos. Esto, a su vez, puede reducir las tasas de fracaso empresarial y mejorar la calidad de vida de la comunidad local.

Impacto Tecnológico

La implementación de una tienda online para la prestación de servicios contables también fomentará el uso de tecnologías digitales en el Cantón Rumiñahui. Esto no solo facilitará la transición hacia procesos más automatizados y eficientes, sino que también promoverá la adopción de nuevas tecnologías por parte de otros negocios locales, contribuyendo así al avance tecnológico de la región.

Impacto Ambiental

El impacto ambiental del servicio contable será relativamente bajo en comparación con otros tipos de negocios físicos. Al ser una tienda online, reduciremos significativamente el uso de papel, ya que muchas transacciones y documentos se manejarán electrónicamente. Esto contribuirá a la conservación de los recursos forestales, apoyando prácticas más sostenibles en la gestión de negocios.

CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Datos importantes de la actividad de la empresa

2.1.1 Nombre comercial

Cont Asistent

2.1.2 Logotipo

Figura 1

Logotipo de la empresa



Nota. La imagen representa al logotipo de la empresa

2.1.3 Isotipo

Figura 2

Isotipo de la empresa



Nota. La imagen representa al isotipo de la empresa

2.1.4 Eslogan

“Tus impuestos sin preocupaciones”

2.1.5 *Historia de la marca*

Cont Asistent es un departamento especializado en servicios de declaraciones de impuestos. Nuestro origen se encuentra en la amplia experiencia de la señorita Zambrano Estefanía, quien, al comenzar su carrera en una agencia de turismo, adquirió conocimientos considerables en declaraciones tributarias para el RIMPE General. Impulsada por su experiencia y la creciente demanda de servicios personalizados de declaración de impuestos en el Cantón Rumiñahui, la señorita Zambrano tomó la audaz decisión de emprender y fundar su propia empresa. Así nació Cont Asistent, con el objetivo de ofrecer soluciones eficientes y adaptadas a las necesidades de los clientes en el ámbito tributario.

2.1.6 *Core business*

Servicio de las declaraciones del IVA mensual

La declaración de IVA mensual consideramos que es el servicio número uno debido a su frecuencia, impacto en el flujo de caja, y su importancia para el cumplimiento normativo continuo. Este servicio no solo garantiza que los clientes cumplan con sus obligaciones fiscales de manera oportuna, sino que también proporcionaremos una base sólida para la planificación financiera y la asesoría integral. Si tengo más clientes puedo generar más ingresos y así poder cubrir todos los gastos y costos que conlleva la generación de declaraciones al IVA.

2.1.7 *Filosofía empresarial*

Tabla 1

Misión, visión y valores de la empresa

Misión	Visión
Brindar servicios contables integrales y personalizados, especializados en la preparación de declaraciones mensuales y semestrales del IVA, la generación de anexos y la preparación de la	Ser reconocidos a nivel Cantonal no sólo por ser prestadores de servicios en materia prima contable, sino porque somos los mejores aliados proporcionando soluciones precisas, eficientes y

declaración de la renta para el Régimen General en el Cantón Rumiñahui, garantizando cumplimiento normativo, precisión y eficiencia para contribuir al éxito financiero y fiscal de nuestros clientes. Deje sus problemas de impuestos en nuestras manos.

personalizadas permitiendo a nuestros clientes cumplir con sus obligaciones de una manera óptima y segura.

Valores

- **Ética profesional:** actuamos con la más alta integridad y ética profesional en todas nuestras interacciones y servicios, respetando las normas legales y contables.
 - **Confianza:** construimos relaciones de confianza con nuestros clientes a través de la transparencia y honestidad.
 - **Compromiso:** estamos comprometidos a ofrecer un servicio personalizado y proactivo.
 - **Responsabilidad:** asumimos la responsabilidad de garantizar que nuestros clientes cumplan con todas sus obligaciones en cuanto a las declaraciones tributarias.
 - **Respeto:** valoramos y respetamos a nuestros clientes, y empleados, fomentando así un ambiente de trabajo inclusivo y respetuoso.
-

Fuente: Elaboración propia

Conclusiones del estudio de Mercado

- **Demanda potencial:** el análisis revela que varios usuarios no cuentan con un servicio de contabilidad, en lo cual hemos llegado a la conclusión que nuestro emprendimiento va a tener un buen alcance cubriendo ese vacío existente.
- **Servicios prioritarios:** los servicios más demandados por los usuarios son las declaraciones mensuales, semestrales del IVA.

- Perspectiva positiva: el 63,3 % de los usuarios estaría dispuesto a comprar los servicios de Cont Asistent, lo que indica una aceptación significativa y un potencial de éxito para la empresa.
- Impacto potencial en el mercado: dado que una mayoría considerable del mercado objetivo actualmente carece de servicios de contabilidad y existe una predisposición positiva hacia nuestra oferta, se puede anticipar que Cont Asistent tendrá un impacto favorable en el mercado.

2.2 Propuesta de valor

Figura 3

Propuesta de valor de la empresa



Nota. La imagen muestra el perfil de clientes que quiere la empresa y lo que propone.

2.3 Posicionamiento

Figura 4

Posicionamiento digital de la empresa



Nota. Las labores del SEO y SEM en la empresa. Tomado de: <https://es.linkedin.com/pulse/la-combinaci%C3%B3n-estrat%C3%A9gica-de-seo-y-sem-olenka-n%C3%A1jera-wglue>

Tabla 2

Funciones del SEO y SEM en la empresa

Aplicación del SEO en Cont-Asistent	Aplicación del SEM en Cont-Asistent
Vamos a generar contenido para subir a la página web o las redes sociales referentes a tips informativos consejos esenciales con respecto a las declaraciones de los impuestos para así mantener a nuestros usuarios informados y actualizados constantemente referente a las nuevas regulaciones tributarias y otros elementos derivados de los impuestos que sean de suma importancia.	Voy a pagar por publicidad sobre los servicios contables, utilizando plataformas de publicidad como Google Ads para que cuando los usuarios busquen términos relacionados con los servicios contables aparezcamos en los primeros lugares y así obtener más tráfico para nuestro emprendimiento, y también cuando sean fechas específicas por ejemplo la generación de anexos y declaraciones anuales de la IR con relación al Régimen General, o sobre ofertas o combos para sí llegar a más público de una manera rápida segura y corta.

Fuente: Elaboración propia

2.3.1 Posicionamiento en redes sociales

Para nuestro posicionamiento en redes escogimos las siguientes aplicaciones las cuales nos permitirán llegar a un mayor alcance de acorde a los servicios que ofrecemos como empresa aquí explicaré el por qué elegí las siguientes redes:

Tabla 3

Posicionamiento de la empresa en las redes sociales

				
En Facebook se va a	En Instagram se va	En YouTube se va a	En LinkedIn esta	En WhatsApp
generar contenido	crear contenido tres	generar contenido	aplicación se	Business esta
tres veces a la	veces por semana	de videos cortos	escogió ya que el	plataforma permite
semana los cuales	como videos cortos	donde realizaré una	público objetivo va	un contacto directo
serán de forma	por ejemplo de	explicación breve y	ya hacia las	con el cliente, aquí
educativo e	cómo puedes	precisa de cómo	personas	se va a generar
informativo acerca	organizar de una	puedes preparar tú	profesionales y	contenido para
de los servicios	manera eficiente y	mismo tus	LinkedIn es una	mantener al tanto a
sobre las	ordena tus	declaraciones del	aplicación exclusiva	mis clientes sobre
declaraciones de los	documentos para	IVA, igualmente	para generar	sus obligaciones
impuestos.	que no tenga	estar al tanto con las	contenido a	hasta la fecha
	problemas al final	nuevas proformas	empresas o	correspondiente por
	del año, hacer post	tributarias que se	profesionales, aquí	el último dígito de
	de promociones y	van aplicando para	se va a crear al igual	la cédula también
	ofertas especiales	así poder generar	que en las otras	crearé catálogos con
	del servicio.	contenido explícito	aplicaciones	ofertas especiales
		y actualizado a	imágenes llamativas	sobre los servicios
		nuestros clientes.	relacionadas con las	que voy a ofrecer,
			declaraciones de	

impuesto también	esto lo realizaré dos
generaré videos	veces por semana.
explicativos	
educativos e	
informativos	

Fuente: Elaboración propia

La elección de Facebook e Instagram es porque mi público objetivo está ahí según MENTINO y mediante las edades al cuál cómo empresa me gustaría llegar van desde 35 a 65 años hay un total de 6387.400,000 millones de usuarios que actualmente utilizan estas aplicaciones.

Las visitas orgánicas que hay actualmente según MENTINO en Facebook hay 12.748.240 millones de usuarios mensualmente. En Instagram según la información que saqué de MENTINO hay un total de 5.880.994 millones de usuario que visitan la aplicación mensualmente de manera orgánica. De acorde al análisis en la aplicación MENTINO nos dice que en YouTube tenemos un total de 22.913.442 millones de usuarios que visitan la aplicación mensualmente de manera orgánica.


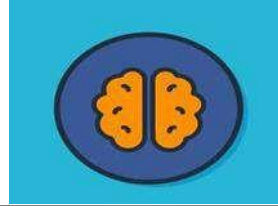
En LinkedIn nos encontramos con un total de 1.413.343 millones de usuarios si bien es cierto que la cantidad de usuarios que visitan LinkedIn mensualmente es mucho menos a las anteriores aplicaciones, pero como nuestro público objetivo se centra más aquí en LinkedIn es por ese motivo que creamos una cuenta para promocionar y ofrecer nuestro servicio.

WhatsApp Business es otra de las herramientas pilares para nuestra empresa ya que nos permite tener interacción directa y personalizada con nuestros clientes, según el análisis que se llevó acaba mediante la aplicación MENTINO nos dice que mensualmente contamos con un total de visitas orgánicas de 10.227.577 millones de usuarios.

2.4 Segmentación digital de la Empresa

Tabla 4

Segmentación del mercado por parte de la empresa

SEGMENTACIÓN DE MERCADO			
			
GEOGRÁFICA	DEMOGRÁFICA	PSICOGRÁFICA	CONDUCTUAL
<p>País: Ecuador</p> <p>Ciudad: Quito</p> <p>Alcance de la publicidad: Cantón Rumiñahui</p>	<p>Generación: Babyboomers (1946-1964)</p> <p>Buscan información más detallada</p> <p>Generación X (1965-1976)</p>	<p>Los babyboomers Se comunican de formas más tradicionales, como el correo electrónico, las llamadas telefónicas y las reuniones en persona.</p> <p>La generación X Se comunica mediante una variedad de medios de comunicación, incluidos el correo electrónico, los mensajes de texto, las redes sociales como Facebook LinkedIn Instagram YouTube y las llamadas telefónicas</p>	<p>Para la aplicación en redes sociales utilizaremos las siguientes herramientas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Facebook • LinkedIn • YouTube • WhatsApp • Instagram

Fuente: Elaboración propia

2.5 Canales de Promoción en Redes Sociales

2.5.1 Creación de Fan Page

Figura 5

Creación del fan page de la empresa



Nota. El fan page de la empresa creado en Facebook, para acceder al mismo entrar al siguiente enlace:

<https://www.facebook.com/profile.php?id=61560396144387&mibextid=ZbWKwL>

2.5.2 Creación del perfil de Instagram

Figura 6

Creación del Instagram de la empresa



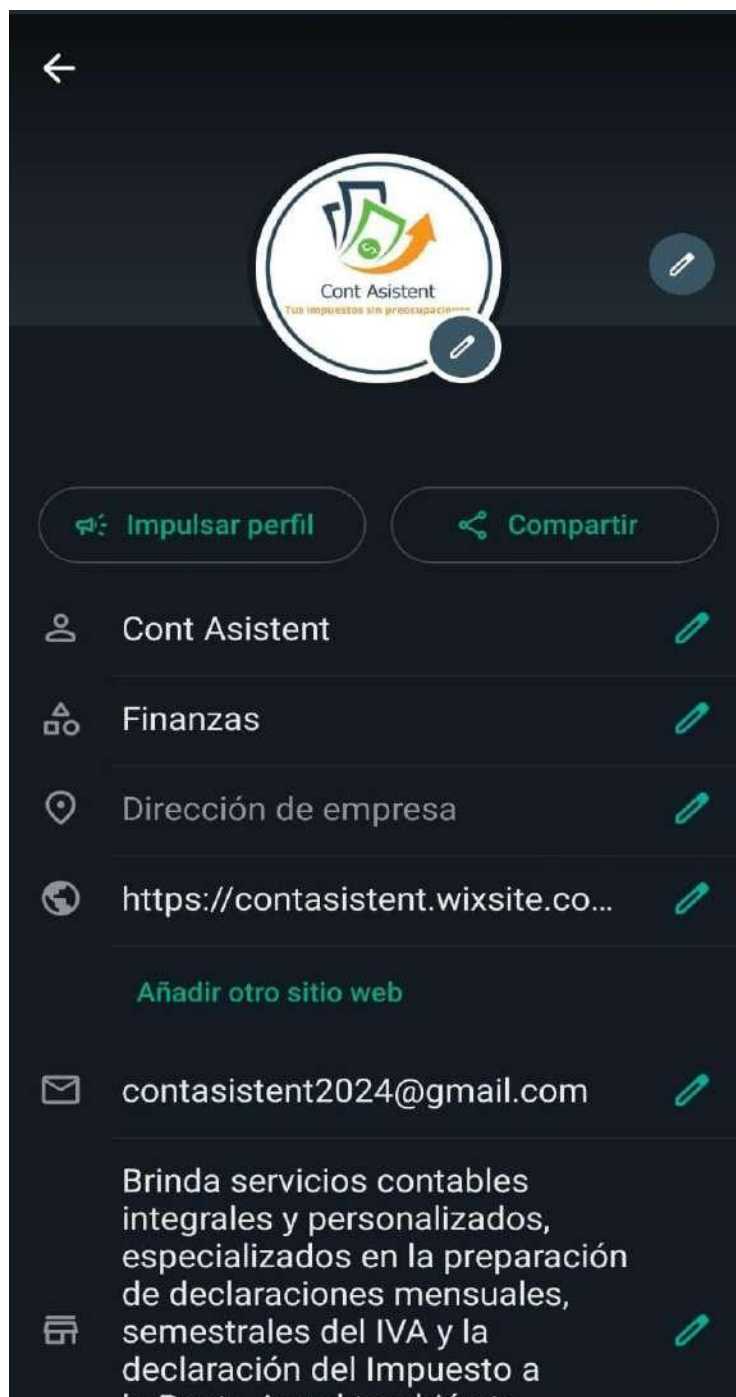
Nota. El Instagram de la empresa, para acceder al mismo entrar al siguiente enlace:

<https://www.instagram.com/contasistent?igsh=MWpjeHhzOWM0c2piZg==>

2.5.3 Creación del perfil de WhatsApp Business

Figura 7

Creación del WhatsApp Business de la empresa



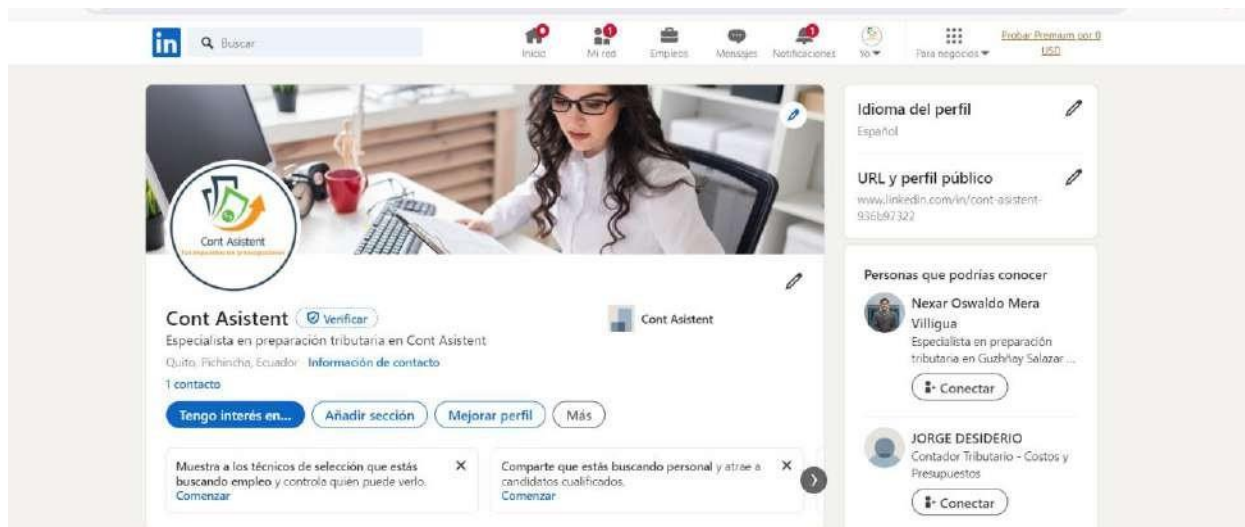
Nota. El WhatsApp Business de la empresa, para acceder al mismo entrar al siguiente enlace:

