



**UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS**

**FACULTAD DE NEGOCIOS**

**PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE BANCA Y FINANZAS**

**RED CONTAPP**

**TRABAJO DE INVESTIGACION**

Para optar el grado de Bachiller en Administración de Banca y Finanzas

**AUTOR(ES)**

De la Cruz Polo, Rebeca Abigail (0000-0002-4196-6106)

Jiménez Carbajal, Geanfranco (0000-0002-7521-034X)

Santa Cruz Corrales, Jorge Luis (0000-0002-6383-741X)

Soplin Montoya, Gabriel Raúl (0000-0002-0668-9983)

**ASESOR**

Morales Guzmán Barrón, Alex Nicolás (0000-0002-4177-1886)

**Lima, 16 de diciembre del 2017**

## *DEDICATORIA*

*El presente trabajo está dedicado a nuestros padres, quienes han estado y están siempre a nuestro lado, alentándonos y dándonos todo su apoyo en cada paso que damos, agradecemos también a nuestros profesores y asesor que han sabido guiarnos a lo largo de nuestra etapa universitaria y a nuestros amigos con quienes compartimos años de amistad en la Universidad.*

# RESUMEN

El presente investigación está elaborado mediante conocimientos de investigación que obtuvimos en materia de herramienta de búsqueda de la información y el conocimiento adquirido en cada momento vivido en nuestra casa de estudio, ayudándonos a que tengamos un buen nivel de análisis así como también de investigación.

La investigación realizada se refiere a nuestro modelo de negocio Llamado RED CONTAPP el cual se puede definir como una aplicación móvil que unirá a personas en búsqueda de servicios contables con nuestros socios contadores que estarán disponibles para poder brindar sus servicios, la característica principal de esta idea de negocio es que podremos agilizar los procesos de búsqueda de contadores y además brindar la confianza de nuestros usuarios que serán atendidos por personas profesionales expertos en la materia.

Nuestro interés académico se basa en las problemáticas que existen en el campo, donde las personas no mantienen un adecuado control de sus ingresos y muchas veces la Sunat realiza multas que perjudican el trabajo de las personas, es por ello que REd Contapp no solamente desea ganancias económicas sino sociales, ya que con la ayuda de un contador las personas podrán tener un crecimiento continuo y nuestro país podrá tener mayores recaudaciones para inversiones en obras.

Con ello Red Contapp será la aplicación que revolucionará la forma de adquirir servicios contables.

- Palabras claves: Contabilidad, Tecnología, SUNAT, Contadores, Aplicación

## SUMMARY

The present project is elaborated through of knowledge of investigation that we obtained in matter of tool of search of the information and the knowledge acquired in each moment lived in our University, it helping us to that we have a good level of analysis as well as of investigation.

The research carried out refers to our business model called RED CONTAPP, which can be defined as a mobile application that will connected people in search of accounting services with our accounting partners that will be available to provide their services, the main feature of this business idea is that we can streamline the processes of searching for accountants and also provide the confidence of our users who will be attended by professional experts in the matter.

Our academic interest is based on the problems that exist in business, where people do not maintain adequate control of their income and often the Sunat makes fines that harm the work of people, that is why REd Contapp not only wants profits economic but also social, because with the help of an accountant can have a continuous growth and our country may have higher taxes collections for investment in public works.

With all of this, Red Contapp will be the application that will revolutionize the way to acquire accounting services.

- Keywords: Accounting, Technology, SUNAT, Accountants, Application

## TABLA DE CONTENIDO

1. Introducción .....	1
2. Aspectos generales del negocio .....	3
2.1 Idea / nombre del negocio .....	3
2.2 Descripción del producto/servicio a ofrecer .....	3
2.3 Equipo de trabajo .....	5
3. Planeamiento Estratégico .....	6
3.1 Análisis externo: .....	6
3.1.1 Análisis PESTEL .....	6
3.2 Análisis interno: .....	10
3.2.1 Análisis de las 5 fuerzas de Porter .....	10
3.2.2 Análisis FODA .....	11
3.3 Visión : .....	14
3.4 Misión : .....	14
3.5 Estrategia Genérica .....	14
3.6 Objetivos Estratégicos .....	14
4. Investigación / Validación de mercado .....	16
4.1 Diseño metodológico de la investigación / metodología de validación de hipótesis.....	16
4.2 Resultados de la investigación .....	18
4.3 Informe final: Elaboración de tendencias, patrones y conclusiones .....	21
5. Plan de Marketing .....	23
5.1 Planteamiento de objetivos de marketing .....	23
5.2 Estrategias de marketing .....	24
5.2.1 Segmentación .....	24
5.2.2 Posicionamiento .....	26
5.3 Mercado Objetivo .....	26
5.3.1 Tamaño de Mercado .....	26
5.3.2 Tamaño de mercado disponible .....	31
5.3.3 Tamaño de mercado operativo (target) .....	31
5.3.4 Potencial de Crecimiento del Mercado .....	31
5.4 Desarrollo y estrategia del marketing mix .....	32
5.4.1 Estrategia de producto .....	32
5.4.2 Estrategia de Precios .....	33

5.4.3. Estrategia Comunicacional .....	33
5.4.4. Estrategia de Distribución.....	34
5.5 Plan de Ventas y Proyección de la Demanda.....	34
5.6 Presupuesto de Marketing.....	37
6. Plan de Operaciones.....	39
6.1 Políticas Operacionales.....	39
6.1.1 Calidad.....	39
6.1.2 Procesos .....	40
6.1.3 Planificación .....	40
6.1.4 Inventarios.....	41
6.2 DISEÑO DE INSTALACIÓN.....	42
6.2.1 LOCALIZACIÓN DE LAS INSTALACIONES .....	42
6.2.2 CAPACIDAD DE LAS INSTALACIONES.....	43
6.2.3 DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES.....	43
6.3 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL SERVICIO.....	43
6.4.5 Mapa de Proceso .....	46
6.4.6 DIAGRAMA PERT.....	47
6.5 Planeamiento de la Producción.....	48
6.5.1 Gestión de Compras y Stock.....	48
6.5.2 Gestión de la calidad.....	48
6.5.3 Gestión de los proveedores .....	49
6.6 Inversión en activos fijos vinculados al proceso productivo. ....	51
6.7 Estructura de Costos de Producción y Gastos operativos.....	52
7. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y RECURSOS HUMANOS .....	54
7.1 Objetivos Organizacionales .....	54
7.2 Naturaleza de la Organización.....	54
7.2.1 Organigrama .....	55
7.2.2 Diseño de Puestos y Funciones.....	56
7.3 Políticas Organizacionales.....	63
7.4. Gestión Humana.....	63
7.4.1. Reclutamiento .....	63
7.4.2. Selección, contratación e inducción.....	63
7.4.3. Capacitación, desarrollo y evaluación del desempeño .....	65
7.4.4. Motivación .....	68