<https://wa.me/593999917191>

2.5.4 Creación del perfil de LinkedIn

Figura 8

Creación del perfil LinkedIn de la empresa



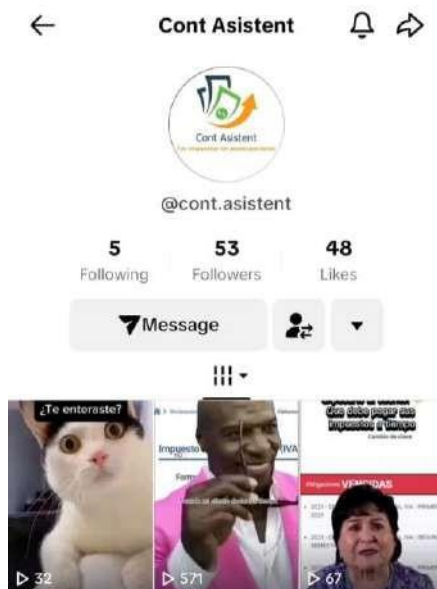
Nota. El LinkedIn de la empresa, para acceder al mismo entrar al siguiente enlace:

<https://www.linkedin.com/in/cont-asistent-936b97322/>

2.5.5 Creación del perfil de TikTok

Figura 9

Creación del TikTok de la empresa



Nota. El TikTok de la empresa, para acceder al mismo entrar al siguiente enlace:

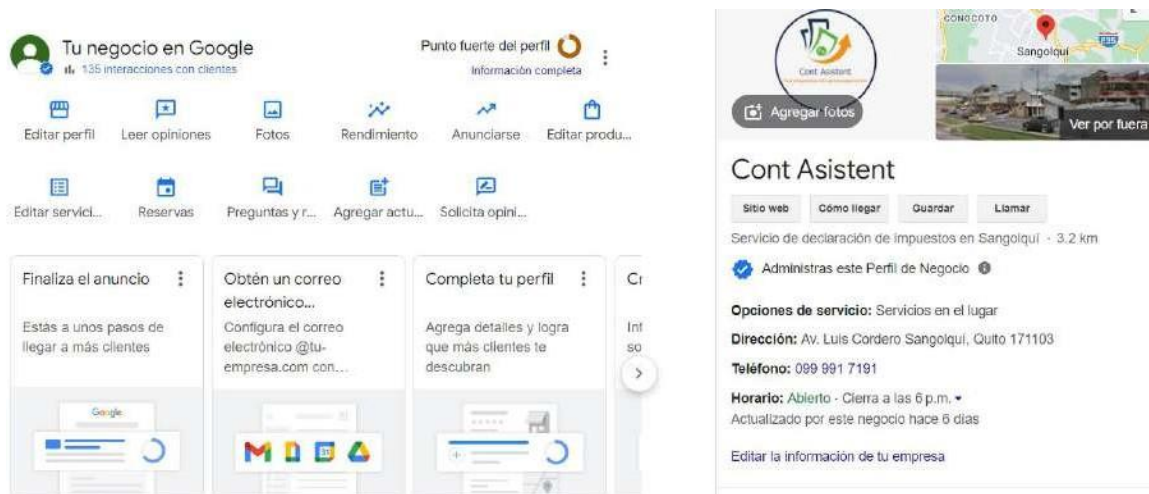
https://www.tiktok.com/@cont.asistent?_t=8ogkRJKw9np&_r=1

2.6 Canales de Promoción en WEB

2.6.1 Creación de sitio y perfil de negocio con Google My business

Figura 10

Creación del sitio de la empresa en Google My Business



Nota. El sitio de negocio de la empresa, para acceder al mismo entrar al siguiente enlace: <https://acortar.link/b0Pbva>

2.6.2 Creación de la Página WEB Corporativa

Figura 11

Creación de la página web de la empresa



Nota. La página web de la empresa, para acceder al mismo entrar al siguiente enlace:

<https://contasistent.wixsite.com/contasistent-1>

2.6.3 Creación del Landing Page

Figura 12

Creación de la landing page de la empresa

Período Fiscal Preguntas Formulario Pago

Declaración del IVA mensual a tiempo

Período fiscal

*Obligación:
2011 DECLARACION DE IVA

*Período:
2024

Enero Febrero Marzo
Abril Mayo Junio
Julio

Innovamos nuestra herramienta para una declaración rápida.

Nota. La landing page de la empresa, para acceder al mismo entrar al siguiente enlace:

<https://contasistent.wixsite.com/contasistent>

CAPÍTULO III: ESTUDIO TÉCNICO

3.1 Ventaja competitiva de la presencia en Internet

3.2 Tienda On-line

Para acceder a la página online es necesario ingresar el siguiente link en la URL del navegador: <https://cont-asistent.company.site/>

3.2.1 Creación de la tienda online por: Ecwid

Figura 13

Creación de la tienda online de la empresa



Nota. En la imagen se puede observar la tienda online.

3.2.2 Diseño del sitio

Figura 14

Diseño del sitio online de la empresa



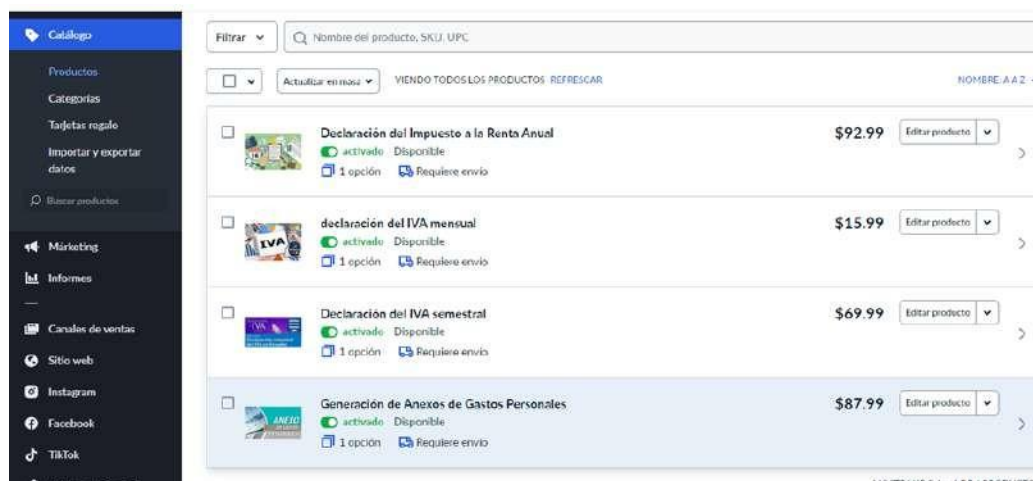


Nota. En las imágenes se puede observar el diseño de varias de las secciones de la tienda online.

3.2.3 Catálogo de productos

Figura 15

Catálogo de productos de la empresa

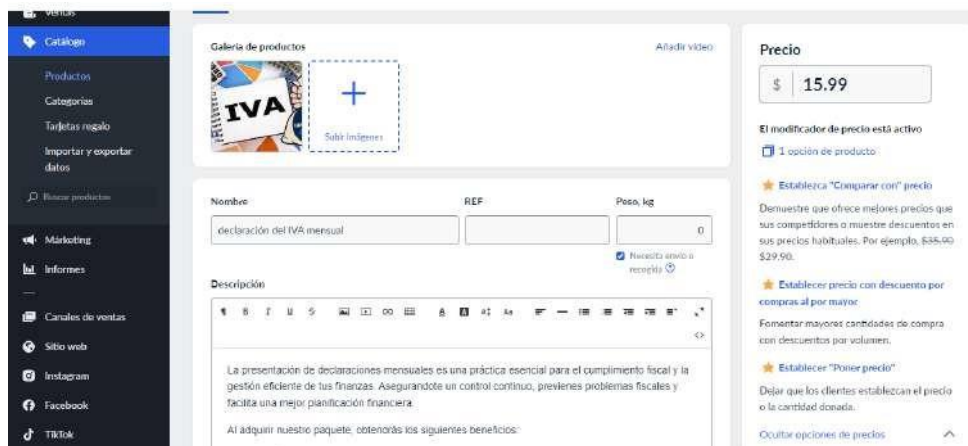


Nota. En la imagen se puede observar los servicios que oferta la empresa.

Declaración del IVA mensual

Figura 16

Servicios de declaración de IVA mensual



Nota. En la imagen se puede observar el detalle del servicio.

En esta imagen, se ha detallado específicamente la descripción del servicio de declaración del IVA mensual, así como los beneficios de adquirir este servicio. Además, explicamos cómo se enviarán los resultados de cada declaración realizada mensualmente. Dado que este es un servicio intangible, no se incluye el envío físico en nuestra tienda online. Nos manejamos principalmente a través de medios electrónicos, por lo que la declaración perfilada se enviará mensualmente al correo electrónico correspondiente a cada cliente.

Declaración de IVA semestral

Figura 17

Servicio de declaración de IVA semestral



Nota. En la imagen se puede observar el detalle del servicio.

En esta imagen, hemos detallado específicamente la descripción del servicio de declaración del IVA semestral, así como los beneficios de adquirir este servicio. Además, explicamos cómo se enviarán los resultados de cada declaración realizada cada seis meses. Dado que este es un servicio intangible, no se incluye el envío físico en nuestra tienda online. Nos manejamos principalmente a través de medios electrónicos, por lo que la declaración perfilada se enviará semestralmente al correo electrónico correspondiente.

Paquete de Servicio de Declaración Anual del Impuesto a la Renta

Figura 18

Servicio de declaración anual de impuesto a la renta



Nota. En la imagen se puede observar el detalle del servicio.

Este paquete incluye un servicio completo para la declaración anual del impuesto a la renta. En la imagen proporcionada, detallamos específicamente los componentes de este servicio y los beneficios de contratarlo. Además, explicamos el proceso de entrega de los resultados de la declaración realizada anualmente. Como se trata de un servicio intangible, no ofrecemos envío físico en nuestra tienda online. Utilizamos medios electrónicos para gestionar todo el proceso, por lo que la declaración finalizada se enviará anualmente al correo electrónico designado.

Paquete de Generación de Anexos de Gastos Personales

Figura 19

Servicio de generación de anexos de gastos personales



Nota. En la imagen se puede observar el detalle del servicio.

En esta imagen, hemos detallado específicamente el servicio de generación de anexos de gastos personales. Este paquete incluye la compilación y organización de los gastos personales necesarios para cumplir con las obligaciones tributarias. También describimos los beneficios de utilizar este servicio, como la precisión y la tranquilidad al saber que su información fiscal está en orden.

Dado que este es un servicio intangible, no ofrecemos envío físico en nuestra tienda online, y los anexos generados serán la base para la declaración del Impuesto a la Renta. Después de ya obtener la resolución del SRI procederemos a enviar los resultados correspondientes a cada cliente por medio de un correo electrónico.

3.2.4 Palabras Claves

Declaraciones del IVA. Proceso mediante el cual las empresas informan al fisco sobre el IVA recaudado y pagado en sus operaciones, cumpliendo con sus obligaciones fiscales periódicas.

Servicios tributarios. Asesoría y gestión especializada en materia fiscal, incluyendo la preparación y presentación de declaraciones, optimización de impuestos y cumplimiento normativo.

Gestión fiscal. Actividades relacionadas con la planificación, administración y control de las obligaciones fiscales de una empresa o individuo, para asegurar el cumplimiento de la normativa tributaria

Impuesto del IVA. Impuesto al Valor Añadido, que se aplica sobre el valor agregado en cada etapa de la cadena de producción y distribución de bienes y servicios.

Anexos de Gastos Personales. Documentos que detallan los gastos personales deducibles que deben ser incluidos en las declaraciones fiscales para calcular el impuesto

Declaración de Impuestos en Ecuador. Proceso de informar al Servicio de Rentas Internas (SRI) sobre los ingresos, gastos y otros aspectos financieros para cumplir con las obligaciones fiscales en Ecuador.

3.2.5 Pasarela de pagos, métodos de pago que aceptarás en tu tienda, como tarjetas de crédito, PayPal, transferencia bancaria, etc.

Los métodos que hemos implementado en nuestra tienda online son 2:

- Pagos en efectivo, si se acerca directamente a las oficinas a adquirir el servicio
- Pago mediante transferencia, si el cliente lo compra directamente por la tienda online y hace el respectivo pago a la cuenta que está registrada en la tienda online.

Figura 20
 Imágenes de los tipos de pago admitidos por la empresa

The image shows two screenshots from the Ecwid platform. The top screenshot displays the 'Pago' (Payment) settings page. It features a sidebar with navigation options like 'Panel de control', 'Ventas', 'Catálogo', 'Marketing', 'Informes', 'Canales de ventas', 'Sitio web', 'Instagram', 'Facebook', 'TikTok', 'Enlace en biografía', and 'Móvil'. The main content area is titled 'Pago' and includes sections for 'Formas de pago actuales' (Current payment methods) and 'Añadir nuevos métodos de pago' (Add new payment methods). Under 'Formas de pago actuales', there are two active methods: 'Pago en efectivo' (Cash payment) and 'Transferencia' (Bank transfer), both with 'Acciones' (Actions) dropdown menus and toggle switches. The 'Añadir nuevos métodos de pago' section shows 'PayPal' as a selected provider, with a list of supported payment types: 'PayPal', 'Tarjetas de crédito y débito' (Credit and debit cards), and 'Facturación' (Billing). The bottom screenshot shows a checkout page titled 'Carrito de compras' (Shopping cart). It displays '2 productos' (2 products) and a 'TOTAL' of '\$84.98'. The 'Información de pago' (Payment information) section shows the selected email address 'zambraoestefania2000@gmail.com' and the chosen payment method 'Transferencia' (Bank transfer). Below this, the 'Instrucción de pago' (Payment instruction) section provides detailed banking information for Banco Prohubanco, including account number, name, identification, email, and phone number. A text area for '¿Alguna petición especial sobre su pedido?' (Any special request about your order?) is also present, followed by a 'Realizar pedido' (Place order) button.

Nota. En la imagen se puede observar el detalle de cada forma de pago.

En esta imagen, presentamos nuestro servicio de declaración, el cual es adquirido por un cliente. Como se puede observar, el método de pago utilizado para este pedido es mediante transferencia bancaria. Los datos del titular de la cuenta, quien será el receptor del pago, están claramente detallados para asegurar la transparencia y precisión en la transacción.

Figura 21
Imagen del pago en efectivo

The screenshot shows a checkout page for 'Carrito de compras' (Shopping Cart) with a total of \$84.98. The user is logged in with the email 'zabranoestefania2000@gmail.com'. Under 'Información de pago', the 'Pago en efectivo' (Cash payment) option is selected. Below this, there is a section for 'Instrucción de pago' (Payment instruction) stating that the payment will be made in person. A text box for '¿Alguna petición especial sobre su pedido?' (Any special request about your order?) is present, followed by a 'Realizar pedido' (Place order) button.

Nota. En la imagen se puede observar el detalle del pago en efectivo.

En esta imagen, se detalla el método de pago en efectivo. Este método está disponible para los clientes que prefieren adquirir el servicio de declaraciones de forma presencial. Los clientes deberán realizar el pago directamente en nuestras oficinas físicas.

3.2.6 *Proceso Logístico de salida: (tarifas de envío basadas en el peso, la ubicación y otras variables, entrega Producto o Servicio)*

Figura 22
Detalle de recogida del servicio

The screenshot shows a configuration page titled 'Editar opción de recogida' (Edit pickup option) for 'Ecuador'. It includes a 'Resumen' (Summary) section with a text area for 'Etiqueta de recogida en el proceso de pago' (Pickup label in the payment process) and 'Recopilación personal de documentos' (Personal document collection). Below this is a rich text editor for 'Instrucciones detalladas para los clientes' (Detailed instructions for clients), which includes the pickup location 'Con Asistent, Ecuador' and the business hours 'Horario comercial: 9:00 - 15:00 de lunes a viernes'.

Nota. En la imagen se puede observar el detalle de la opción de recogida.

Hemos implementado la entrega de documentos personalizados para aquellos clientes que desean recibir los documentos de forma física en nuestras oficinas el precio de la recogida de documentos es \$0,00.

Figura 23

Capturas del pago y seguimiento de un pedido

The image displays two screenshots from the Ecwid dashboard, illustrating the process of managing and tracking an order.

Top Screenshot: Pedidos (Orders)

- Header:** "Pedidos" (Orders). Includes a search bar and filters.
- Order List:** Shows order #G2LZD dated 17 de julio de 2024 for \$19.99. The item is "Declaración del IVA mensual" (Monthly IVA Declaration).
- Order Details:**
 - Item: Declaración del IVA mensual (Tipo de contribuyente: Persona física natural)
 - Price: 1 x \$19.99
 - Payment: Pago en efectivo
 - Contact: estefhy30015@gmail.com
- Actions:** "Eliminar el pago", "Advertencias sobre el manejo", "Imprimir", "Actualizar".
- Summary:** "WIRD ANGEZEIGT 1 - 1 VON 1 BESTELLUNGEN. AKTUELLER GESAMTUMSATZ: \$19.99"
- Options:** "Pedidos para exportar" (Orders for export) and "Imprimir pedidos" (Print orders).

Bottom Screenshot: Pedido #G2LZD (Order #G2LZD)

- Header:** "Pedido #G2LZD". Includes a "DE VUELTA" (Back) button and navigation icons.
- Order Summary:**
 - Price: \$19,99
 - Date: 17 de julio de 2024 13:18
 - Status: Estado del pago: Pagado; Estado del envío: Advertencias sobre el manejo
- Person Data:**
 - Nombre: Persona
 - Dirección de correo electrónico: estefhy30015@gmail.com
 - Fecha de pago: Pago en efectivo
- Order Items:**
 - Item: Declaración del IVA mensual (Tipo de contribuyente: Persona física natural)
 - Price: \$19,99
 - Weight: Peso: 0,00 kg
- Total:**

Artículo	Suma total
Declaración del IVA mensual	\$19,99
suma total	\$19,99

Cambio en el estado de su pedido

Tienda en línea

Estimado(a) esteffy030815,

El estado de su pedido [#G2LZD](#) ha cambiado.

Nuevo estado de pedido
Pagado

Su pedido

	declaración del IVA mensual 1 x \$19.99
	Artículos \$19.99
	Total \$19.99

Método de pago

Pago en efectivo

INICIO TIENDA ACERCA DE CONTÁCTENOS MI CUENTA BUSCAR CARRITO 0

¡Gracias por su pedido! 🍦🍦🍦

La confirmación del pedido y las actualizaciones se enviarán a zambranoestefania2000@gmail.com.

Pedido VLZA6 [Imprimir pedido](#)

JUL 25, 2024 05:56 am

Estado del pago: En espera de pago

Transferencia
Total \$132.23

Banco Produbanco
Cuenta de Ahorros
Número de cuenta: 18059859517
Nombre: Estefania Zambrano
Identificación: 990000457E

Nota. En las imágenes se puede detallar todo el proceso de pago y seguimiento de un servicio.

3.3 Impuesto al valor agregado

Figura 24

Implementación del valor del IVA para los servicios



Nota. En la imagen se puede observar el valor del 15% del IVA para las ventas.

Hemos implementado un impuesto al valor agregado (IVA) del 15% en nuestra tienda online para todos nuestros productos. Este porcentaje se aplica conforme a las normativas vigentes del Servicio de Rentas Internas (SRI) de Ecuador.

CAPÍTULO IV: ESTUDIO ORGANIZATIVO Y LEGAL

4.1 Normativa del Comercio electrónico en Ecuador

Reglamento para la aplicación de la ley de registro único de contribuyente (RUC)

Art. 2.- Todas las personas naturales y sociedades con actividades económicas en el Ecuador están obligadas a inscribirse al registro único de contribuyente una sola vez cumpliendo con los pagos de impuestos dispuesto en el Art.3

Detalle. En este artículo nos indica que todas personas naturales y sociedades con actividades económicas están obligadas a inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes (RUC) una vez inscritos deben cumplir con todas las obligaciones tributarias correspondientes.

Art. 4.- el documento del registro único de contribuyentes dispondrá la siguiente información

Detalle. Información como el número de registro datos completos, nombres y razón social, fechas relevantes tipo de contribuyente, actividad económica información adicional como identificación del representante legal.

Art. 9.- Protección de datos. Para la elaboración, transferencia o utilización de bases de datos, obtenidas directa o indirectamente del uso o transmisión de mensajes de datos, se requerirá el consentimiento expreso del titular de éstos, quien podrá seleccionar la información a compartirse con terceros.

Detalle. El artículo busca proteger la privacidad y los derechos de los titulares de datos personales que están contenidos en bases de datos. Estas bases de datos pueden haber sido creadas a partir del uso o la transmisión de mensajes de datos, lo que incluye cualquier tipo de comunicación digital.

En resumen, el Art. 9 establece un marco legal para la protección de datos personales en el contexto de bases de datos derivadas del uso de mensajes de datos. Es fundamental obtener el consentimiento explícito de los titulares de los datos y respetar su derecho a controlar cómo se utiliza y comparte su información personal.

Nosotros vamos a recopilar información exclusivamente para la empresa Cont Asistent

Art. 50.- Información al consumidor. En la prestación de servicios electrónicos en el Ecuador, el consumidor deberá estar suficientemente informado de sus derechos y obligaciones, de conformidad con lo previsto en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y su Reglamento.

Cuando se tratare de bienes o servicios a ser adquiridos, usados o empleados por medios electrónicos, el oferente deberá informar sobre todos los requisitos, condiciones y restricciones para que el consumidor pueda adquirir y hacer uso de los bienes o servicios promocionados.

La publicidad, promoción e información de servicios electrónicos, por redes electrónicas de información, incluida la internet, se realizará de conformidad con la ley, y su incumplimiento será sancionado de acuerdo con el ordenamiento jurídico vigente en el Ecuador.

En la publicidad y promoción por redes electrónicas de información, incluida la Internet, se asegurará que el consumidor pueda acceder a toda la información disponible sobre un bien o servicio sin restricciones, en las mismas condiciones y con las facilidades disponibles para la promoción del bien o Servicio de que se trate.

El usuario de redes electrónicas podrá optar o no por la recepción de mensajes de datos que, en forma periódica, sean enviados con la finalidad de informar sobre productos o servicios de cualquier tipo.

Capitulo IV. De los instrumentos públicos

Detalle. Se va a subir contenido para que los clientes sepan los pasos a seguir

En resumen, el Art. 50 establece un marco legal que protege los derechos de los consumidores en el ámbito de los servicios electrónicos en Ecuador. Promueve la transparencia en la información, la protección contra prácticas comerciales engañosas y garantiza que los consumidores puedan tomar decisiones informadas al adquirir bienes o servicios por medios electrónicos

4.2 Normativa Tributaria para tiendas en línea en Ecuador

En Ecuador, las tiendas en línea están sujetas a una serie de obligaciones tributarias que deben cumplir para operar legalmente. A continuación, se detallan los aspectos más relevantes de la normativa tributaria aplicable:

SRI

En Ecuador, el comercio electrónico está regulado principalmente por la Ley Orgánica de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos. Ley 67 Registro Oficial Suplemento 557 de 17-abr-2022 Estado: Vigente

Art. 5.- Confidencialidad y reserva. - Se establecen los principios de confidencialidad y reserva para los mensajes de datos, cualquiera sea su forma, medio o intención. Toda violación a estos principios, principalmente aquellas referidas a la intrusión electrónica, transferencia ilegal de mensajes de datos o violación del secreto profesional, será sancionada conforme a lo dispuesto en esta ley y demás normas que rigen la materia.

Impuesto al Valor Agregado (IVA)

Desde el 16 de septiembre de 2020, todas las ventas de bienes y servicios realizadas a través de plataformas electrónicas están sujetas al IVA. Las tiendas en línea deben aplicar, recaudar y pagar este impuesto sobre las ventas realizadas a consumidores finales en Ecuador.

Detalle. Se establece la obligación de mantener confiabilidad Se establecen sanciones para las prácticas ilegales en el comercio electrónico, como el fraude electrónico y la falsificación de datos.

4.3 Organización del Departamento de Inbound Marketing

4.3.1 Puestos claves del Departamento

- Director de Marketing
- Gerente de contenido
- Especialista en redes sociales
- Diseñador gráfico

4.3.2 Funciones del Departamento

Estefanía Zambrano - Director de Marketing – Gerente de contenidos

- Desarrollar y ejecutar estrategias generales de marketing para la empresa, como la creación de contenido para las redes sociales.
- Redactar el texto que se agregará a cada contenido que será publicado.
- Supervisar todas las actividades del departamento de Marketing.

Mafer Pazmiño – Diseñador gráfico

- Crear contenido visual y multimedia atractivo para las publicaciones
- Trabajar en colaboración con el equipo de contenidos para asegurar la cohesión visual
- Gusta Vite – Especialista en redes sociales
- Monitorear y analizar el desempeño en redes sociales y ajustar las estrategias según se requiera.
- Proporcionar informes detallados sobre el rendimiento y las métricas de las redes sociales.

4.3.3 Organigrama Orgánico-Funcional

Figura 25

Organigrama de la empresa



Nota. En la imagen se puede observar a los miembros de la empresa y su cargo.

4.4 Implementar campañas con Inbound Marketing: Metodología

4.4.1 Buyer Persona

Figura 26

Buyer de la persona para la campaña de marketing



Nota. En la imagen se puede observar el diseño del buyer persona.

En Cont Asistent, hemos desarrollado nuestro buyer persona detallando las cualidades y características específicas que buscamos en nuestros clientes ideales. Esta herramienta es esencial para alinear nuestras estrategias de marketing y servicios con las necesidades y expectativas de nuestro público objetivo.

4.4.2 Buyer's Journey

Figura 27

Etapas del buyer's journey para la campaña



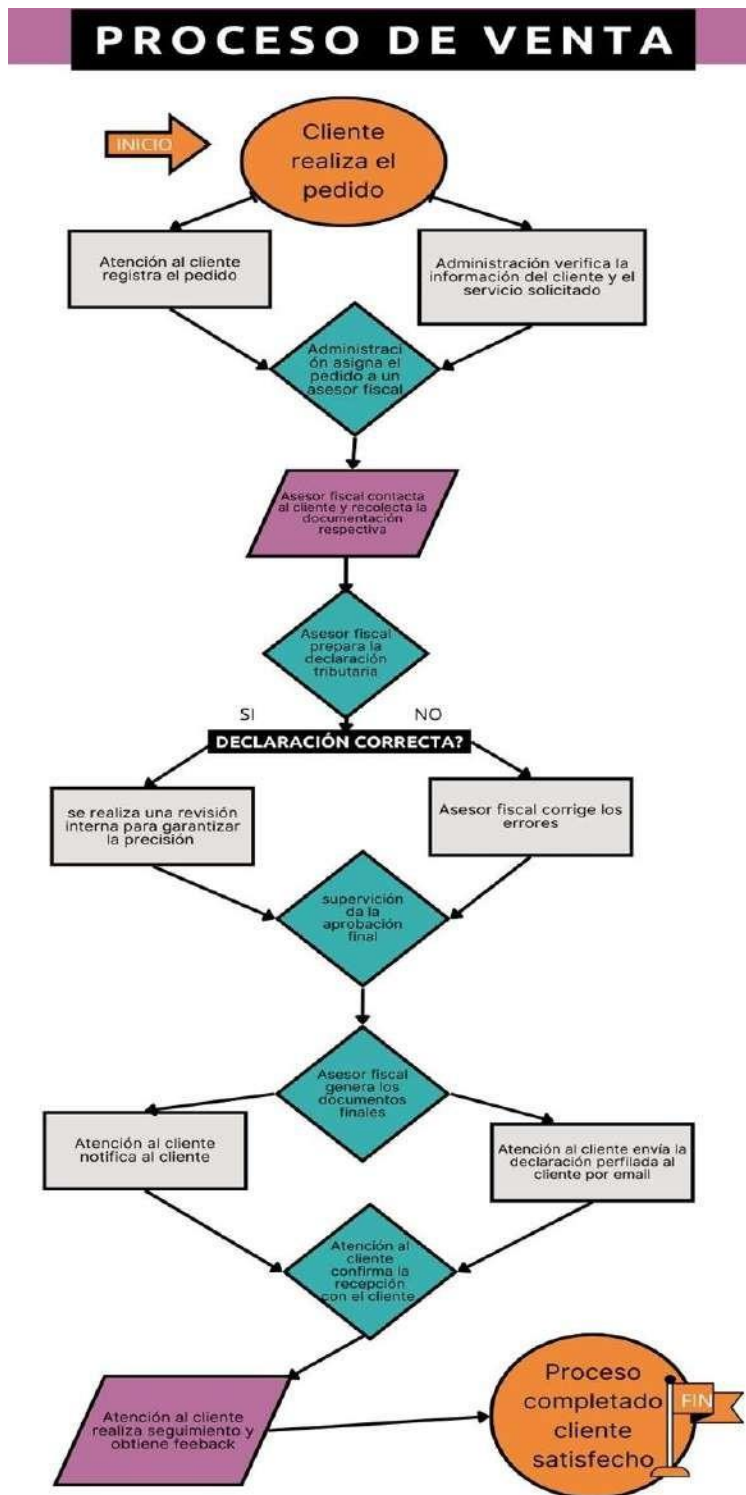
Nota. En la imagen se detalla cada etapa del buyer's journey.

En Cont Asistent, hemos desarrollado el Buyer's Journey para comprender mejor el proceso de compra de nuestros clientes ideales y poder acompañarlos de manera efectiva en cada etapa. El Buyer's Journey se divide en tres fases clave: descubrimiento, consideración y decisión

4.4.3 Sales Procesos

Figura 28

Detalle del Sales procesos de la empresa



Nota. En la imagen se detalla el flujo para las ventas.

4.4.4 Estrategia de Atracción (3)

Tabla 5

Estrategias de atracción de la empresa

Nombre	Acción	Objetivo	Métricas digitales
Cuenta Google My Business	Crear una cuenta en Google My Business agregando nuestra ubicación, cuáles son los servicios que se ofrecen y también agregamos el link de nuestra página web	Aumentar visibilidad local en los motores de búsqueda de Google y Google maps, atrayendo clientes que buscan el servicio de declaraciones del IVA	Número de visitas en el perfil, clics en el sitio web, y llamas telefónicas.
Publicar contenido de valor en Facebook	Crearemos contenido de interés sobre temas relacionados con las declaraciones del IVA	Captar clientes potenciales	Alcance número de compartidos
Blog educativo sobre las Declaraciones del IVA	Publicar artículos en el blog de la empresa explicando temas clave sobre el IVA y la importancia de hacer la declaración a tiempo	Atraer tráfico y captar clientes orgánicos	Visitas al blog, tiempo de permanencia en la página.

Fuente: Elaboración propia

4.4.5 Estrategias de Conversión (3)

Tabla 6

Estrategias de conversión de la empresa

NOMBRE	ACCIÓN	OBJETIVO	MÉTRICAS DIGITALES
--------	--------	----------	--------------------

<p>Promoción especial para nuevos clientes “Oferta limitada”</p>	<p>Incentivaremos el clic a nuestra tienda online para aquellos 10 primeros clientes que contraten un servicio de declaraciones del IVA, habrá un descuento exclusivo.</p>	<p>Incentivar la acción inmediata y aumentar las conversiones</p>	<p>Número de clientes nuevos</p>
<p>Guía sobre Declaraciones del IVA</p>	<p>Crear y ofrecer una guía descargable sobre cómo puedes realizar correctamente una declaración del IVA, el cual se pedirá que para descargar la guía solicitaremos los datos básicos del cliente.</p>	<p>Generar leads y recopilar información de aquellos que estén interesados a través de la descarga de la guía</p>	<p>Número de descargas, tasa de conversión de visitas a descargas, y retención de usuarios.</p>
<p>Prueba gratuita de Declaraciones del IVA</p>	<p>Ofrecer una prueba gratuita de una declaración del IVA, mediante las redes sociales como LinkedIn para nuevos clientes, permitiéndoles así experimentar el servicio sin compromiso.</p>	<p>Reducir la barrera de entrada, demostrar el valor y la calidad del servicio que se ofrece.</p>	<p>Número de pruebas gratuitas solicitadas y satisfacción del cliente</p>

Fuente: Elaboración propia

4.4.6 Estrategias de Automatización

Tabla 7

Estrategias de automatización de la empresa

NOMBRE	ACCIÓN	OBJETIVO	MÉTRICAS DIGITALES
WhatsApp automatizado	Configurar mensajes automáticos en WhatsApp para responder consultas frecuentes.	Prever soporte rápido y personalizado	Tasa de respuestas, número de interacciones con el usuario
Automatización de Publicaciones en redes sociales mediante la aplicación Trello.	Configurar Trello para conectar con mis redes sociales para así crear el contenido y luego se publique automáticamente en la fecha destinada	Publicar automáticamente contenido en redes sociales	Número de publicaciones automatizadas, interacciones en redes sociales

Fuente: Elaboración propia

4.4.7 Oferta comercial

En Cont Asistent, nos especializamos en ofrecer servicios tributarios de alta calidad para asegurar el cumplimiento de las obligaciones fiscales de nuestros clientes. Sabemos lo importante que es para su negocio mantenerse al día con las declaraciones del IVA, y es por eso por lo que le ofrecemos nuestro servicio de declaraciones del IVA mensual, semestral y anual, así como la generación de anexos para el RIMPE Negocio Popular Emprendedor y General.

4.5 Planificación del cronograma de contenido

Figura 29
Planificación del contenido que hará la empresa



Nota. En la imagen se visualiza la planificación de contenido que tendrá la empresa.

4.6 Planificación del cronograma de anuncios

Figura 30
Planificación de los anuncios que hará la empresa



Nota. En la imagen se visualiza la planificación de anuncios que tendrá la empresa.