7.4.5. Sistema de remuneración .....	69
7.5 Estructura de gastos de RRHH .....	70
8. Plan económico-financiero .....	71
8.1 Supuestos .....	71
8.2 Inversión en activos (fijos e intangibles) y depreciación.....	72
8.3 Proyección de ventas.....	73
8.4 Cálculo del capital de trabajo.....	74
8.5 Estructura de financiamiento: Tradicional y no tradicional.....	75
8.6 Estados Financieros (Balance General, Estado de GGPP, Flujo de Caja).....	77
8.7 Flujo Financiero .....	79
8.8 Tasa de descuento accionistas y wacc .....	80
8.9 Indicadores de rentabilidad .....	82
8.10 Análisis de riesgo .....	83
8.10.1 Análisis de sensibilidad.....	83
8.10.2 Análisis por escenarios (por variables) .....	85
8.10.3 Análisis de punto de equilibrio .....	85
8.10.4 Principales riesgos del proyecto (cualitativos) .....	86
9. CONCLUSIONES .....	87
10. Conclusiones personales .....	88

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Análisis FODA.....	12
Tabla N° 2: Evaluación Factores Externos.....	13
Tabla N° 3: Evaluación Factores Internos.....	13
Tabla N° 4: Hogares que acceden al servicio de internet.....	23
Tabla N° 5 : Hogares con acceso a tecnologías y comunicación.....	25
Tabla N° 6: Tributos Recaudados por la SUNAT 2000-2017.....	28
Tabla N° 7: Impuesto a la renta de tercera categoría.....	29
Tabla N° 8: Contribuyentes según departamento.....	30
Tabla N° 9: Demanda horizonte de 5 años.....	35
Tabla N° 10: Proyección de la demanda.....	36
Tabla N° 11: Presupuesto de Marketing.....	38
Tabla N° 12: Cuadro de Actividades.....	47
Tabla N° 13: Muebles.....	51
Tabla N° 14: Equipos de Computo.....	51
Tabla N° 15: Gastos Preoperativos.....	52
Tabla N° 16: Planilla.....	52
Tabla N° 17: Gastos Administrativos.....	53
Tabla N° 18: Gastos ventas.....	53
Tabla N° 19: Evaluación de desempeño.....	67
Tabla N° 20: Sueldos según puestos.....	70
Tabla N° 21: Gastos mensuales de RRHH.....	70
Tabla N° 22: Supuestos.....	71
Tabla N° 23: Inversión en Muebles.....	72
Tabla N° 24: Inversión en Equipos de cómputo.....	72
Tabla N° 25: Inversión en Intangibles.....	72
Tabla N° 26: Proyección de ventas mensuales.....	73
Tabla N° 27: Proyección de ventas anuales.....	73
Tabla N° 28: Calculo de capital de trabajo.....	74
Tabla N° 29: Estructura de Financiamiento Tradicional.....	75
Tabla N° 30: Estructura de Financiamiento No Tradicional.....	75



Tabla N° 31: Cronograma de Pagos .....	76
Tabla N° 32: Banlance General .....	77
Tabla N° 33: Cálculo de Margen de Ventas .....	78
Tabla N° 34: Estado de resultados .....	78
Tabla N° 35: Flujo de Caja .....	79
Tabla N° 36: Flujo de caja Financiero .....	80
Tabla N° 37: Empresa a comparar .....	80
Tabla N° 38: Desapalancamiento .....	81
Tabla N° 39: Apalancamiento.....	82
Tabla N° 40: Indicadores de Rentabilidad .....	82
Tabla N° 41: Flujo de Caja en escenario Negativo.....	83
Tabla N° 42: Flujo de caja en escenario positivo .....	84
Tabla N° 43: Punto de Equilibrio .....	85

## ÍNDICE DE FIGURAS

Fig. N° 1: Logo .....	4
Fig. N° 2: Business Model Canvas .....	17
Fig. N° 3: Página web usuarios.....	19
Fig. N° 4: Página web Contadores.....	20
Fig. N° 5: Página de Facebook para usuarios .....	22
Fig. N° 6: Página de Facebook para contadores .....	22
Fig. N° 7: PEA – Lima Metropolitana.....	25
Fig. N° 8: Regresion Lineal de la demanda de contribuyentes.....	37
Fig. N° 9: Instalaciones.....	42
Fig. N° 10: Acceso página web .....	44
Fig. N° 11: Formas de pago .....	45
Fig. N° 12: Mapa de procesos.....	46
Fig. N° 13: Diagrama de PERT .....	47
Fig. N° 14: Organigrama .....	55

# 1. Introducción

El presente proyecto de investigación de nombre Red ContApp, nace de la problemática que existe con los micro y pequeños empresarios dentro del ámbito tributario, y la necesidad de encontrar a un contador confiable quien pueda asesorarlos, es por ello que el objetivo general de este proyecto está orientado a la creación y desarrollo de un aplicativo móvil que pueda conectar a un profesional de contabilidad quien ofrecerá el servicio a un micro o pequeño empresario quien será el demandante de los servicios que se ofrece.

El proyecto de está sustentado bajo una investigación de mercado que se realizó a diversos micro y pequeños empresarios de Lima Metropolitana, esta investigación se validó a través de la herramienta experiment board y por medio de la creación de anuncios en Facebook, logrando conseguir una aceptación positiva por parte del público.

Realizamos también un análisis FODA, donde implementamos la estrategia para hacer frente a nuestras debilidades y amenazas, por otro lado, hicimos un desarrollamos un análisis de la competencia y algunos factores externos que nos ayudaron a conocer nuestro mercado objetivo. Así mismo se comprobó que no tenemos competencia directa, sin embargo una nuestra actual competencia son los estudios contables desarrollados que existen en Lima Metropolitana, para ello trabajamos en otorgar un valor agregado a nuestros clientes que nos pueda diferenciar a la competencia.

Redcontapp es un modelo de negocio mediante un aplicativo móvil que conectará a usuarios en busca de ayuda contable y a la vez con contadores en búsqueda de clientes, con ello buscamos cambiar la forma de trabajo de los contadores y la forma de contactar servicios contables, ya que seremos la primera empresa tecnológica en solucionar los problemas contables de una manera más ágil y segura.

Los ingresos consistirán en la cantidad de operaciones que realiza el contador, ya que se cobrará una comisión por cada servicio realizado. Además contaremos con una escalonada campaña de marketing digital que será monitoreada por nuestros especialistas, teniendo una medición constante de los objetivos de la empresa, nuestro impulso para poder captar clientes es mediante las redes sociales, google adwords, activaciones a lugares donde existan conglomerados, publicidad masiva a nuestro público objetivo.

Redcontapp desea ser una marca no solamente comercial sino también social, ya que ayudará a personas de bajos recursos que no tiene un acceso a contadores, con ello mejoraremos la economía de nuestro país, es por ello que nuestra inversión es de s/. 150,000 y solicitamos s/.90 000 soles para poder poner en marcha el proyecto, ofreciendo un cok del 15% y un recupero de la inversión en 2 años.

## 2. Aspectos generales del negocio

### 2.1 Idea / nombre del negocio

Red ContAPP: Es una plataforma virtual que busca conectar a profesionales de la carrera de Contabilidad con los diversos usuarios dependientes e independientes contribuyentes activos de impuestos.