CAPÍTULO V: ESTUDIO FINANCIERO E INVERSIÓN

5.1 Cálculo de las ventas y determinación de costos y gastos

Cálculo del costo de ventas de la declaración del IVA mensual

Tabla 8

Cálculo del costo de ventas de declaración del IVA mensual

RESUMEN MENSUAL		
Costos fijos		\$ 270,01
Costo variable		\$ 57,00
Unidades		25
Determinación del precio		
Costos totales	\$ 327,01	
Imprevistos	\$ 16,35	5%
TOTAL	\$ 343,36	

Margen de ganancia: 15% = \$51,50

Ventas: \$394,86

Precio de Venta: \$16

Costos fijos	\$ 270,01
Costos variables	\$ 73,35
Costo total (f)	\$ 343,36

COSTO DE VENTA: \$2,93

Fuente: Elaboración propia

Cálculo del costo de ventas de la declaración del IVA semestral

Tabla 9

Cálculo del costo de ventas de declaración del IVA semestral

RESUMEN MENSUAL		
Costos fijos		\$ 270,01
costo variable		\$ 532,00
unidades		17,00
Determinación del precio		
Costos totales	\$ 802,01	5%

Imprevistos	\$ 40,10
TOTAL	\$ 842,11

Margen de ganancia = \$ 336,84

Ventas = \$ 1178,96

Precio de Ventas = \$ 69,35

Costos fijos	\$ 270,01
Costos variables	\$ 572,10
Costo total (f)	\$ 842,11

COSTO DE VENTA = \$ 33,65

Fuente: Elaboración propia

Cálculo del costo de ventas de la declaración Anual a la Renta

Tabla 10

Cálculo del costo de ventas de declaración anual a la renta

Costos fijos	\$ 270,01
Costo variable	\$ 650,00
Unidades	15,00

Determinación del precio		
Costos totales	\$ 920,01	
Imprevistos	\$ 46,00	5%
TOTAL	\$ 966,01	

Margen de ganancia = 45% = \$ 434,70

Ventas = \$1400,72

Precio de Ventas = 93,38

Costos fijos	\$	270,01
Costos variables	\$	696,00
Costo total (f)	\$	966,01

COSTO DE VENTA = \$46,40

Fuente: Elaboración propia

Cálculo del costo de ventas de la Generación de Anexos de Gastos Personales

Tabla 11

Cálculo del costo de generación de anexos de gastos personales

Costos fijos	\$ 270,01	
Costo variable	\$ 632,00	
Unidades	16,00	
Determinación del precio		
Costos totales	\$ 902,01	
Imprevistos	\$ 45,10	5%
TOTAL	\$ 947,11	

Margen de ganancia = 50% = \$473,56

Ventas = \$1.420,67

Precio de Ventas = \$88,79

Costos fijos	\$ 270,01
Costos variables	\$ 677,10
Costo total (f)	\$ 947,11

COSTO DE VENTA = \$42,32

Fuente: Elaboración propia

5.2 Cálculo y análisis del punto de equilibrio

Del servicio de las declaraciones mensuales

Tabla 12

Cálculo del punto de equilibrio

CANTIDAD	COS. FIJO	\$ 2,93		\$ 16		UTILIDAD
		COS. VAR.	COS. TOT.	VENTAS		
0	\$ 270,01	\$ -	\$ 270,01	\$ -	\$ -270,01	
3	\$ 270,01	\$ 8,80	\$ 278,81	\$ 47,38	\$ -231,43	
6	\$ 270,01	\$ 17,60	\$ 287,61	\$ 94,77	\$ -192,85	

9	\$ 270,01	\$ 26,41	\$ 296,42	\$ 142,15	\$ -154,27
12	\$ 270,01	\$ 35,21	\$ 305,22	\$ 189,54	\$ -115,68
15	\$ 270,01	\$ 44,01	\$ 314,02	\$ 236,92	\$ -77,10
18	\$ 270,01	\$ 52,81	\$ 322,82	\$ 284,30	\$ -38,52
21	\$ 270,01	\$ 61,61	\$ 331,62	\$ 331,69	\$ 0,06
24	\$ 270,01	\$ 70,42	\$ 340,43	\$ 379,07	\$ 38,64
27	\$ 270,01	\$ 79,22	\$ 349,23	\$ 426,45	\$ 77,23
30	\$ 270,01	\$ 88,02	\$ 358,03	\$ 473,84	\$ 115,81

INGRESO EN EQUILIBRIO	$\frac{\text{Costo fijo}}{1 - (\text{costo var/ Vtas})}$
-----------------------	--

Fuente: Elaboración propia

$$I_e = \$331,61$$

- Al vender 21 unidades para generar \$331,61 en ventas, con lo que se cubren costos totales
- De la unidad 21 a 25 existen ganancias, si se venden menos de 21 unidades al mes el negocio pierde

Punto crítico

$$\text{Punto crítico} = 17 \text{ Unidades}$$

- Al vender 17 unidades sólo se cubre los costos fijos
- Si se vende de forma permanente al mes el total de 17 unidades el negocio puede estar quebrado

Precio de equilibrio financiero

$$\text{Precio de equilibrio financiero} = \$ 13,73$$

- El precio mínimo que se puede poner en el mercado es de \$13,73 con lo cual se cubren los costos totales pero no hay ganancias.

Del servicio de las declaraciones semestrales

Tabla 13

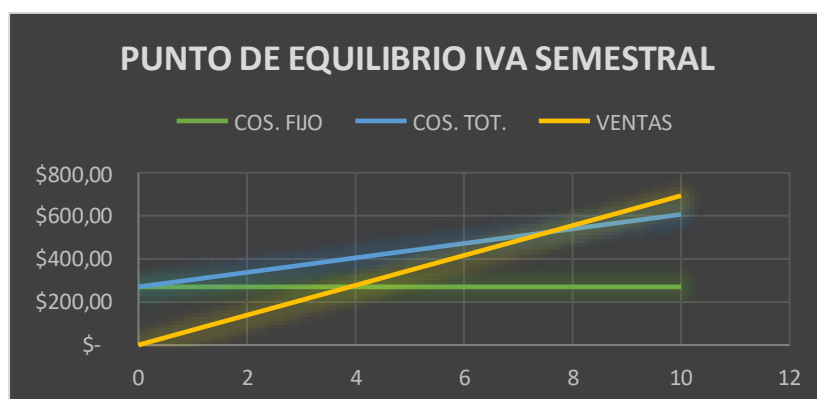
Cálculo del punto de equilibrio

CANTIDAD	COS. FIJO	\$ 33,65		COS. TOT.	\$ 69,35	
		COS. VAR.			VENTAS	UTILIDAD
0	\$ 270,01	\$ -	\$ 270,01	\$ -	\$ -270,01	
1	\$ 270,01	\$ 33,65	\$ 303,66	\$ 69,35	\$ -234,31	
2	\$ 270,01	\$ 67,31	\$ 337,32	\$ 138,70	\$ -198,62	
3	\$ 270,01	\$ 100,96	\$ 370,97	\$ 208,05	\$ -162,92	
4	\$ 270,01	\$ 134,61	\$ 404,62	\$ 277,40	\$ -127,22	
5	\$ 270,01	\$ 168,26	\$ 438,28	\$ 346,75	\$ -91,52	
6	\$ 270,01	\$ 201,92	\$ 471,93	\$ 416,10	\$ -55,83	
7	\$ 270,01	\$ 235,57	\$ 505,58	\$ 485,45	\$ -20,13	
8	\$ 270,01	\$ 269,22	\$ 539,23	\$ 554,80	\$ 15,57	
9	\$ 270,01	\$ 302,88	\$ 572,89	\$ 624,15	\$ 51,27	
10	\$ 270,01	\$ 336,53	\$ 606,54	\$ 693,50	\$ 86,96	

Fuente: Elaboración propia

Figura 31

Punto de equilibrio del IVA semestral



Fuente: Elaboración propia

Análisis del Punto de Equilibrio

$Q_e = 8$ unidades aproximadamente

$I_e = \$524,56$

- Al vender aproximadamente 8 unidades para generar \$524,56 en ventas con lo que se cubren costos totales
- De la unidad 8 a 17 unidades existen ganancias
- Si se venden menos de 8 unidades al mes el negocio pierde

Punto Crítico

Precio equilibrio = \$49,54

- El precio mínimo que se puede ofertar o se puede poner en el mercado es de \$49,54
- Con lo cual sólo se cubren costos totales, pero no hay ganancias.

Del servicio de las declaraciones anuales de la renta

Tabla 14

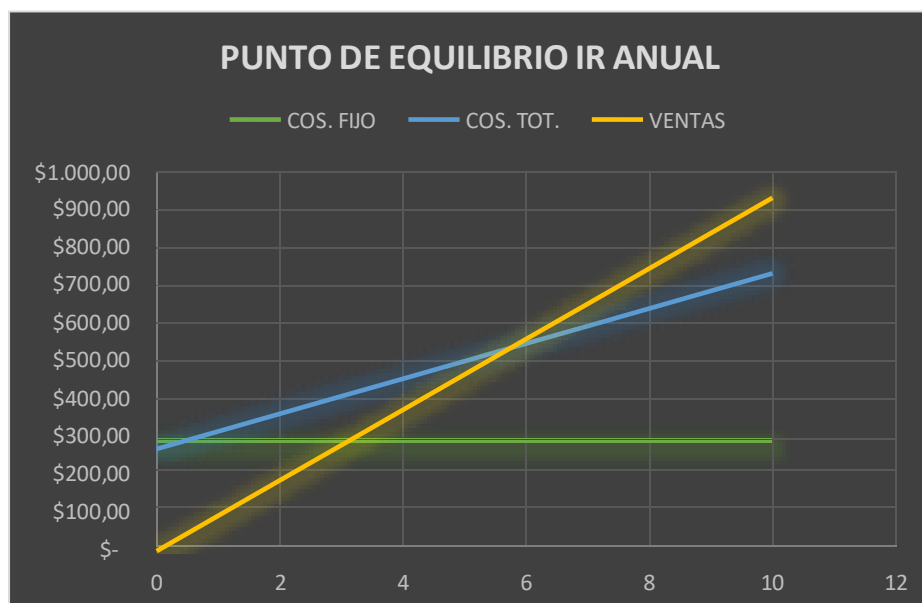
Cálculo del costo de equilibrio

CANTIDAD	COS. FIJO	\$ 46,40		\$ 93,38	
		COS. VAR.	COS. TOT.	VENTAS	UTILIDAD
0	\$ 270,01	\$ -	\$ 270,01	\$ -	\$ -270,01
1	\$ 270,01	\$ 46,40	\$ 316,41	\$ 93,38	\$ -223,03
2	\$ 270,01	\$ 92,80	\$ 362,81	\$ 186,76	\$ -176,05
3	\$ 270,01	\$ 139,20	\$ 409,21	\$ 280,14	\$ -129,07
4	\$ 270,01	\$ 185,60	\$ 455,61	\$ 373,52	\$ -82,09
5	\$ 270,01	\$ 232,00	\$ 502,01	\$ 466,91	\$ -35,11
6	\$ 270,01	\$ 278,40	\$ 548,41	\$ 560,29	\$ 11,88
7	\$ 270,01	\$ 324,80	\$ 594,81	\$ 653,67	\$ 58,86
8	\$ 270,01	\$ 371,20	\$ 641,21	\$ 747,05	\$ 105,84
9	\$ 270,01	\$ 417,60	\$ 687,61	\$ 840,43	\$ 152,82
10	\$ 270,01	\$ 464,00	\$ 734,01	\$ 933,81	\$ 199,80

Fuente: Elaboración propia

Figura 32

Punto de equilibrio de la renta anual



Fuente: Elaboración propia

Análisis del Punto de Equilibrio

$Q_e = 6$ unidades aproximadamente

$I_e = \$ 536,68$

- Al vender aproximadamente 6 unidades para generar \$536,68 en ventas con lo que se cubren los costos totales

Punto Crítico

Punto crítico = 3 unidades aproximadamente

- Al vender 3 unidades aproximadamente sólo se cubren los costos fijos
- Si se vende de forma permanente 3 unidades el negocio puede estar quebrado

Precio de Equilibrio Financiero

Precio equilibrio = \$64,40

- El precio mínimo que se puede ofertar o se puede poner en el mercado es de \$64,40 con lo cual se cubren los costos totales pero no hay ganancias.

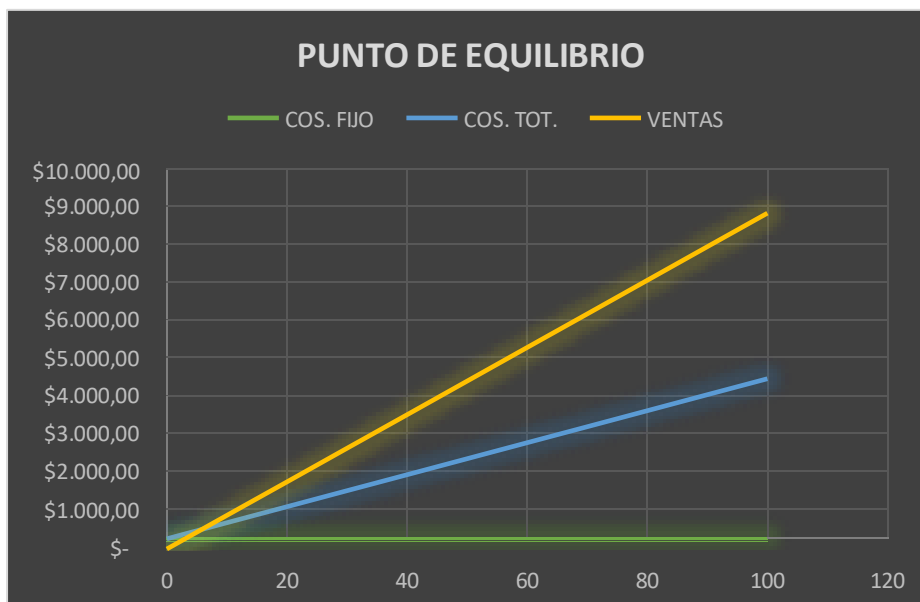
Del servicio de declaración de anexos de gastos personales

Tabla 15

Cálculo del costo de equilibrio

CANTIDAD	\$ 42,32			\$ 88,79	
	COS. FIJO	COS. VAR.	COS. TOT.	VENTAS	UTILIDAD
0	\$ 270,01	\$ -	\$ 270,01	\$ -	\$ -270,01
10	\$ 270,01	\$ 423,19	\$ 693,20	\$ 887,92	\$ 194,72
20	\$ 270,01	\$ 846,38	\$ 1.116,39	\$ 1.775,83	\$ 659,45
30	\$ 270,01	\$ 1.269,56	\$ 1.539,57	\$ 2.663,75	\$ 1.124,18
40	\$ 270,01	\$ 1.692,75	\$ 1.962,76	\$ 3.551,67	\$ 1.588,90
50	\$ 270,01	\$ 2.115,94	\$ 2.385,95	\$ 4.439,58	\$ 2.053,63
60	\$ 270,01	\$ 2.539,13	\$ 2.809,14	\$ 5.327,50	\$ 2.518,36
70	\$ 270,01	\$ 2.962,31	\$ 3.232,33	\$ 6.215,41	\$ 2.983,09
80	\$ 270,01	\$ 3.385,50	\$ 3.655,51	\$ 7.103,33	\$ 3.447,82
90	\$ 270,01	\$ 3.808,69	\$ 4.078,70	\$ 7.991,25	\$ 3.912,55
100	\$ 270,01	\$ 4.231,88	\$ 4.501,89	\$ 8.879,16	\$ 4.377,28

Fuente: Elaboración propia

Figura 33*Punto de equilibrio de los anexos**Fuente: Elaboración propia***Análisis del punto de equilibrio** $Q_e = 6$ unidades aproximadamente $I_e = \$ 515,89$

- Al vender aproximadamente 6 unidades para generar \$515,89 en ventas con lo que se cubren los costos totales

Punto Crítico

Punto crítico = 3 unidades aproximadamente

- Al vender aproximadamente 3 unidades sólo se cubren los costos fijos

Precio de Equilibrio Financiero

Precio equilibrio = \$59,29

- El precio mínimo que se puede ofertar o se puede poner en el mercado es de \$59,29 con lo cual se cubren los costos totales pero no hay ganancias.