Este negocio funcionará a través de un aplicativo móvil, donde los usuarios, podrán registrarse y mediante eso encontrará una variedad de contadores con números de teléfonos, distrito donde se encuentran y contarán también con la información tanto de experiencia profesional como el centro de estudios en un perfil de cada uno de nuestros profesionales afiliados. Las consultas que los usuarios podrán realizar son desde cómo formalizar una empresa hasta pagar o declarar sus impuestos, entre otras consultas.

### 2.2 Descripción del producto/servicio a ofrecer

Actualmente, la formalidad en nuestro país se viene fomentando de manera acelerada, y en el ámbito mundial nada queda atrás. El Perú, está a puertas de ingresar a la OECD, para ello el Perú, debe cumplir con ir formalizando el país de manera escalada. Es por ello por lo que la Administración tributaria viene realizando continuas fiscalizaciones las cuales cada vez son más frecuentes y severas.

De este modo nuestra idea inicial es facilitar la obtención de asesoría en contabilidad a personas naturales contribuyentes activas del impuesto y personas jurídicas que estén dentro del régimen de la micro y pequeña empresa que les sea costoso contratar un contador a tiempo completo, a través de una plataforma virtual.

En ese sentido, se busca que las personas que necesiten un orden en sus cuentas de sus empresas, personas naturales que necesiten orden en sus ingresos, que necesiten alguna

asesoría, planificación y acompañamiento ante las fiscalizaciones tributarias de SUNAT, declaraciones anuales del impuesto a la renta.

Asimismo, nuestra aplicación podrá ser utilizada por contadores que tienen tiempo disponible y de este modo poder llevar estos casos a los contribuyentes. Los contadores abonarán el 8% del total de honorarios realizados por motivo de la colocación del cliente y éxito de la operación.

Los clientes pueden elegir al contador que quisieran que los oriente, cada contador tendrá una breve reseña laboral, principales funciones y centro de labores, ocultando los datos necesarios para que no haya contacto directo que no fuera a través de la app.

Esperamos que según se vaya implementado mejoras en la aplicación, crear una bolsa de trabajos exclusivamente para contadores, y que nuestra app filtre los mejores profesionales según sea el requerimiento de los trabajos a solicitar. Se trata de una app, de tendencias tecnológicas para unir a profesionales con personas que necesiten de sus servicios.

Fig. N° 1: Logo



Fuente : Elaboración Propia

## 2.3 Equipo de trabajo



### **Gabriel Raúl Soplin Montoya**

Analista contable, actualmente estudiando la carrera de Contabilidad en el programa EPE – en la UPC, con experiencia en el sector privado, empresas de servicios. Mi labor como analista requiere mucha disciplina ya que brindo soporte y atendiendo diversos los requerimientos de la gerencia.



### **Jorge Santa Cruz**

Analista de créditos, con experiencia en la gestión de una cartera de clientes, en colocación de productos activos y recuperación de créditos.

Titulado en Administración Bancaria en el Instituto de formación Bancaria, actualmente cursando el 9no ciclo de la carrera de Administración de Banca y Finanzas.



### **Rebeca Abigail De La Cruz Polo**

Asesora de Negocios, con un rol de coordinar, dirigir y dar solución a los requerimientos de los clientes, con el propósito de mantener una eficiente gestión de la cartera de créditos. Estudiante de Adm. De Banca y Finanzas de la UPC. La experiencia en el sector financiero me ayudará a aportar en el esquema de costos y la relación con los inversionistas para este proyecto.



### **Geanfranco Jimenez Carbajal**

Analista de negocios, con 2 años de experiencia dedicada a la calificación de estados de resultados de empresas de U.S.A y Canadá. Egresado de la carrera de Administración en Cibertec. Los años de experiencia me brindan una interpretación de datos de vital importancia en el desarrollo de proyectos. Actualmente cursando el 10mo ciclo de la carrera de administración de banca y finanzas en la UPC.

## 3. Planeamiento Estratégico

### 3.1 Análisis externo:

#### 3.1.1 Análisis PESTEL

Para obtener un análisis PESTEL de nuestro proyecto, Contapp debemos tener en cuenta dichos factores.

##### **a. Factor Político**

En la actualidad afrontamos un gobierno liderado por el presidente Pedro Pablo Kuczynski, el Perú ha sido una de las economías que más rápido ha crecido en América Latina durante estos 10 años, gracias a las buenas políticas macroeconómicas cautelosas que ha tomado y reformas estructurales en varias áreas dieron origen a un escenario favorable de crecimiento y de baja inflación.

Las políticas fiscales siguen siendo moderadas a pesar de que el déficit en estos últimos años ha ido en aumento, eso es originado principalmente por el déficit de los ingresos que se obtienen, además de una desaceleración económica que pasamos, y los recientes incrementos de los gastos, servicios y sueldos. Mientras que esperamos que la producción minera se estabilice y que la inversión pública se incremente en lo que nos esperamos del mandato de este gobierno.

Este gobierno prometió que para el 2021 el 60% de trabajadores peruanos pasen a la formalidad, para ello el presidente proyecta la reducción del IGV (18% a 17%) y la instauración de un régimen tributario especial para las pequeñas y medianas empresa, pero dichas propuestas aún no han sido realizadas y sólo se ha podido crear el nuevo régimen tributario MYPE.

El ministerio de producción informó que el consejo de ministro aprobó el Decreto Supremo el programa nacional llamado "Tu Empresa" con este programa busca que las Mypes optimicen los recursos que el estado ofrece en especial el sector de producción.

Es por ello por lo que dichos factores ayudan a que nuestra empresa pueda aprovecharla, ya que al estado está promoviendo y dando políticas para poder recaudar más ingresos, así como también formalizar, y una de las funciones de Contapp es poder ir de la mano con las



personas que contribuyen con los impuestos (personas naturales y micro/pequeñas emprendedores).

Esto logra traducirse como una oportunidad, debido a la estabilidad de las políticas que se manejan y las expectativas que en este trimestre se logre un incremento del PBI, estos factores hacen que exista un menor riesgo al momento de invertir en nuestra empresa.

### **b. Factor Económico**

El Perú es el tercer mejor país en la región para hacer negocios, es lo que indica un estudio del semanario Latin Business Chronicle, debajo de Chile y Panamá, siendo Perú el único que mejoró en su clima.

El PBI del 2016 fue de 3.9 %, mientras que la inflación promedio llegó al 3.6 por encima del rango esperado.

En el 2017 se espera obtener una ligera desaceleración del PBI, debido a una frágil inversión privada, que fue afectada por condiciones globales y la vacilación sobre los escándalos de corrupción de proyectos firmados años pasados, además de la economía impactada por el fenómeno del niño costero.

En el gráfico siguiente se observa como el PBI está recuperando su nivel, además de un ligero crecimiento de la demanda interna, dicho crecimiento es gracias a las actividades Extractivas (3.4%), de transformación (1.5%) y de Servicio (2.4%)

Para Contapp siendo un servicio que está unido a la tecnología, nos indica que dicho sector mantiene un crecimiento favorable, eso nos anima a seguir con nuestra inversión, aunque sin dejar de considerar la inflación que nos puede impactar de una manera negativa.