Resumen del punto de equilibrio de los 4 servicios a ofrecer

Tabla 16

Cálculos de costos de ventas de los 4 servicios

COSTO FIJOS	GANACIA DESEADA	MARGEN DE UTILIDAD	VENTA REQUERIDA (PQ\$)
\$ 1.080,04	\$ -	53%	\$ 2.031,59

SERVICIO	CV UNITARIO	PV UNITARIO	PV PONDERADO	GANANCIA UNITARIA
declaración IVA MENSUAL	\$ 2,93	\$ 16,00	5,98%	\$ 13,07
declaración IVA semestral	\$ 33,65	\$ 69,35	25,92%	\$ 35,70
declaración IVA del IR	\$ 46,40	\$ 93,38	34,91%	\$ 46,98
Generación de Anexos de Gastos P	\$ 42,32	\$ 88,79	33,19%	\$ 46,47
	\$ 125,30	\$ 267,52	100%	\$ 142,22

%GP UNITARIA	Vtas Req.	Und. Vtas Req	CV TOTAL	VTA TOTAL
9,19%	\$ 121,51	8	\$ 22,25	\$ 121,51
25,10%	\$ 526,65	8	\$ 255,54	\$ 526,65
33,03%	\$ 709,14	8	\$ 352,37	\$ 709,14
32,67%	\$ 674,28	8	\$ 321,38	\$ 674,28
100%	\$ 2.031,59	30	\$ 951,55	\$ 2.031,59

Fuente: Elaboración propia

Tabla 17

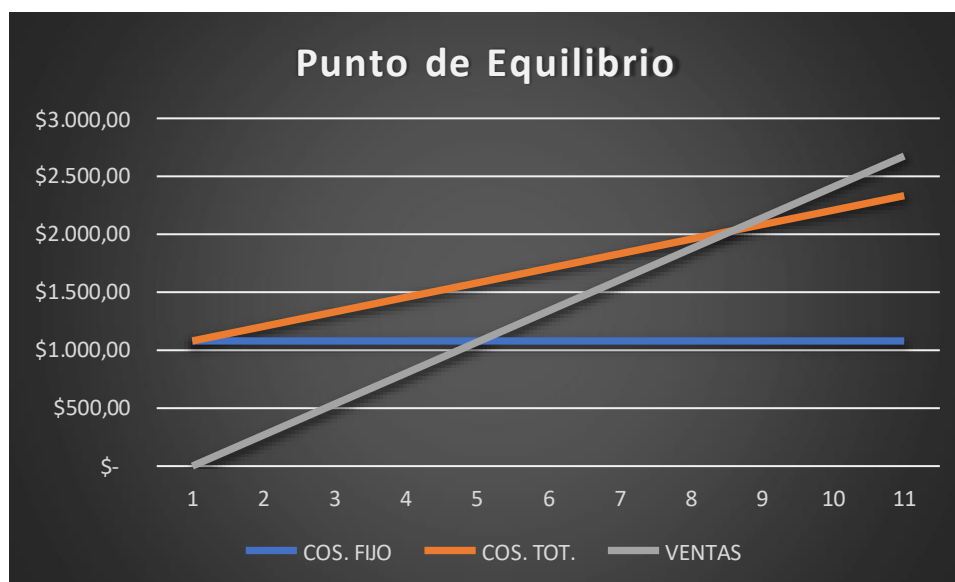
Cálculo del punto de equilibrio

CANTIDAD	\$ 125,30			\$ 268	
	COS. FIJO	COS. VAR.	COS. TOT.	VENTAS	UTILIDAD
0	\$ 1.080,04	\$ -	\$ 1.080,04	\$ -	\$ -1.080,04
1	\$ 1.080,04	\$ 125,30	\$ 1.205,34	\$ 267,52	\$ -937,82
2	\$ 1.080,04	\$ 250,60	\$ 1.330,64	\$ 535,04	\$ -795,60
3	\$ 1.080,04	\$ 375,90	\$ 1.455,94	\$ 802,56	\$ -653,38
4	\$ 1.080,04	\$ 501,20	\$ 1.581,24	\$ 1.070,08	\$ -511,16
5	\$ 1.080,04	\$ 626,50	\$ 1.706,54	\$ 1.337,60	\$ -368,94
6	\$ 1.080,04	\$ 751,80	\$ 1.831,84	\$ 1.605,12	\$ -226,72
7	\$ 1.080,04	\$ 877,10	\$ 1.957,14	\$ 1.872,64	\$ -84,50
8	\$ 1.080,04	\$ 1.002,40	\$ 2.082,44	\$ 2.140,16	\$ 57,72
9	\$ 1.080,04	\$ 1.127,70	\$ 2.207,74	\$ 2.407,68	\$ 199,94
10	\$ 1.080,04	\$ 1.253,00	\$ 2.333,04	\$ 2.675,20	\$ 342,16

Fuente: Elaboración propia

Figura 34

Punto de equilibrio de todos los servicios



Fuente: Elaboración propia

Punto de Equilibrio

Qe= 7,59

- Aproximadamente 8 unidades de cada servicio

Ie = \$ 1.151,03

- Al vender 8 unidades aproximadamente para generar
- \$1.151,03 en ventas con lo que se cubren los costos totales
- Si se venden de 8 a 10 unidades de cada servicio mensualmente existen ganancias
- Si se venden menos de 8 unidades al mes de cada servicio el negocio pierde

5.3 Budget de Ventas en unidades. Mes y Total Año

Tabla 18

Budget de ventas en unidades

VALOR UNITARIO		B U D G E T				2 0 2
Ítem	Descripción	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	TOTAL
1-001	Declaraciones mensuales del IVA	\$ 16,00	\$ 14,40	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 70,40
1-002	Declaraciones semestrales del IVA	\$ 69,35	\$ 69,00	\$ 69,00	\$ 62,10	\$ 269,45
1-003	Declaraciones anuales a la RENTA	\$ 93,00	\$ 93,00	\$ 93,00	\$ 83,70	\$ 362,70
1-004	Generación de Anexos de Gastos Personales	\$ 88,00	\$ 70,40	\$ 79,20	\$ 74,80	\$ 312,40
	TOTAL	\$ 266,35	\$ 246,80	\$ 261,20	\$ 240,60	\$ 1.014,95

Nota. Cont Asistent, Presupuesto por SKU UNIDADES. *Fuente:* Zambrano Estefanía, Vite Gustavo & Pazmiño Mafer.

Tabla 19

Budget de unidades por vender

UNIDADES POR VENDER		B U D G E T				2 0
Ítem	Descripción	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	TOTAL
1-001	Declaraciones mensuales del IVA	25	30	35	37	127
1-002	Declaraciones semestrales del IVA	17	20	25	27	89
1-003	Declaraciones anuales a la RENTA	15	17	19	22	73
1-004	Generación de Anexos de Gastos Personales	16	18	20	22	76
	TOTAL	73	85	99	108	365

Nota. Cont Asistent, Presupuesto por SKU UNIDADES. *Fuente:* Zambrano Estefanía, Vite Gustavo & Pazmiño Mafer.

5.4 Budget de Ventas en dólares. Mes y Total Año

Tabla 20*Budget de ventas en dólares*

Dólares		B	U	D	G	E	T	2	0	2
Ítem	Descripción	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	TOTAL				
1-001	Declaraciones mensuales del IVA	\$ 400,00	\$ 432,00	\$ 700,00	\$ 740,00	\$ 2.272,00				
1-002	Declaraciones semestrales del IVA	\$ 1.178,95	\$ 1.380,00	\$ 1.725,00	\$ 1.676,70	\$ 5.960,65				
1-003	Declaraciones anuales a la RENTA	\$ 1.395,00	\$ 1.581,00	\$ 1.767,00	\$ 1.841,40	\$ 6.584,40				
1-004	Generación de Anexos de Gastos Personales	\$ 1.408,00	\$ 1.267,20	\$ 1.584,00	\$ 1.645,60	\$ 5.904,80				
TOTAL		\$ 4.381,95	\$ 4.660,20	\$ 5.776,00	\$ 5.903,70	\$ 20.721,85				

Nota. Cont Asistent, Presupuesto por SKU UNIDADES. *Fuente:* Zambrano Estefanía, Vite Gustavo & Pazmiño Mafer.

5.5 Gastos de Promoción. Mes y Total Año

Tabla 21*Gastos de promoción*

Ítem	Descripción	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	Total
		5%	5%	5%	5%	
	PROMOCIÓN (1% AL 5% DEL BUDGET)	219,3825	233,333	289,161	295,603	\$ 1.037,48
1	FACEBOOK ADS	\$ 109,69	\$ 116,67	\$ 144,58	\$ 147,80	\$ 518,74
2	GOOGLE ADS	\$ 109,69	\$ 116,67	\$ 144,58	\$ 147,80	\$ 518,74
	Total	\$ 219,38	\$ 233,33	\$ 289,16	\$ 295,60	\$ 1.037,48

Fuente: Elaboración propia

5.6 Estrategias Puntuales del Marketing Mix en Fechas Importantes

Tabla 22*Estrategia uno de marketing mix*

FECHA IMPORTANTE	Mes para realizar las declaraciones semestrales del IVA
Producto	Preparación de la declaración semestral del IVA para contribuyentes del Régimen impositivo para

	microempresarios, emprendedores y negocio Popular
Precio	Por la compra anticipada del servicio de declaración semestral de IVA de \$68,99, recibe un descuento del 15% pagando un total de \$59,99
Plaza	Facebook, Instagram, TikTok
Promoción	No lo dejes para última hora: Aprovecha nuestras promociones y mantén tus declaraciones en regla con la ayuda de Cont Asistent mantendrás tu tranquilidad fiscal en orden. ¡Tu tranquilidad es nuestra prioridad!

Fuente: Elaboración propia

Tabla 23

Estrategia dos de marketing mix

FECHA IMPORTANTE	Declaración del IVA mensual del mes de Julio
Producto	Preparación de la declaración mensual del IVA para contribuyentes del Régimen impositivo para microempresarios, emprendedores
Precio	Si realizas la compra anticipada de la declaración del IVA mensual de \$15,99, recibes un descuento de 10% para tus próximas 3 declaraciones cancelando un total de \$14,55
Plaza	Facebook, Instagram, Tik Tok
Promoción	¡¡Al mantener tus declaraciones mensuales al día te evitas multas y retrasos!! ¡¡No dejes para última hora tus obligaciones!!

Fuente: Elaboración propia

Tabla 24
Estrategia tres de marketing mix

FECHA IMPORTANTE	Inicio de la presentación del formulario 107 para empleadores
Producto	Preparación de la (Declaración de Retenciones en la Fuente). para empleadores
Precio	Si eres cliente nuevo y realizas la compra directamente en la tienda online haciendo clic en el enlace, durante este mes de agosto te otorgamos el 30% de descuento en la Declaración del Impuesto a la Renta ya no pagas el valor de \$93,00 si no que terminas pagando \$71,54
Plaza	Facebook
Promoción	¡Atención, empleadores! En el mes de septiembre empieza el proceso clave para tu negocio. La presentación del formulario 107

Fuente: Elaboración propia

Tabla 25
Estrategia cuatro de marketing mix

FECHA IMPORTANTE	Generación de Anexos de los Gastos Personales
Producto	Preparación de los Anexos de Gastos Personales para que puedas realizar la Declaración del Impuesto a la Renta Anual
Precio	Si nos contactas mediante WhatsApp tendrás el 40% ya que estamos de apertura, “ojo sólo en es válido en este mes” aprovecha el descuentazo ya

	no vas a pagar \$87,99 sino que pagarás \$62,85. CONTÁCTANOS.
Plaza	Facebook
Promoción	¡Atención!! Personas Naturales Que deben Generar sus Anexos de Personales, estamos de promoción. Aprovecha y empieza a genera a tiempo tus Anexos de Gastos Personales

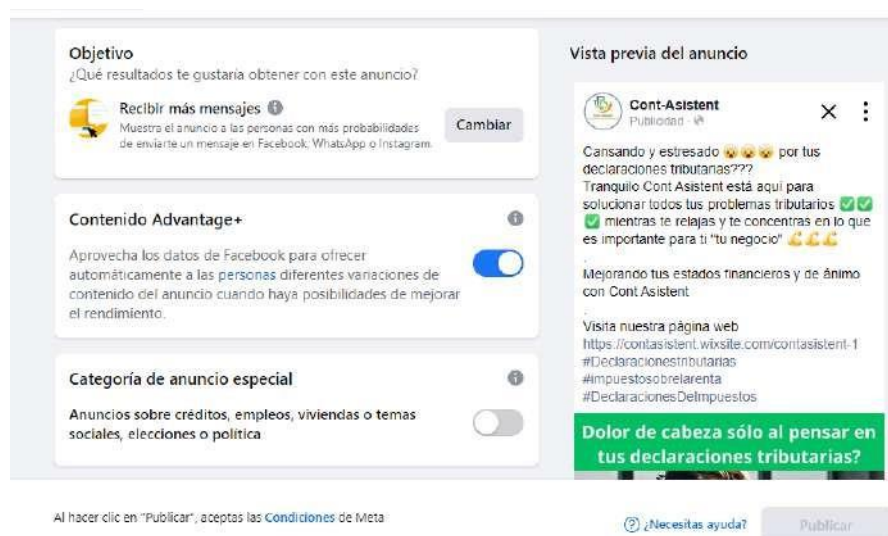
Fuente: Elaboración propia

5.7 Campañas pagadas#1 en Redes Sociales por FacebookAds

5.7.1 Objetivo de la campaña

Figura 35

Objetivo de la campaña 1



Fuente: Elaboración propia

5.7.2 Nombre de la campaña

¡¡Al mantener tus declaraciones mensuales al día te evitas multas y retrasos!! ¡¡No dejes para última hora tus obligaciones!!

Si realizas la compra anticipada de la declaración del IVA mensual de \$15,99, recibes un descuento de 10% para tus próximas 3 declaraciones cancelando un total de \$14,55

5.7.3 Segmentación

Figura 36

Segmentación de la campaña uno



Fuente: Elaboración propia

5.7.4 Ubicación

Figura 37

Ubicación de la campaña uno

Escribe para agregar más lugares

Ecuador

Quito + 10 mi × Sangolqui, Valle De Los Chillos + 12 km ×

+ -

Fijar marcador

12 km

Definición del público
Tu público está definido.

Específico Amplio

Tamaño de público estimado: 849,6 mil - 999,5 mil ⓘ

Cancelar Guardar público

Fuente: Elaboración propia

5.7.5 Presupuesto

Figura 38

Presupuesto para la campaña uno

cebook

Servicios jurídicos, Ventas o Negocios y finanzas, Ingresos: Ingresos del hogar: códigos postales con entre el 10% y 25% de ingresos más altos (EE.UU.), Año de graduación de la universidad: 2014-2024
Segmentación detallada Advantage: Activada

Mejoras en la entrega de anuncios

Crear nuevo

Duración

Días: 7

Fecha de finalización: 19 ago 2024

Presupuesto

País, divisa: US, USD

Cambiar

Resultados diarios estimados

Cuentas del centro de cuentas alcanzadas: 2,8 mil - 8 mil

Resumen del pago
Tu anuncio estará en circulación durante 7 días.

Presupuesto	\$40.00 USD
Importe total	\$40.00 USD

Usamos datos sobre ti y tu cuenta publicitaria para ofrecerte más opciones de facturación y gasto publicitario y evaluar si cumples los requisitos para usarlas. [Más información](#)

Fuente: Elaboración propia

5.7.6 Fechas

Figura 39

Fechas para la campaña uno

Fuente: Elaboración propia

5.7.7 Simulación pago con Tarjeta de Crédito

Figura 40

Simulación de pago para la campaña uno

Fuente: Elaboración propia

5.7.8 Diseño del Anuncio

Figura 41

Diseño del anuncio de la campaña uno

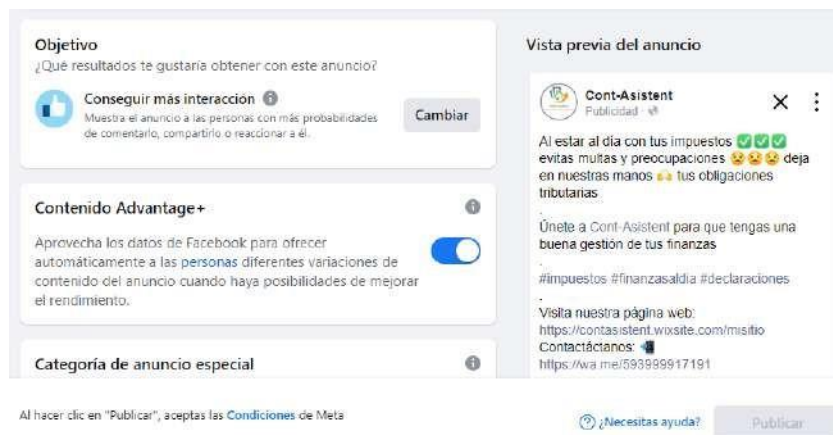
Fuente: Elaboración propia

5.8 Campañas pagadas#2 en Redes Sociales por FacebookAds

5.8.1 Objetivo de la campaña

Figura 42

Objetivo de la campaña dos



Fuente: Elaboración propia

5.8.2 Nombre de la campaña

Promoción

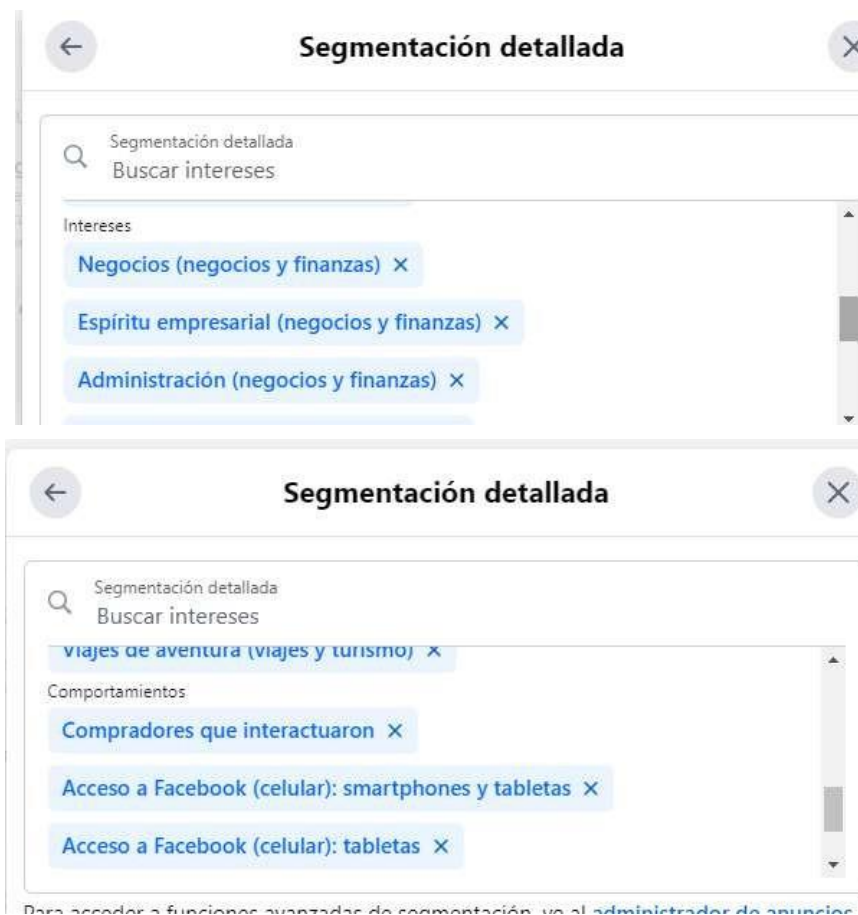
Por la compra anticipada del servicio de declaración semestral de IVA de \$68,99, recibe un descuento del 15% pagando un total de \$59,99

5.8.3 Segmentación

Figura 43

Segmentación de la campaña dos





Para acceder a funciones avanzadas de segmentación, ve al administrador de anuncios.