### **c. Factor Social**

En este factor Social, se puede señalar como la falta de conocimiento los procesos burocráticos que se tiene que realizar para formalizar una empresa, y/o para realizar declaraciones tributarias, la gran cantidad de emigrantes de provincias que se alojaron e hicieron de Lima su ciudad que les dé frutos de su trabajo y esfuerzo, quizás trabajando en una empresa, o teniendo un negocio propio, todo ello conlleva algunos de esas personas empezaron en la informalidad y ahora gracias a su crecimiento son empresarios formales o profesionales formales.

Es por ello por lo que el gobierno está realizando constante cambios para que la formalidad sea más fácil y atractiva para las personas, por ejemplo, el nuevo régimen tributario MYPE,

ya que para el estado es fundamental incrementar sus arcas con los tributos de los peruanos mediante ello nuestra economía tendrá un mayor nivel de escala.

Lo que Contapp desea es dar una asesoría a las personas que ya están tributando con el estado, así como también incentivar a las demás personas empiecen a tributar, ya que se sabe que una persona o empresario formalizado obtendrá mejores beneficios en todos los ámbitos.

Así también satisfacer las necesidades de personas capaces donde sus conocimientos no han sido explotados totalmente, contadores que tengan la necesidad de que sus estudios y conocimientos ayuden a las demás personas a mejorar su nivel de vida, y ser parte del crecimiento de los microempresarios y/o personas que tengan la necesidad de asesoramiento contable para su negocio.

Sabemos que Contapp será una fuente que contribuirá con el País en su crecimiento y en el lado social concientizando a las personas que es un deber pagar los impuestos así ayudará a más personas.

#### **d. Factor Tecnológico**

Hace unos años una persona que estudiaba contabilidad se le hacía creer que su trabajo sólo era en su oficina, cuadrar cuentas, tomar su calculadora y empezar, en pocas palabras un trabajo robotizado, donde no deberían existir errores.

Pero ahora la tecnología está avanzando cada vez más rápido, existen cosas que solo en las películas imaginábamos.

Es por ello por lo que innovando en el medio contable tenemos esta aplicación que brindará la unión de dos necesidades básicas, la primera de los contadores por buscar una cartera de clientes para generar ingresos en sus tiempos libres, y la segunda de personas naturales o con negocio en busca de asesoramiento o ayuda en trámites tributarios, donde el factor tiempo es tan valorado por los dos usuarios.

La tecnología que se brindará será de muy fácil uso, ya que en la actualidad todo se guarda en la nube o se trabaja de manera electrónica, tenemos el caso de las facturas electrónicas que la Sunat está implantando.

Además, en la actualidad los celulares nos dan el plus de poder realizar todas las transacciones desde donde estemos ya no es necesario de ir a una oficina o acercarse personalmente.

### **e. Factor Ecológico**

En la actualidad la problemática del medio ambiente va en aumento cada vez más rápido, cambios climáticos, deforestación.

La contabilidad hoy en día está relacionada con la ecología, ya que las empresas para hacer cargo sobre estos problemas ambientales tienen al área de contabilidad especializada que necesitará cuantificar, registrar e informar los daños causados al medio ambiente y las acciones para evitarlas.

Entonces podemos decir que la ciencia contable y la ecología se relacionan, ya que dicha ciencia se encarga de captar, registrar, reportar e informar.

En Red ContApp creemos que este factor está muy ligado a la contabilidad, ya que para registrar se utiliza varios libros y papeles, y como va avanzando la tecnología en un futuro dichos papeles están en la Nube o en disco duros con protección donde cada vez las transacciones serán virtuales, es un claro ejemplo de la Sunat con la creación de facturas electrónicas y recibos por honorarios electrónicos, ahora cada vez utilizamos menos papel, y con eso contribuimos con la deforestación de árboles.

### **f. Factor Legal**

Al tener leyes en el Perú que permitan el libre mercado a los negocios, además se tiene que el uso de internet está regularizado por las leyes peruanas, y es allí donde la legislación vigente era aplicable a la red, pero que aún hay temas no regulados fuera de la red y que deberían ser reguladas.

Red Contapp cumple con los requisitos regidos por la Sociedad Peruana;

Título V(..)

Capítulo x Delitos Informáticos

Artículo 2017a: El que utiliza o ingresa indebidamente a una base de datos, sistema o red de computadora o cualquier parte de la misma, para diseñar, ejecutar o alterar un esquema u otro similar, o para interferir, interceptar, acceder o copiar información en tránsito o contenida en una base de datos, será reprimido con pena privativa de la libertad no mayor a dos años o con prestación de servicios comunitarios de cincuenta y dos a ciento cuatro jornadas.

Con ello nosotros tendremos una base de datos registrada y muy bien codificada para tener una seguridad en los datos que las personas nos puedan dejar, además de los datos de los contadores que obtendremos, así cumplir con el ámbito legal que nos rige.

3.2 Análisis interno:

### **3.2.1 Análisis de las 5 fuerzas de Porter**

Descripción de las cinco fuerzas competitivas de la industria (Porter).

- **Rivalidad entre competidores**

El uso de la tecnología vinculado a temas tributarios y/o que requieren una mayor especialización es mínima por lo cual podemos decir que no existe una gran rivalidad en la industria y es por esto por lo que lo clasificamos en un “océano azul”

- **Competidores potenciales:**

Debido a las condiciones actuales del mercado, este tiene una tendencia hacia la tecnología, por lo que uno de los principales competidores potenciales sería la implementación de nuevos servicios a través de aplicativos por parte de los estudios contables de renombre o en su defecto aplicaciones nuevas que ofrecen nuestro servicio de red de contadores.

- **Poder de negociación de los compradores:**

Al ser un producto nuevo no contamos con un historial que brinde la confianza necesaria al cliente, esto lo iremos obteniendo mediante los servicios brindados y el entorno altamente intuitivo de la aplicación; es decir, nuestro poder de negociación es mínima. Cabe resaltar que nos referimos a la captación de clientes suscritos a la aplicación; ya que el precio de los servicios es algo que se negociará directamente con el contador, sin embargo, estos serán registrados en la plataforma.

- **Poder de negociación de los proveedores:**

Al ser una plataforma virtual, se necesitará de especialistas, los cuales se encargaran del mantenimiento y diseño del aplicativo, ellos serán nuestros socios estratégicos; ya que, uno de nuestros principales retos es el ser lo más amigable y confiable posible para el cliente; por otro lado, se necesitará un proveedor de mapas el cual toma relevancia en el aplicativo y en la búsqueda del contador. Por último, el espacio digital (dominio) es indispensable para el funcionamiento de la página web.

En líneas generales nuestro poder de negociación es bajo debido a que por lo general algunos de los servicios son muy específicos y no es a gran escala como para obtener un poder de negociación alto.

- **Amenaza de Productos Sustitutos:**

Vienen a ser los estudios contables y contadores independientes que ofrezcan los mismos servicios; sin embargo, el producto tiene servicios adicionales, los cuales no ofrece ninguna empresa en la actualidad y nos servirán como fuente de diferenciación.

### **3.2.2 Análisis FODA**

#### **Fortaleza:**

- Tecnología con seguridad.
- Confianza y agilidad en poder encontrar un contador y un cliente.
- Forma de pago, ya que su uso será por medio electrónico tarjetas de crédito/débito y en efectivo.