Fuente: Elaboración propia

5.8.4 Ubicación

Figura 44

Ubicación de la campaña dos



Fuente: Elaboración propia

5.8.5 Presupuesto

Figura 45

Presupuesto de la campaña dos

The screenshot shows a budget configuration interface. On the left, under the heading "Presupuesto", it displays "País: divisa EC, USD" with a "Cambiar" button. Below this, it states "Alcance estimado: 3,6 mil - 10,5 mil Cuentas del centro de cuentas por día". A large blue number "\$ 70,00" is shown with an edit icon. A slider below it ranges from "\$1,00" to "\$500,00". A lightbulb icon indicates "Otros negocios similares suelen gastar \$30,00 y consiguen 1020 interacción con la publicación." On the right, under "Resultados diarios estimados", it shows "Cuentas del centro de cuentas alcanzadas" as "3,6 mil - 10,5 mil". Below that, "Resumen del pago" states "Tu anuncio estará en circulación durante 10 días." and lists "Presupuesto: \$70,00 USD" and "Importe total: \$70,00 USD". At the bottom, there is a note: "Usamos datos sobre ti y tu cuenta publicitaria para ofrecerte más opciones de facturación y gasto publicitario y evaluar si cumples los requisitos para usarlas. Más información".

Fuente: Elaboración propia

5.8.6 Fechas

Figura 46

Fechas de la campaña dos

The screenshot shows a duration and budget configuration interface. Under the heading "Duración", there are two input fields: "Días" with the value "10" and minus/plus icons, and "Fecha de finalización" with a calendar icon and the date "22 ago 2024". Below this, under "Presupuesto", it displays "País: divisa EC, USD" with a "Cambiar" button. At the bottom, it shows "Alcance estimado: 3,6 mil - 10,5 mil Cuentas del centro de".

Fuente: Elaboración propia

5.8.7 Simulación pago con Tarjeta de Crédito

Figura 47

Simulación de pago de la campaña dos

The screenshot shows a credit card payment simulation interface titled "Tarjeta de débito o crédito". Under "Datos de la tarjeta", there are four input fields: "Nombre en la tarjeta" with the value "Proclubanco", "Número de tarjeta" with the value "4239 8800 8097 4355", "MM/AA" with the value "03/28", and "CVV" with four dots. Below these fields, there is a lock icon and the text "Tus métodos de pago se guardan y almacenan de forma segura. Se aplican condiciones." At the bottom right, there is a blue "Guardar" button.

Fuente: Elaboración propia

5.8.8 Diseño del anuncio

Figura 48

Diseño del anuncio de la campaña dos



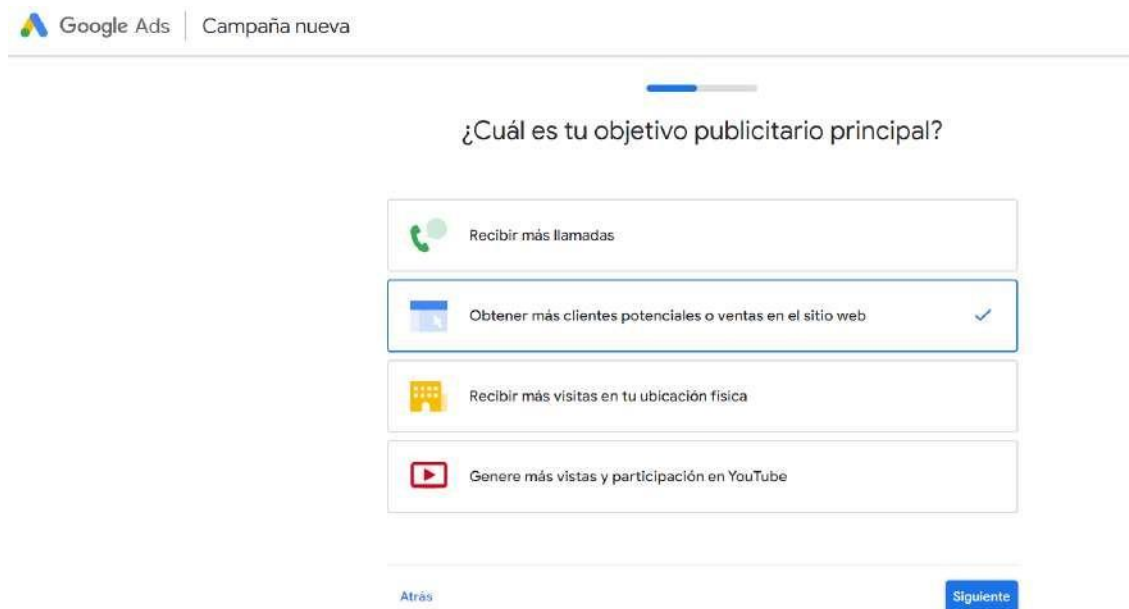
Fuente: Elaboración propia

5.9 Campañas pagadas#1en Motores de búsqueda por GoogleAds

5.9.1 Objetivo de la campaña

Figura 49

Objetivo de la campaña tres



Fuente: Elaboración propia

5.9.2 Nombre de la campaña

Si eres cliente nuevo y realizas la compra directamente en la tienda online haciendo clic en el enlace, durante este mes de agosto te otorgamos el 30% de descuento en la Declaración del Impuesto a la Renta ya no pagas el valor de \$93,00 si no que terminas pagando \$71,54

5.9.3 Segmentación

Para personas profesionales que tengan un negocio o se dediquen a brindar servicios, aquellos que están comprometidos con su familia y no les da el tiempo para poder encargarse ellos mismos de sus obligaciones tributarias.

5.9.4 Ubicación

Figura 50

Ubicación de la campaña tres

Google Ads | Campaña nueva

A continuación, muestre su anuncio en los lugares correctos

Publicar anuncios cerca de una dirección

MG9X+WHM, Sangolquí 171103, Ecu

15 km

5 km 65 km

Publicar anuncios en códigos postales, ciudades o regiones específicas

Su anuncio se muestra a las personas que se encuentran o tienen interés en las ubicaciones configuradas. [Más información sobre las ubicaciones](#)

Atrás Siguiente

Fuente: Elaboración propia

5.9.5 Presupuesto

Figura 51

Presupuesto de la campaña tres

Google Ads | Comience a llegar a más usuarios

Establezca un presupuesto para obtener los resultados deseados

Seleccionar una opción de presupuesto
 Establecer mi propio presupuesto

Moneda: dólar estadounidense (USD) ▼

USD 7.4

promedio diario - Máximo mensual: USD225
Obtenga aproximadamente de 1,110 a 2,620 clics en el anuncio por mes

Presupuestos habituales de la competencia

Solo paga por los clics en su anuncio. Algunos días, puede invertir menos que su promedio diario y, otros días, puede invertir más. Sin embargo, en todo el mes, no pagará más que su máximo mensual. [Obtén más información sobre los costos y los detalles del pago.](#)

Atrás Siguiente

Fuente: Elaboración propia

5.9.6 Fechas

- La duración de este anuncio es de un mes
- Empieza el 1 de septiembre y termina el 30 de septiembre del 2024

5.9.7 Simulación pago con Tarjeta de Crédito

Figura 52

Simulación del pago de la campaña tres

Agregar tarjeta de crédito o de débito

Todos los campos son obligatorios

Número de tarjeta
4239 8800 8097 4355

MM/AA
03/28

Código de seguridad
223

Nombre del titular
estefania zambrano

La dirección de facturación y la dirección legal coinciden

Cancelar Guardar tarjeta

Fuente: Elaboración propia

5.10 Campañas pagadas#2 en Motores de búsqueda por GoogleAds

5.10.1 Objetivo de la campaña

Figura 53

Objetivo de la campaña cuatro

Google Ads | Campaña nueva

Cuanto más títulos y líneas descriptivas proporcione, más combinaciones se probarán para determinar cuál tiene el mejor rendimiento a lo largo del tiempo

Títulos
Agrega 2 títulos o más lo ayudará a mejorar el rendimiento de su anuncio

Título 1
Trámites relativos a impuestos 26/30

Título 2
Gestionamos tus impuestos 25/30

Título 3
Déjanos llevar tus impuestos 28/30

Agregar título

Descripciones
Agrega 2 descripciones o más lo ayudará a mejorar el rendimiento de su anuncio

Descripción 1
Asesoramiento fiscal en Sangolquí 33/60

Descripción 2
Conti Asistent ofrece los mejores servicios de declaración de i 21/90

Agregar descripción

Vista previa del anuncio

Anuncio - contistant.asistent.com
Gestionamos tus impuestos | Trámites relativos a impuestos
Asesoramiento fiscal en Sangolquí. Conti Asistent ofrece los mejores servicios de declaración de impuestos.
Llamar a la empresa

Los recursos pueden mostrarse en cualquier orden, así que asegúrate de que tengan sentido de forma individual o combinada y de que no incumplan nuestras políticas o las leyes locales. Puedes verificar que aparezca cierto texto en tu anuncio.

Google Ads | Campaña nueva

¿Cuál es tu objetivo publicitario principal?

Recibir más llamadas

Obtener más clientes potenciales o ventas en el sitio web

Recibir más visitas en tu ubicación física ✓

Genere más vistas y participación en YouTube

Atrás **Siguiente**

Fuente: Elaboración propia

5.10.2 Nombre de la campaña

Si nos contactas mediante WhatsApp tendrás el 40% ya que estamos de apertura, “ojo sólo en es válido en este mes” aprovecha el descuento ya no vas a pagar \$87,99 sino que pagarás \$62,85. **CONTÁCTANOS.**

5.10.3 Segmentación

Para personas profesionales que tengan un negocio o se dediquen a brindar servicios, aquellos que están comprometidos con su familia y no les da el tiempo para poder encargarse ellos mismos de sus obligaciones tributarias

5.10.4 Ubicación

Figura 54

Ubicación de la campaña cuatro

Fuente: Elaboración propia

5.10.5 Presupuesto

Figura 55

Presupuesto de la campaña cuatro

Fuente: Elaboración propia

5.10.6 Fechas

- El tiempo que estará vigente este anuncio será un mes el cual empieza:
- El 1 de octubre y terminará el 31 de octubre del 2024

5.10.7 Simulación pago con Tarjeta de Crédito

Figura 56

Simulación del pago de la campaña cuatro

Agregar tarjeta de crédito o de débito

Todos los campos son obligatorios

Número de tarjeta ?

MM/AA Código de seguridad ?

Nombre del titular

La dirección de facturación y la dirección legal coinciden

[Cancelar](#) [Guardar tarjeta](#)

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO VI: INTEGRACIÓN DE LA TIENDA ONLINE

6.1 ROI DIGITAL

Tabla 26

Roi de la campaña en Facebook Ads

CAMPAÑA FACEBOOK BUSINESS									
<table border="1"> <tr> <td>MES:</td> <td>JULIO</td> </tr> <tr> <td>INVERSION O COSTO:</td> <td>\$ 40</td> </tr> <tr> <td>PRECIO DEL PRODUCTO:</td> <td>\$ 14,55</td> </tr> <tr> <td>VENTA DEL SERVICIO</td> <td>24</td> </tr> </table>	MES:	JULIO	INVERSION O COSTO:	\$ 40	PRECIO DEL PRODUCTO:	\$ 14,55	VENTA DEL SERVICIO	24	<p>CAMPAÑA 1:</p> <p>Cont Asistent: ¡¡¡No lo dejes para última hora!!! Aprovecha nuestras promociones Si realizas la compra anticipada de la declaración del IVA mensual de \$15,99, recibes un descuento de 10% para tus próximas 3 declaraciones cancelando un total de \$14,55, para esta campaña realizamos anuncios pagados en la Fan Page con un valor de \$40 este presupuesto es el 5% del Budge la duración del anuncio fue de 7 días el total de ventas 17</p>
MES:	JULIO								
INVERSION O COSTO:	\$ 40								
PRECIO DEL PRODUCTO:	\$ 14,55								
VENTA DEL SERVICIO	24								
<table border="1"> <tr> <td>MES:</td> <td>AGOSTO</td> </tr> <tr> <td>INVERSION O COSTO:</td> <td>\$ 70</td> </tr> <tr> <td>PRECIO DEL PRODUCTO:</td> <td>\$ 30</td> </tr> <tr> <td>VENTA DEL SERVICIO</td> <td>17</td> </tr> </table>	MES:	AGOSTO	INVERSION O COSTO:	\$ 70	PRECIO DEL PRODUCTO:	\$ 30	VENTA DEL SERVICIO	17	<p>CAMPAÑA 2:</p> <p>Cont Asistent: Aprovecha nuestras promociones y mantén tus declaraciones en regla con la ayuda de Cont Asistent mantendrás tu tranquilidad fiscal en orden. Por la compra anticipada del servicio de la segunda declaración semestral de IVA de \$68,99, recibe un descuento del 15% pagando un total de \$59,99 para esta campaña realizamos anuncios pagados en la Fan Page con un valor de \$70 este presupuesto es del 5% Budget la duración del anuncio fue de 10 días el total de ventas 12</p>
MES:	AGOSTO								
INVERSION O COSTO:	\$ 70								
PRECIO DEL PRODUCTO:	\$ 30								
VENTA DEL SERVICIO	17								

Fuente: Elaboración propia

Tabla 27*Roi de las campañas en Google ADS*

CAMPAÑA GOOGLE ADS									
<table border="1"> <tr> <td>MES:</td> <td style="text-align: center;">SEPTIEMBRE</td> </tr> <tr> <td>INVERSION O COSTO:</td> <td style="text-align: center;">\$ 225</td> </tr> <tr> <td>PRECIO DEL PRODUCTO:</td> <td style="text-align: center;">\$ 72</td> </tr> <tr> <td>VENTA DEL SERVICIO</td> <td style="text-align: center;">16</td> </tr> </table>	MES:	SEPTIEMBRE	INVERSION O COSTO:	\$ 225	PRECIO DEL PRODUCTO:	\$ 72	VENTA DEL SERVICIO	16	<p>CAMPAÑA 3:</p> <p>Cont Asistent: ¡Atención, empleadores! En el mes de septiembre empieza el proceso clave para tu negocio. La presentación del formulario 107. Si eres cliente nuevo y realizas la compra directamente en la tienda online haciendo clic en el enlace, durante este mes de agosto te otorgamos el 30% de descuento en la Declaración del Impuesto a la Renta ya no pagas el valor de \$93,00 si no que terminas pagando \$71,54 para esta campaña realizamos anuncios pagados en Google Ads con un valor de \$225 este presupuesto es del 5% Budge la duración del anuncio fue de un mes el total de ventas 16</p>
MES:	SEPTIEMBRE								
INVERSION O COSTO:	\$ 225								
PRECIO DEL PRODUCTO:	\$ 72								
VENTA DEL SERVICIO	16								
<table border="1"> <tr> <td>MES:</td> <td style="text-align: center;">OCTUBRE</td> </tr> <tr> <td>INVERSION O COSTO:</td> <td style="text-align: center;">\$ 760</td> </tr> <tr> <td>PRECIO DEL PRODUCTO:</td> <td style="text-align: center;">\$ 62,85</td> </tr> <tr> <td>VENTA DEL SERVICIO</td> <td style="text-align: center;">18</td> </tr> </table>	MES:	OCTUBRE	INVERSION O COSTO:	\$ 760	PRECIO DEL PRODUCTO:	\$ 62,85	VENTA DEL SERVICIO	18	<p>CAMPAÑA 4:</p> <p>Cont Asistent: ¡Atención!! Personas Naturales Que deben Generar sus Anexos de Personales, estamos de promoción. Aprovecha y empieza a genera a tiempo tus Anexos de Gastos Personales ya. Si nos contactas mediante WhatsApp tendrás el 40% ya que estamos de apertura, "ojo sólo en es válido en este mes" aprovecha el descuentazo ya no vas a pagar \$87,99 sino que pagarás \$62,85. CONTACTANOS. para esta campaña realizamos anuncios pagados en Google Ads con un valor de \$760 este presupuesto es del 5% Budget la duración del anuncio fue de un mes el total de ventas 13</p>
MES:	OCTUBRE								
INVERSION O COSTO:	\$ 760								
PRECIO DEL PRODUCTO:	\$ 62,85								
VENTA DEL SERVICIO	18								

Fuente: Elaboración propia

Tabla 28*Detalle del ROI de las campañas*

MEDIO	Q VENTAS	COSTO CAMPAÑA	VENTAS (BENEFICIO)	UTILIDAD (V-C)	ROI (U/I)
FANPAGE	24	\$ 40	\$ 349,20	\$ 309	773%
FANPAGE	17	\$ 70	\$ 1.019,83	\$ 950	1357%
GOOGLE ADS	16	\$ 225	\$ 1.144,64	\$ 920	409%
GOOGLE ADS	18	\$ 760	\$ 1.131,30	\$ 371	49%
TOTAL	75	\$ 1.095	\$ 3.644,97	\$ 2.550	233%

Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES

El desarrollo de este plan de negocio digital para la prestación de servicios tributarios en el cantón Rumiñahui responde a la creciente necesidad de modernización en el ámbito tributario, especialmente en la gestión del Impuesto al Valor Agregado (IVA). A lo largo de este trabajo, se ha demostrado la importancia de adoptar soluciones tecnológicas para mejorar la eficiencia y accesibilidad de los servicios tributarios, tanto para los contribuyentes como para los profesionales del sector.