#### **Oportunidad:**

- Necesidad de servicios contables
- Aumento de smartphones con capacidad de soportar aplicaciones
- Sunat incentiva a la formalidad.
- Mercado que busca rapidez y soluciones para sus cuentas
- Mayor fiscalización por partes de organismos supervisores

#### **Debilidad**

- Limitado alcance de las capacitaciones sobre el uso de la aplicación.
- Al ser un producto novedoso, tendremos poca penetración de mercado.

- Sobrepasar políticas que se dan al contador al brindar servicios adicionales fuera de la plataforma.

### Amenazas

- Incertidumbre por parte de los clientes ante esta nueva metodología de servicio por aplicativo.
- Políticas Externas que reduzcan la necesidad de contadores para procesos simples (declaración de impuestos, pago de tributos, etc.).
- Clientes desconfiados en realizar pagos electrónicos.

### Análisis FODA

Tabla N° 1: Análisis FODA

	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
	*Tecnología con seguridad. *Confianza y agilidad en poder encontrar un contador y Un cliente. *Forma de pago , ya que su uso será por medio electrónico tarjetas de credito /débito y en efectivo.	*Limitado alcance de las capacitaciones sobre el uso de la aplicación. *Al ser un producto novedoso, tendremos poca penetración de mercado. *Sobrepasar políticas que se dan al contador al brindar servicios adicionales fuera de la plataforma.
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>ESTRATEGIA FO</b>	<b>ESTRATEGIO DO</b>
*Necesidad de servicios contables *Aumento de smartphone con capacidad de soportar aplicaciones *Sunat incentiva a la formalidad. *Mercado que busca rapidez y soluciones para sus cuentas *Mayor fiscalización por partes de organismos supervisores	*Enfocar la publicidad en relación a la seguridad de la información confiada y la rapidez de los servicios de una forma muy sencilla. * Supervisión y control del aplicativo con el fin de mantener una plataforma lo mas confiable posible y una rapidez sing	*Desde la misma aplicación , proporcionar un manual lo más didáctico posible con el fin de no tener necesidad de una capacitación par el uso del mismo (videos, modo de prueba,etc). *Participación en ferias o eventos por entidades estatales donde se podrá
<b>AMENAZAS</b>	<b>ESTRATEGIA FA</b>	<b>ESTRATEGIA DA</b>
*Incertidumbre por parte de los clientes ante esta nueva metodología de servicio por aplicativo. *Políticas Externas que reduzcan la necesidad de contadores para procesos simples (declaración de impuestos , pago de tributos, etc.). *Clientes desconfiados	Brindar Información 100% confiable de los socios contadores mediante las verificaciones correspondientes para que el cliente conozca de antemano el profesionalismo brindado. · Brindar opciones de pago más confiables para el cliente donde no tenga n	* Utilizar la técnica del cliente incognito para ayudarnos a conocer la calidad de servicio que brindan los contadores y ademas identificar si estar realizando servicios externos. *Manejar una política de precios accesible al cliente que ayude a la penetr

Fuente : Elaboración Propia

## Evaluación de Factores Externos (EFE)

Tabla N° 2: Evaluación Factores Externos

OPORTUNIDADES Y AMENAZAS	PESO	CALIFICACIÓN	TOTAL
<b>OPORTUNIDADES</b>			
Necesidad de servicios contables	0,15	4	0,6
Aumento de smartphone con capacidad de soportar aplicaciones	0,1	4	0,4
Sunat incentiva a la formalidad.	0,1	4	0,4
Mayor fiscalización por partes de organismos supervisores	0,1	3	0,3
Mercado que busca rapidez y soluciones para sus cuentas	0,15	4	0,6
<b>TOTAL PARCIAL</b>			<b>2,3</b>
<b>AMENAZAS</b>			
Incertidumbre por parte de los clientes ante esta nueva metodología de servicio por aplicativo.	0,15	2	0,3
Políticas Externas que reduzcan la necesidad de contadores para procesos simples (declaración de impuestos , pago de tributos, etc.).	0,15	3	0,45
Cientes desconfiados	0,1	3	0,3
<b>TOTAL PARCIAL</b>			<b>1,05</b>
<b>TOTAL</b>			<b>3,35</b>

Fuente : Elaboración Propia

Obtenemos una puntuación total en la matriz de 3.65 el cual está sobre la media y nos demuestra que los factores externos son favorables para la organización, por otro lado, se revisan puntos críticos como el de la incertidumbre por parte de los clientes, este aspecto se trabajará con un mayor enfoque y siendo pieza importante de evaluación para nuestras estrategias para poder reducir o eliminar el impacto negativo en nuestra organización.

## Evaluación de Factores Internos (EFI)

Tabla N° 3: Evaluación Factores Internos

<b>MATRIZ EFI</b>			
OPORTUNIDADES Y AMENAZAS	PESO	CALIFICACIÓN	TOTAL
<b>FORTALEZAS</b>			
Tecnología con seguridad.	0,2	4	0,8
Confianza y agilidad en poder encontrar un contador y un cliente.	0,2	4	0,8
Forma de pago, ya que su uso será por medio electrónico tarjetas de crédito/débito y en efectivo	0,1	3	0,3
<b>TOTAL PARCIAL</b>			<b>1,9</b>
<b>DEBILIDADES</b>			
Limitado alcance de las capacitaciones sobre el uso de la aplicación.	0,15	3	0,45
Al ser un producto novedoso, tendremos poca penetración de mercado.	0,15	3	0,45
Sobrepasar políticas que se dan al contador al brindar servicios adicionales fuera de la plataforma.	0,2	2	0,4
<b>TOTAL PARCIAL</b>			<b>1,3</b>
<b>TOTAL</b>			<b>3,2</b>

Fuente : Elaboración Propia

La puntuación obtenida es de 3.2, contando con un subtotal en las fortalezas de 1.9 y en las debilidades de 1.3, obteniendo un medio interno favorable, sin embargo, existen puntos a evaluar como el de que nuestros socios contadores realicen gestiones con los clientes captados

por nuestra aplicación por fuera de la misma, esto es un punto crítico que será constante en nuestra organización y se tomarán las gestiones operativas y estratégicas correspondientes para su erradicación.

### **3.3 Visión :**

Ser la plataforma virtual y aplicativo móvil líder en soluciones y atención de problemas contables y tributarios de manera confiable, ágil, innovadora y eficaz a nivel Lima Metropolitana y Callao al año 2023.

### **3.4 Misión :**

Brindar soluciones integrales contables y tributarias a nuestros usuarios mediante nuestro aplicativo móvil de manera responsable, honesta y eficiente, generando así una alternativa confiable, conectando a nuestros clientes con nuestros socios contadores

### **3.5 Estrategia Genérica**

Se usará la estrategia genérica de liderazgo en costo, debido a que por el formato de negocio que tenemos tiene la capacidad de reducir los tiempos en poder encontrar a un profesional de contabilidad con ello creamos una cadena de valor, de manera que esto nos permite disminuir gastos que se vean reflejados en los precios que brindaremos sin perder la excelencia y calidad del servicio que por su parte nos permitirá una más rápida penetración y participación en el mercado, además recalcamos que gracias al avance tecnológico tendremos una diferenciación que nos hace ser únicos en tener dicha actividad de unir a personas en busca de servicios contables y de contadores en busca de clientes.

### **3.6 Objetivos Estratégicos**

Objetivos estratégicos a corto plazo :

- Ser una aplicación de fácil uso y atractivo para nuestro público objetivo, coberturando las necesidades de servicios contables y tributarios.
- Obtener 6 000 descargas en el año
- Conseguir 5 000 usuarios suscritos en REd Contapp al año
- Conseguir 500 socios contadores al año
- Objetivos estratégicos a largo plazo :



- Consolidarnos en el top 50 de las aplicaciones utilizadas en los negocios
- Incorporar constantemente mejores tecnologías en nuestro aplicativo.

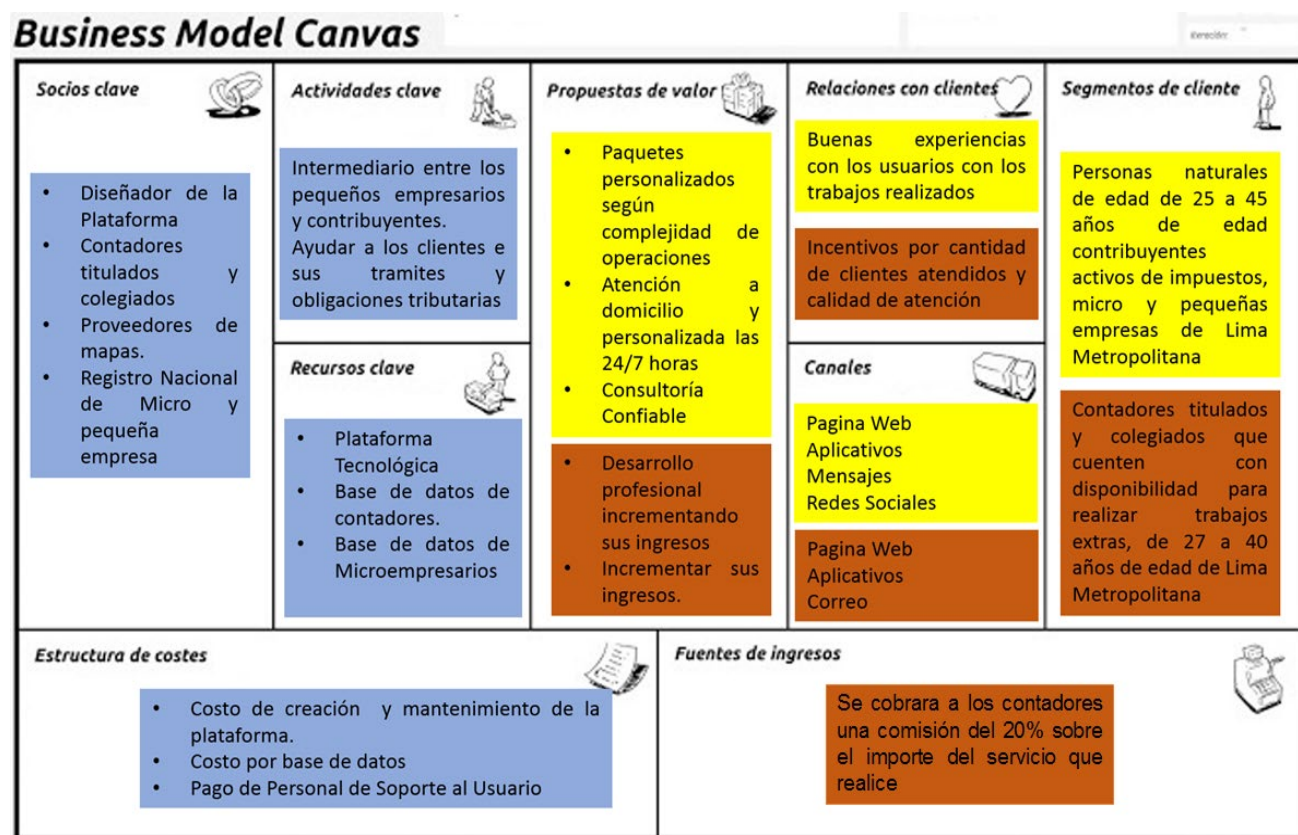
## 4. Investigación / Validación de mercado

### **4.1 Diseño metodológico de la investigación / metodología de validación de hipótesis**

Nuestra idea de negocio se validó a través de la herramienta experiment board y además de la creación de anuncios en Facebook, un anuncio para captar la atención e interés de los profesionales contadores y otro anuncio para los usuarios, cabe indicar que estos anuncios nos permitieron llegar a un mayor número de profesionales contadores y consumidores que se interesaron por ver el anuncio; también creamos una landing page para ambos públicos objetivos (contadores y usuarios), en estas páginas invitamos a nuestro público de interés para que dejen sus datos, de esta manera nos demuestran su interés por saber más de nuestra propuesta de negocio y esto nos ayudó a obtener métricas; Finalmente realizamos entrevistas con usuarios y contadores, quienes nos confirmaron la existencia de un problema dentro del mercado y esto nos ayudó a confirmar que nuestra propuesta si era viable y a su vez despertó el interés de los posibles usuarios que tendrán acceso a esta plataforma.

## Business Model Canvas

Fig. N° 2: Business Model Canvas



Fuente : Elaboración Propia

Consideramos que los problemas que tienen los segmentos de mercado que atendemos son los siguientes :

- Los comerciantes y dependientes no confían en los asesores tributarios por la ineficiencia de sus servicios
- Los contribuyentes son constantemente fiscalizados por la Administración Tributaria, y no tienen la asesoría para poder atenderse. Asimismo, el riesgo a que les pongan multa es mayor.
- No cuentan con asesoría personalizada para procesar la información de sus ingresos a la plataforma de SUNAT.
- No cuentan con un orden para poder llevar sus registros contables y/o declaraciones de impuestos mensuales y anuales

- Los comerciantes muchas veces esperan varios días para poder solucionar su solicitud por la sobrecarga del contador
- Los contadores tienen dificultad en conseguir nuevos clientes.
- Los contadores cuentan con tiempo disponible para dedicarse a estas actividades.

## **4.2 Resultados de la investigación**

Después de realizar nuestra publicidad pagada en el Facebook, podemos indicar que los resultados obtenidos fueron favorables y cumplieron con la meta establecida ya que nuestro mayor alcance que tuvo la página de Contadores fue de 8487 visitas interactuando solo 80 dando clic, debido a que se tuvo que realizar un cambio en el Landing Page y en la imagen promocionada, pero gracias a ello del total que visitaron el Landing se obtuvo un ratio de conversión de 50% de personas que dejaron sus datos correspondientes para que nosotros nos comuniquemos.

Además, se obtuvo un total de 123 Like, se invirtió 40 soles en poder promocionar publicaciones.