Mediante un análisis enfocado en el entorno digital y del mercado, se identificó una clara oportunidad para implementar un ecosistema digital que optimice los procesos tributarios y facilite la comunicación entre la empresa y sus clientes. Este enfoque no solo mejora la experiencia del usuario, sino que también posiciona a la empresa como un referente innovador en el Cantón.

La estrategia de marketing digital propuesta complementa este plan, asegurando la visibilidad y el alcance de los servicios, aprovechando las herramientas digitales para atraer y retener clientes en un entorno cada vez más competitivo. En conclusión, la implementación de este plan de negocio digital permitirá a la empresa no solo mantenerse al día con las tendencias actuales, sino también liderar el mercado de servicios tributarios en el cantón Rumiñahui, brindando soluciones efectivas y adaptadas a las necesidades del siglo XXI.

RECOMENDACIONES

Es fundamental que tanto el personal de la empresa como los clientes reciban capacitación continua sobre el uso de las herramientas digitales y las plataformas implementadas. Esto garantizará una adopción eficiente y reducirá la resistencia al cambio tecnológico.

El entorno digital está en constante evolución, por lo que es crucial realizar un monitoreo continuo de las tendencias tecnológicas y las necesidades del mercado. Se recomienda actualizar las estrategias de marketing digital y las plataformas de servicio de manera periódica para mantenerse competitivos y relevantes.

Es recomendable priorizar la experiencia del cliente en todas las etapas del servicio, desde la consulta inicial hasta la entrega del servicio final. Invertir en herramientas que faciliten la interacción, como aplicaciones móviles o Chatbots, puede mejorar significativamente la satisfacción del cliente y aumentar la retención.

Una vez consolidado el negocio en el cantón Rumiñahui, se sugiere explorar oportunidades de expansión a otras regiones o diversificar los servicios ofrecidos, como asesoría fiscal personalizada o gestión de otros impuestos, aprovechando el ecosistema digital ya establecido.

REFERENCIAS

Ecwid. (2024). Empieza a vender en tus redes sociales. <https://www.ecwid.com/es/>

Google Ads. (2024). Google Ads te ofrece muchas formas de llegar a los usuarios.

Mentinno. (2024). Acompañamiento, Inteligencia Artificial & analítica para alcanzar el potencial de tu organización. <https://www.mentinno.com/>

Trello. (2024). Trello unifica tus tareas, compañeros de equipo y herramientas.

<https://trello.com/es>

Wikipedia. (2024). Cantón Rumiñahui.

https://es.wikipedia.org/wiki/Cant%C3%B3n_Rumi%C3%B1ahui

Wix. (2024). Creación de páginas webs profesionales. <https://es.wix.com/>

ANEXOS

Anexo 1. Investigación de mercado

El presente informe describe el cálculo de la muestra para un estudio poblacional dirigido a personas desde 25 años en adelante. El objetivo es determinar el tamaño adecuado de la muestra para obtener resultados representativos utilizando un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 50%

Datos iniciales

Población total (N): 107.904 personas

Margen de error admitido (E): 5% (0.05)

Probabilidad de éxito (P): 50%

Nivel de confianza (Z) 50% (0,674)

Cálculo del tamaño de la Muestra

Para calcular el tamaño de la muestra en una población finita, utilizamos la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Donde:

(n) es el tamaño de la muestra

(N= es la población total

(Z) es el valor crítico correspondiente al nivel de confianza

(p) es la probabilidad de éxito

(e) es el margen de error.

Resultado del cálculo de la Muestra

El tamaño adecuado de la muestra para este estudio, considerando una población finita de 106.548 personas de 25 en adelante, con un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 50% es de 45 encuestas.

CÁLCULO TAMAÑO DE MUESTRA FINITA

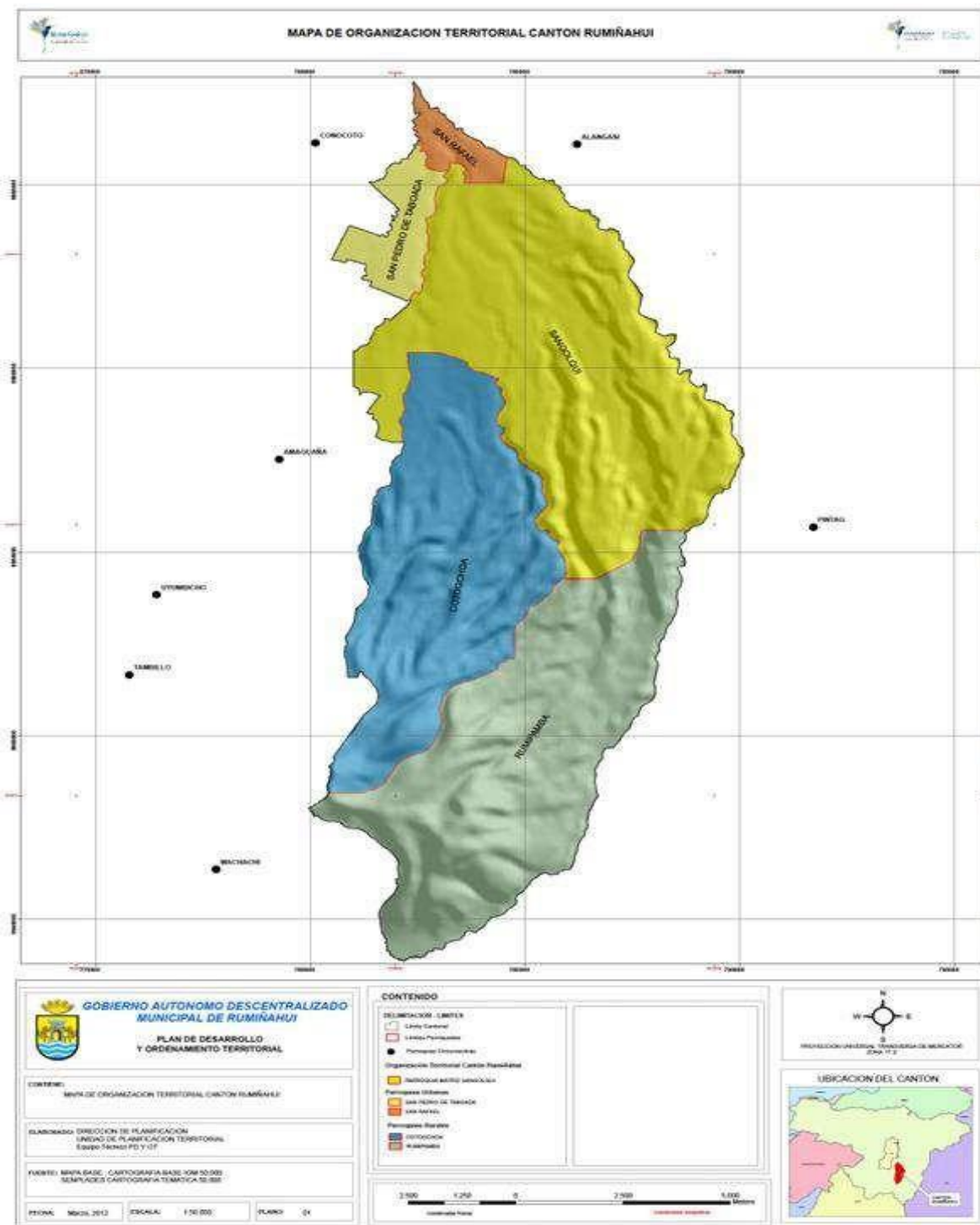
Parametro	a
N	107.904
Z	0,674
p	50,00%
q	50,00%
e	5,00%

Tamaño de muestra
"n" =
45

12254,54938

269,871069

Figura 57
 Mapa del cantón Rumiñahui



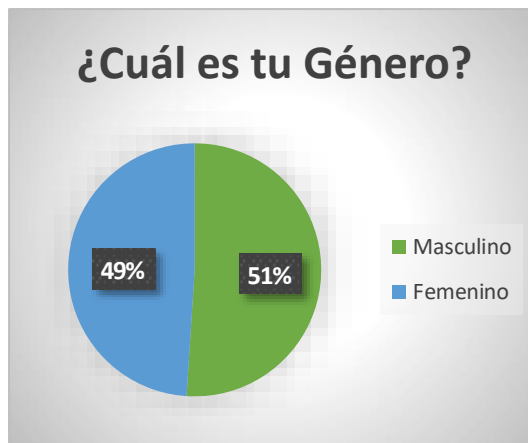
Fuente: <https://acortar.link/qnxpPb>

Anexo 2. Presentación de resultados

Pregunta 1. Género

Figura 58

Resultados de la pregunta 1



Fuente: Elaboración propia

Tabla 29

Resultados de la pregunta 1

CLASE	DATO	f	F	fr	FRA
1	Masculino	25	25	0,51	51%
2	Femenino	24	49	0,49	49%
	N	49		1,00	100%

Fuente: Elaboración propia

De acorde a los resultados del 100% tenemos que la frecuencia del género masculino es de 25 veces con un total del 51% que es la frecuencia relativa, con respecto a los resultados del género femenino tenemos una frecuencia de 24 veces con un total del 49% que es la frecuencia relativa.

Análisis:

El género masculino tiene un 2% más que el género femenino siendo el género con más frecuencia relativa y absoluta.

Pregunta 2. Edad

Figura 59

Resultados de la pregunta 2



Fuente: Elaboración propia

Tabla 30

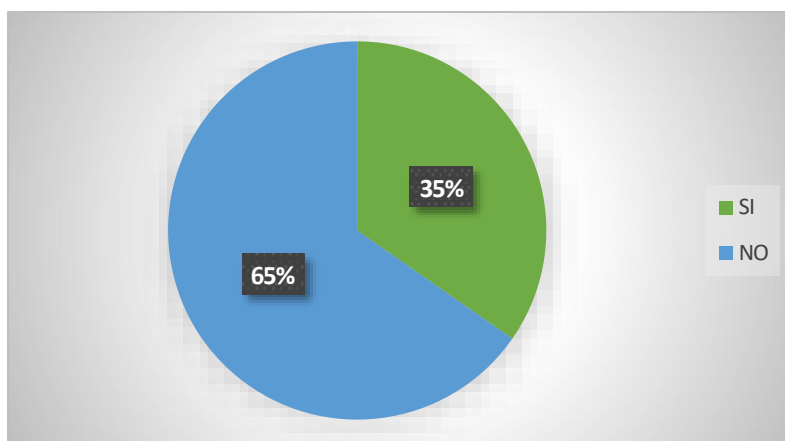
Resultados de la pregunta 2

CLASE	DATO	f	F	fr	FRA
1	25-30	25	25	0,51	51%
2	30-35	18	43	0,37	37%
3	40-45	3	46	0,06	6%
4	más de 45	3	49	0,06	6%
	N	49		1,00	100%

Fuente: Elaboración propia

De acorde a los datos que nos proporcionó la encuesta tenemos en el rango de las edades del 100% total, que van desde 25-30 años con una frecuencia de 25 veces que nos da como resultado un total del 51% de la frecuencia relativa, entre las edades de 30-35 tenemos un resultado de la frecuencia de veces un total de 18 personas con un porcentaje de la frecuencia relativa del 37%, las edades que van desde 40-45 tenemos una frecuencia de veces de 3 personas con un total de la frecuencia relativa del 6%, por último pero no menos importante tenemos las edades más de 45 año con un total de frecuencia de 3 personas y su frecuencia relativa con un total del 6% .

Pregunta 3. ¿Actualmente utiliza un servicio de asistencia contable para sus declaraciones de los impuestos en el SRI?

Figura 60*Resultados de la pregunta 3**Fuente: Elaboración propia***Tabla 31***Resultados de la pregunta 3*

CLASE	DATO	f	F	fr	FRA
1	SI	17	17	0,35	35%
2	NO	32	49	0,65	65%
	N	49		1,00	100%

*Fuente: Elaboración propia***Interpretación:**

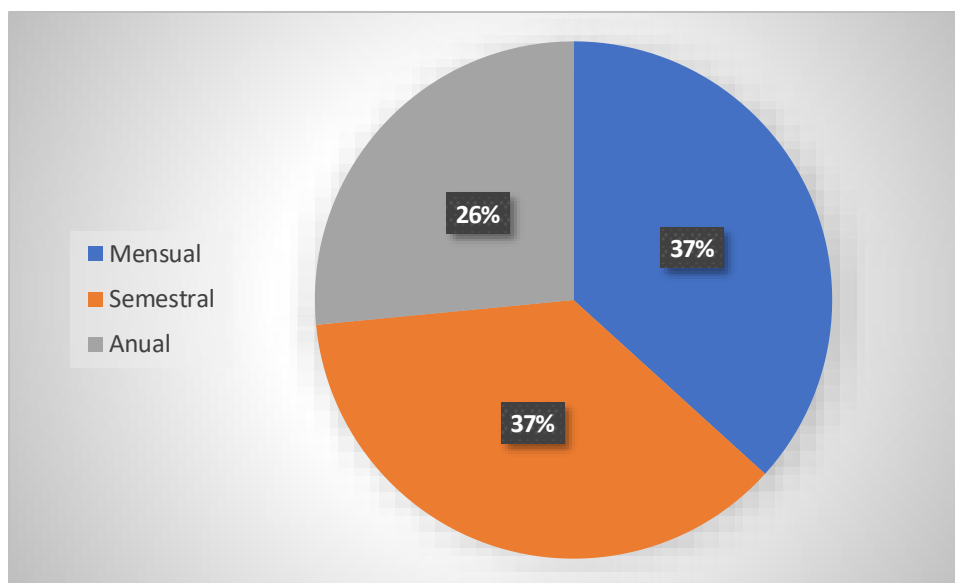
Del 100% de los encuestados un total del 65% no cuenta con un servicio de asistencia contable, y un total del 35% si cuenta con uno

Análisis:

Podemos observar que una minoría significativa del 35% sí utiliza servicios de asistencia contable, sin embargo, la mayoría no utiliza, lo que da me da una gran oportunidad para involucrarlos en los beneficios y la importancia que tiene contratar los servicios contables y sean mis posibles clientes potenciales.

Pregunta 4. ¿Si decide adquirir un servicio contable con qué frecuencia necesitaría asistencia?

Figura 61
Resultados de la pregunta 4



Fuente: Elaboración propia

Tabla 32
Resultados de la pregunta 4

CLASE	DATO	f	F	fr	FRA
1	Mensual	18	18	0,37	37%
2	Semestral	18	36	0,37	37%
3	Anual	13	49	0,27	27%
	N	49		1,00	100%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Del 100% de los encuestados tenemos que el mensual y semestral tienen la misma frecuencia de veces con un total de 18 personas dándonos un porcentaje de la frecuencia relativa absoluta del 37% en ambos casos, con respecto a la opción anual tenemos una frecuencia de 13 veces con una frecuencia relativa absoluta del 27%.

Análisis:

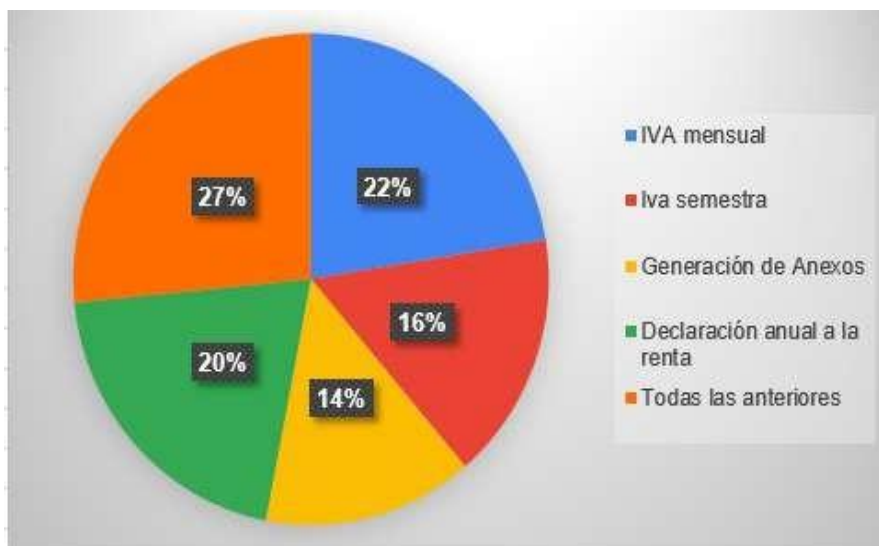
Dado que las preferencias están bastante divididas me lleva al análisis de que debo ofrecer combo o paquetes flexibles que incluyan por ejemplo declaraciones semestrales y anuales

para que el cliente se sienta satisfecho con un descuento del 10% por adquirir el paquete de los servicio para las declaraciones semestrales y anual.