Por otro lado realizamos 14 entrevistas de las cuales más del 50% de las personas entrevistadas respondió de ,manera favorable indicando que no confían en los contadores tributarios por la ineficiencia de ellos y también indicaron que no cuentan con la asesoría necesaria para procesar información que les da la Sunat, lo que nos indica que los usuarios y si están interesados en utilizar nuestro aplicativo móvil y que también los Contadores también se interesan por ser parte de equipo de trabajo de nuestra plataforma web, que permitirá crear una conexión entre contadores que necesitan hacer crecer su cartera de clientes y usuarios microempresarios que necesitan asesoría contable y tributario

Fig. N° 3: Página web usuarios

**Red ContAPP**  
Contadores confiables

**El lugar donde encontrarás contadores confiables para que sean parte de tu crecimiento.**

**RED CONTAPP**  
CONTADORES CONFIABLES

**Confianza, profesionalismo, rapidez, asesoría, innovación.**

Red ContApp es la mejor forma de poder encontrar asesoría contable en una plataforma virtual. Si tienes un negocio o eres un profesional que tributa a la SUNAT, regístrate para mayor información.

**Esto puedes encontrar en Red ContApp:**

- La Sunat no tenga observaciones cuando realiza una auditoría.
- Contadores confiables las 24 horas del día, cercanos al lugar de tu ubicación.
- Asesoría para poder mejorar la contabilidad tu negocio y/o finanzas personales de la manera más fácil y ágil.

¿Quieres ser parte de tu crecimiento?  
**Regístrate de Red ContAPP:**

**Enviar**

Síguenos en Facebook dando [click aquí](#)

[Tweet](#) [Like 2](#)

Fuente : Elaboración Propia

Fig. N° 4: Página web Contadores

Red ContAPP es una plataforma virtual donde encontrarás la confianza y la oportunidad de crecer profesionalmente generando ingresos de una manera más fácil.

**RED CONTAPP**  
CONTADORES CONFIABLES

Confianza, profesionalismo, rapidez, asesoría, innovación.

Únete a Red ContAPP, regístrate y forma parte de nuestro excelente staff de contadores confiable donde podrás maximizar tus ingresos en tus tiempos libres.

Jorge

jsantacruz@mibanco.com.pe

Celular(opcional)

Enviar

Fuente : Elaboración Propia

### **4.3 Informe final: Elaboración de tendencias, patrones y conclusiones**

La elaboración de una página web (landing page), nos permite corroborar si el público consumidor tiene interés en nuestro producto. Asimismo, la App se promociona por Facebook para que pueda ser descargada a través del playstore y Appstore. En esta primera instancia los usuarios deben registrarse para poder considerar el impacto que tendría.

Es muy importante aprovechar las herramientas que otorgan los medios publicitarios en línea tales como Facebook e Instapage (sin perjuicio de otros), ya que nos pueden brindar métricas e información en general que nos permite evaluar y confirmar nuestra hipótesis de negocio.

El método de validación de hipótesis del negocio que estamos empleando nos permite verificar al menor costo posible la viabilidad de nuestro proyecto. De este modo si hay que hacer modificaciones no resultan irremediables.

Podemos dar como resultado que nuestro producto obtuvo un buen recibimiento por parte de los usuarios y contadores, generando las ganas de poder utilizar el servicio que se le está tratando de brindar.

Los contadores y clientes usuarios sienten que la confianza es fundamental, así como también el debido cuidado al momento de realizar las declaraciones correspondientes, la contabilidad en las dos partes los une, se refleja que existe una barrera para poder encontrarse.

Para los clientes, gracias a los contadores pueden mejorar mejor sus costos, e impuestos que pagan cada mes, mientras que en los contadores es fundamental ofrecer sus servicios así ganan ofrecen sus conocimientos a personas que no tienen alcance.

Los contadores nos han hecho notar, que necesitan de una herramienta que le otorgue mayor número de clientes así poder tener mayores ganancias, ya que ellos sienten que no pueden ubicar clientes por sus propios medios.

Los clientes nos han permitido encontrar una necesidad importante para el crecimiento de su negocio y de sus cuentas, debido a que ellos tienen dificultad de encontrar un contador de confianza o una persona que asesore el crecimiento de ellos mismos.

Fig. N° 5: Página de Facebook para usuarios



Fuente : Facebook

Fig. N° 6: Página de Facebook para contadores



Fuente : Facebook



## 5. Plan de Marketing

### 5.1 Planteamiento de objetivos de marketing

Para nuestra aplicación es de total importancia realizar un plan de marketing el cual nos va a obligar a realizar un programa de acciones correctas con el rumbo marcado de nuestra actividad comercial y de marketing, además de fijar objetivos y metas comerciales, un seguimiento comercial así poder medir el progreso de la empresa en el campo comercial y de marketing, realizando dicho plan vamos a asegurar el crecimiento rentable y constante de la empresa.

Por ser un producto novedoso en el mercado tendremos los siguientes objetivos anuales:

- Obtener un 2% participación total del mercado.
- Llegar a concretar más de 7 000 operaciones en un año .
- Nos proyectaremos a crecer 5% primer año en nuestro nivel de ventas, el 2do y el 3er año 10% , mientras que el 4to año 15%

Tabla N° 4: Hogares que acceden al servicio de internet

<b>118 HOGARES QUE ACCEDEN AL SERVICIO DE INTERNET, SEGÚN ÁMBITO GEOGRÁFICO, 2007-2015</b> (Porcentaje respecto del total de hogares)									
<b>Ámbito geográfico</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
<b>Total</b>	<b>6.6</b>	<b>8.6</b>	<b>11.0</b>	<b>13.0</b>	<b>16.4</b>	<b>20.2</b>	<b>22.1</b>	<b>23.5</b>	<b>23.2</b>
Lima Metropolitana 1/	14.9	18.6	23.4	25.7	32.7	38.7	41.4	44.5	42.4
Resto país	3.1	4.2	5.4	7.3	9.2	12.0	13.2	14.0	14.3
<b>Región natural</b>									
Costa	10.5	13.5	16.9	19.6	24.9	30.6	33.2	35.3	34.1
<b>Departamento</b>									
Lima	14.1	17.5	22.1	24.4	31.2	36.8	39.6	42.2	40.3
Lima y Callao 2/	13.7	17.3	21.7	24.1	30.7	36.5	39.4	42.2	40.1
Provincia de Lima	15.4	19.0	24.1	26.2	33.5	39.2	41.9	44.8	42.9
Región Lima 3/	2.3	4.2	4.3	8.6	11.0	15.7	18.2	18.7	15.5
<p><b>Nota técnica:</b> El acceso a Internet es un servicio TIC asociado al acceso a tecnología digital            1/ Incluye la provincia de Lima y la Provincia Constitucional del Callao            2/ Comprende el departamento de Lima y la Provincia Constitucional del Callao.            3/ Incluye las provincias de: Barranca, Cajatambo, Canta, Cañete, Huaral, Huarochiri, Huaura, Oyón y Yauyos. Excluye la provincia de Lima.</p> <p><b>Fuente:</b> Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Nacional de Hogares.</p>									