Pregunta 5. ¿Para usted cuáles serían las principales tareas contables que necesitan de un servicio especializado en declaraciones?

Figura 62

Resultados de la pregunta 5



Fuente: Elaboración propia

Tabla 33

Resultados de la pregunta 5

CLASE	DATO	f	F	fr	FRA
1	IVA mensual	11	11	0,22	22%
2	Iva semestral	8	19	0,16	16%
3	Generación de Anexos	7	26	0,14	14%
4	Declaración anual a la renta	10	36	0,20	20%
5	Todas las anteriores	13	49	0,27	27%
	N	49		1,00	100%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

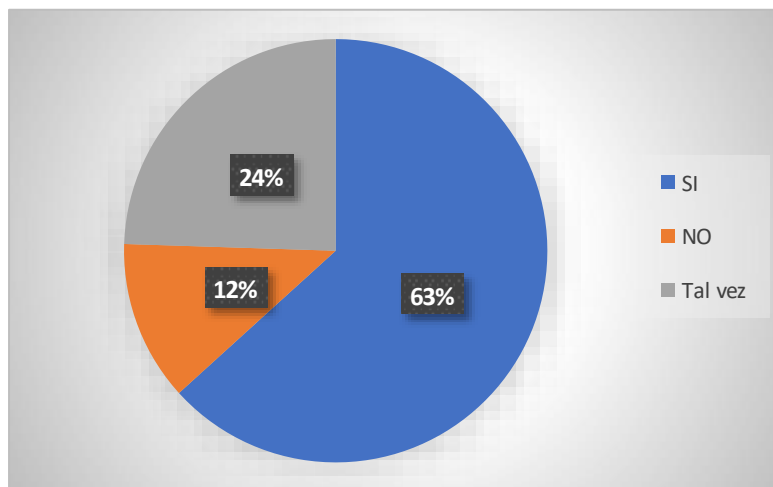
De acorde al 100% de los encuestados tenemos que un 27% de los encuestados con una frecuencia de 13 personas consideran que todas las anteriores son tareas importantes, el 22% de los encuestados con una frecuencia de 11 personas consideran que la tarea más importante es la declaración del IVA mensual, tenemos en secuencia descendente con una frecuencia de 10 personas que consideran como una tarea importante en las declaraciones es del 20% de la frecuencia relativa absoluta, el 16% de la frecuencia relativa absoluta tiene como prioridad el Iva semestral con una frecuencia de veces de 8 personas, y por último tenemos la Declaración a la renta con un total de frecuencia de 7 personas dándonos como resultado una frecuencia relativa absoluta del 14%

Análisis:

Vemos que una parte significativa tiene como prioridad todas las anteriores con un total del 27%.

Pregunta 6. ¿Le interesaría un servicio de asistencia contable especializado en las declaraciones de los impuestos tributarios del SRI?

Figura 63
Resultados de la pregunta 6



Fuente: Elaboración propia

Tabla 34
Resultados de la pregunta 6

CLASE	DATO	f	F	fr	FRA
1	SI	31	31	0,63	63%
2	NO	6	37	0,12	12%
3	Tal vez	12	49	0,24	24%
	N	49		1,00	100%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

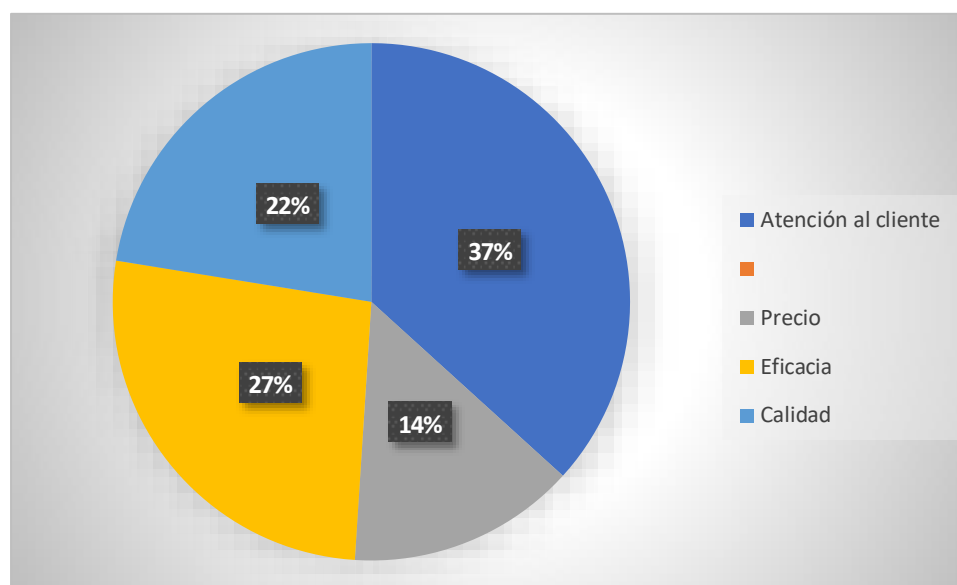
Del 100% de los encuestados tenemos que el 63% si le interesaría adquirir un servicio de asistencia contable, el 12% de los encuestados no desean adquirirlo y tenemos un 24% que está indeciso

Análisis:

De acorde a los resultados obtenidos en la encuesta vemos que la mayoría desea adquirir un servicio de asistencia contable con un total del 63%.

Pregunta 7. ¿Qué características considera más importantes en un servicio de asistencia contable?

Figura 64
Resultados de la pregunta 7



Fuente: Elaboración propia

Tabla 35
Resultados de la pregunta 7

CLASE	DATO	f	F	fr	FRA
1	Atención al cliente	18	18	0,37	37%
2	Precio	7	25	0,14	14%
3	Eficacia	13	38	0,27	27%
4	Calidad	11	49	0,22	22%
	N	49		1,00	100%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

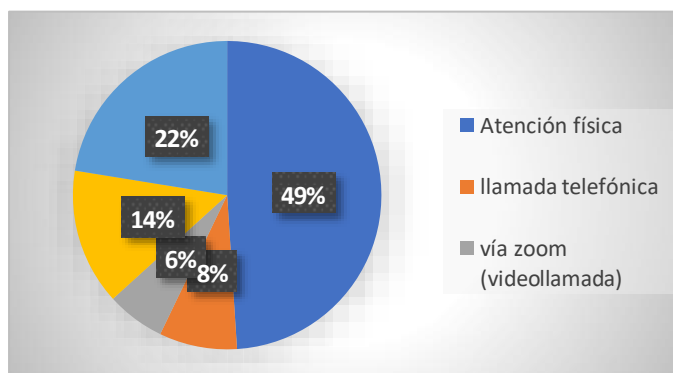
Del total del 100% de los encuestados un 37% prefiere la atención al cliente, el 14% prefiere el precio, el 27% prefiere la eficacia y el 22% considera como una característica principal la calidad.

Análisis:

A pesar de que el precio es un factor muy importante nuestros encuestados consideraron que los factores más importantes son la atención al cliente a la eficacia y a la calidad del trabajo en las declaraciones.

Pregunta 8. ¿Cómo le gustaría recibir la información sobre el servicio de asistencia contable? a través de:

Figura 65
Resultados de la pregunta 8



Fuente: Elaboración propia

Tabla 36
Resultados de la pregunta 8

CLASE	DATO	f	F	fr	FRA
1	Atención física	24	24	0,49	49%
2	llamada telefónica	4	28	0,08	8%
3	vía zoom (videollamada)	3	31	0,06	6%
4	correo electrónico	7	38	0,14	14%
5	WhatsApp	11	49	0,22	22%
	N	49		1,00	100%

Fuente: Elaboración propia

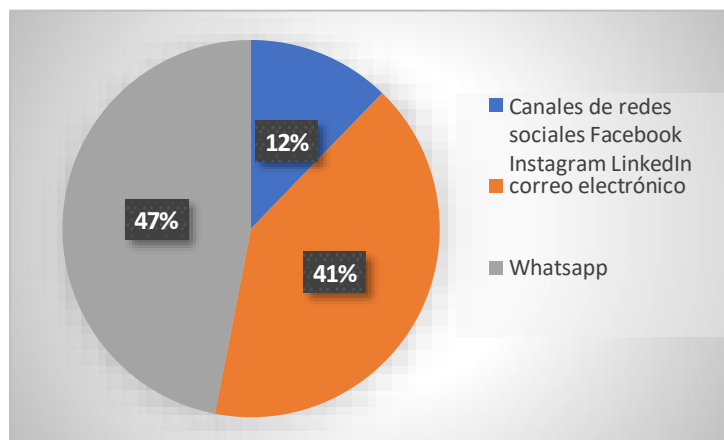
Interpretación:

Del 100% de los encuestados el 49% prefiere asistencia física, el 22% prefiere recibir asistencia vía WhatsApp, el 14% prefiere atención vía correo electrónico el 8% de prefiere por llamada telefónica y sólo el 6% prefiere vía zoom

Análisis:

Los usuarios se sienten mejor recibiendo la atención de manera física con un total del 49%.

Pregunta 9. ¿Mediante qué medio de comunicación se sentiría más cómodo de recibir recordatorios sobre las fechas importantes de las declaraciones de los impuestos tributarios del SRI?

Tabla 37*Resultados de la pregunta 9**Fuente:* Elaboración propia**Tabla 38***Resultados de la pregunta 9*

Clase	Dato	f	F	fr	fra
1	Canales de redes sociales Facebook Instagram LinkedIn	6	6	0,12	12%
2	Correo electrónico	20	26	0,41	41%
3	WhatsApp	23	49	0,47	47%
	N	49		1,00	100%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Del 100% de los encuestados prefieren recibir información sobre fechas importantes mediante WhatsApp un 47%, por correo electrónico prefieren un 41% y por otros canales como Facebook Instagram LinkedIn prefieren un 12%

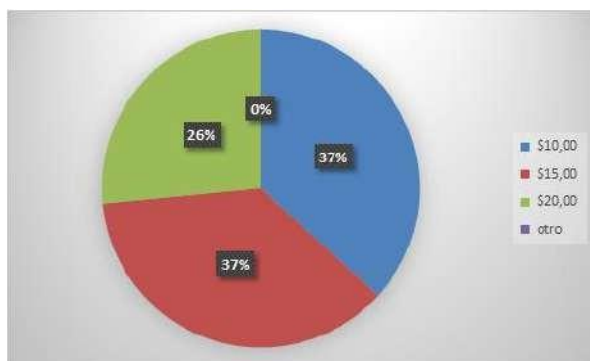
Análisis:

Podemos observar que los medios más preferidos son el correo electrónico y el WhatsApp dándonos como resultado total de ambos que un 88% de los encuestados lo prefieren por esos dos canales.

Pregunta 10. ¿Cuál es el rango de precios que considera razonable pagar por un servicio de asistencia contable mensual, de acorde a generación de sus ventas y gastos?

Figura 66

Resultados de la pregunta 10



Fuente: Elaboración propia

Tabla 39

Resultados de la pregunta 10

CLASE	DATO	f	F	fr	FRA
1	\$ 10,00	18	18	0,37	37%
2	\$ 15,00	18	36	0,37	37%
3	\$ 20,00	13	49	0,27	27%
	N	49		1,00	100%

Fuente: Elaboración propia

De acorde al total del 100% de los encuestados tenemos que el rango recomendable para pagar una declaración mensual es de \$10,00 y \$15,00 en ambos valores tenemos el mismo porcentaje del 37% aproximado y un 27% de los encuestados está dispuesto a pagar \$20,00 por una declaración mensual

Análisis:

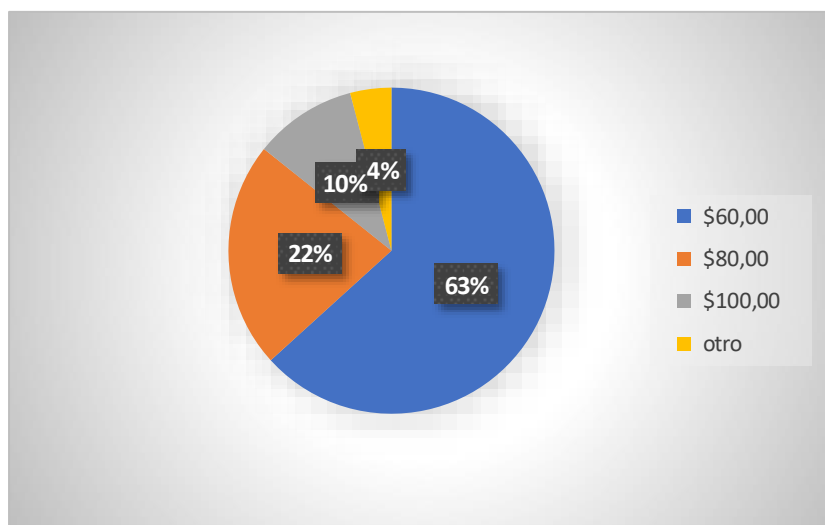
Llegado a este punto podemos observar que el 37% en ambos casos con distintos valores están dispuestos a pagar por una declaración mensual

Con respecto a los precios tenemos que el 36,7% está de acuerdo pagar \$10,00 por un servicio de asistencia mensual, un 36,7% está totalmente de acuerdo pagar el total de \$15,00 por un servicio mensual, y un 26,5% está dispuesto a pagar \$20,00 por un servicio mensual.

Pregunta 11. ¿Cuál es el rango de precios que considera razonable pagar por un servicio de asistencia contable semestral, de acorde a sus ingresos y gastos?

Figura 67

Resultados de la pregunta 11



Fuente: Elaboración propia

Tabla 40

Resultados de la pregunta 11

CLASE	DATO	f	F	fr	FRA
1	\$ 60,00	31	31	0,63	63%
2	\$ 80,00	11	42	0,22	22%
3	\$ 100,00	5	47	0,10	10%
	otro	2	49	0,04	4%
	N	49		1,00	100%

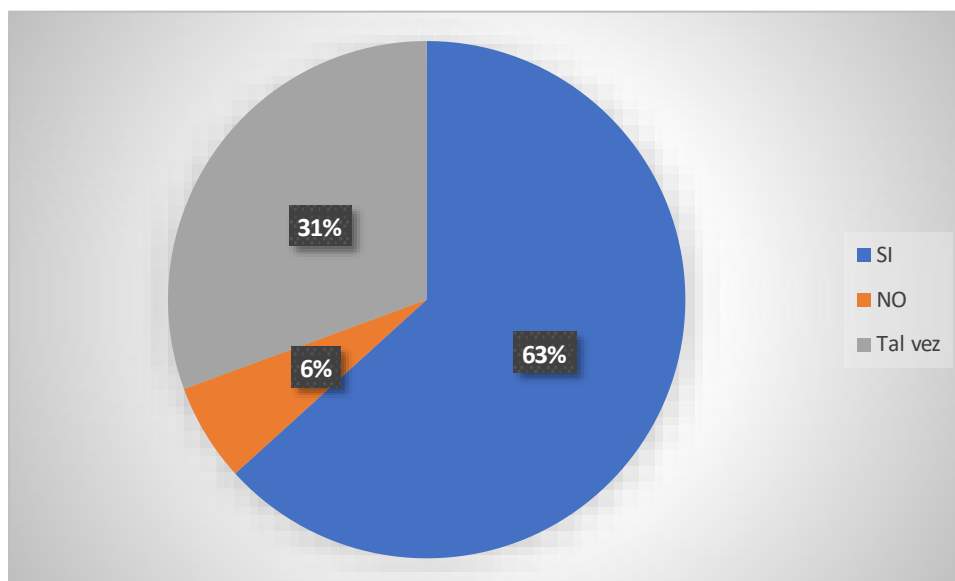
Fuente: Elaboración propia

Con respecto al servicio semestral tenemos que un 63,63% de usuarios está dispuesto a pagar el valor de \$60,00; el 22,4% está dispuesto a pagar por un servicio semestral el total de \$80,00; un 10,2% de los usuarios prefieren pagar \$100,00 y un total del 4,1% de usuarios prefiere pagar otro valor.

Pregunta 12. ¿Usted estaría dispuesto a adquirir la asistencia de nuestros servicios contables para que llevemos sus declaraciones de impuestos al día para que usted esté sin preocupaciones de ello?

Figura 68

Resultados de la pregunta 12



Fuente: Elaboración propia

Tabla 41

Resultados de la pregunta 12

CLASE	DATO	f	F	fr	FRA
1	SI	31	31	0,63	63%
2	NO	3	34	0,06	6%
3	Tal vez	15	49	0,31	31%
	N	49		1,00	100%

Fuente: Elaboración propia

Preguntamos a los usuarios si estaría dispuestos a adquirir nuestros servicios tenemos que un total del 63,3% SI lo adquiriría, con respecto a NO tenemos un 6,1% que no lo adquiriría y TAL VEZ tenemos un total del 30,6%.

Análisis de los resultados

Después del análisis realizado tenemos que la mayoría usuarios no cuenta con un servicio contable, el servicio que más les hace falta a los usuarios es el mensual, semestral y a la renta

dándonos como resultados positivos para seguir con nuestro emprendimiento. Concluyendo nuestro emprendimiento de Cont Asistent va a tener un buen impacto debido a que un 63,3% de usuarios si adquiera nuestros servicios.