Fuente : INEI

## **5.2 Estrategias de marketing**

### **5.2.1 Segmentación**

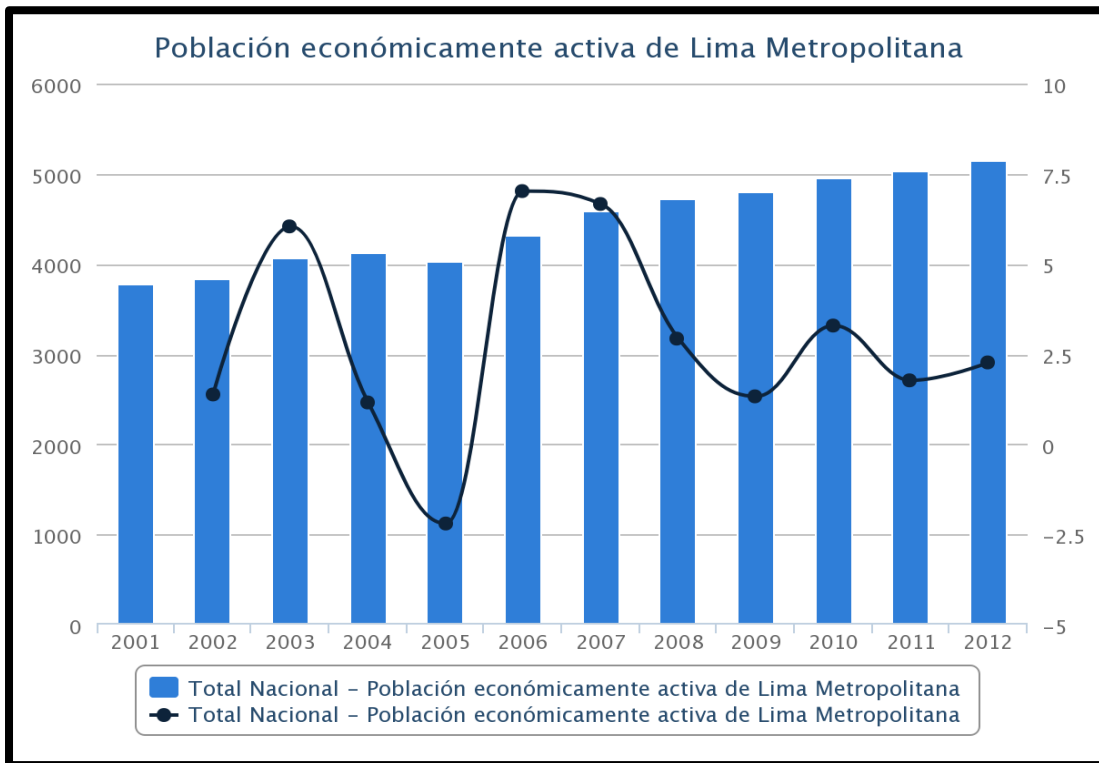
En Red ContApp la segmentación es importante, es por ello que trabajaremos en una segmentación demográfica y geográfica, en la que los factores a considerar son los ingresos, edad, clase social, profesión y región. Las personas que busquen asesoría contable rápida, ágil, experta, económica y de confianza.

#### **Factor demográfico**

Nuestro servicio va dirigido a los NSE B – C – D, para los clientes - usuarios entre los 25 (veinticinco) y 60 (sesenta) años, que tengan un nivel de ingresos que estén en la obligación a pagar impuestos, micro y pequeños empresarios, que necesiten contar por los servicios de un contador de confianza sin la necesidad de tener que contratarlo a tiempo completo. Estos grupos los que, según su perfil, buscan soluciones expertas, económicas y rápidas a sus problemas contables - tributarios, que estarían dispuestos a realizar estas consultas mediante una plataforma web sencilla y accesible en todo momento.

Los resultados obtenidos nos muestran cómo ha incrementado notablemente el acceso a internet en los hogares de Lima Metropolitana y Callao desde el 2007 al 2015. Se puede observar que desde el 2010 hasta el 2015 ha aumentado en 10.2% por lo que la tendencia irá aumentando.

Fig. N° 7: PEA – Lima Metropolitana



Fuente : INEI

Tabla N° 5 : Hogares con acceso a tecnologías y comunicación

HOGARES CON ACCESO A TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC)															
HOGARES CON AL MENOS UN MIEMBRO QUE TIENE TELÉFONO CELULAR, SEGÚN ÁMBITO GEOGRÁFICO, 2001-2015 (Porcentaje respecto del total de hogares)															
Ámbito geográfico	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Total</b>	7.9	8.9	12.1	16.4	20.7	29.8	45.0	59.7	67.0	73.1	75.2	79.7	82.0	84.9	87.2
Lima Metropolitana	18.0	18.7	25.8	34.2	39.5	51.3	65.7	75.7	80.3	83.3	85.6	88.8	88.5	91.1	92.9
Resto país	3.6	4.6	6.2	9.0	12.6	20.3	36.0	52.6	61.0	68.4	70.6	75.8	79.1	82.1	84.6
<b>Región natural</b>															
Costa	13.1	14.4	19.6	26.5	31.8	44.7	60.3	73.4	77.6	81.4	83.6	86.7	87.7	89.7	91.5
Sierra	2.4	3.4	4.3	6.1	8.8	13.6	27.6	43.2	53.8	63.1	66.0	72.0	75.9	80.2	82.5
Selva	1.2	1.1	2.0	3.2	6.4	10.2	25.7	44.4	55.3	62.6	63.9	70.5	73.6	76.6	80.8
<b>Departamento</b>															
Lima	-	-	-	-	-	-	64.5	74.2	78.6	82.1	84.2	87.5	87.7	90.3	92.2
Lima y Callao 2/	16.7	17.5	24.3	32.1	37.2	49.8	64.4	74.2	78.9	82.2	84.3	87.4	87.7	90.3	92.3
Provincia de Lima	-	-	-	-	-	-	66.0	75.7	80.1	83.2	85.7	89.0	88.6	91.2	92.8
Región Lima 3/	-	-	-	-	-	-	51.3	60.3	65.6	71.6	71.1	74.2	79.6	82.1	86.4

1/ Incluye la provincia de Lima y la Provincia Constitucional del Callao  
 2/ Comprende el departamento de Lima y la Provincia Constitucional del Callao.  
 3/ Incluye las provincias de: Barranca, Cajatambo, Canta, Cañete, Huaral, Huarochiri, Huaura, Oyón y Yauyos. Excluye la provincia de Lima.  
 Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Nacional de Hogares.

Fuente : INEI

En el cuadro anterior podemos observar cuántas personas acceden a un teléfono celular según el ámbito geográfico. Nuestra segmentación está enfocada en Lima Metropolitana, a su vez la aplicación está pensada a operar de una manera muy amigable y ágil para que las personas que accedan puedan tener al alcance de su mano la solución que le brindamos.

Asimismo, en los anteriores datos podemos ver que en las distintas zonas del país el uso de internet es necesario para la búsqueda de información y medio de comunicación. Ya que se ve que son los motivos con mayor número de porcentaje actual, lo cual nos beneficia dado que dentro de esta búsqueda de información se puede encontrar a Red ContApp, para cualquier duda o solución rápida y económica a sus conflictos legales.

### **5.2.2 Posicionamiento**

Para lograr el posicionamiento buscado, Red ContApp se enfocará estar en boca de todos y hacerse conocida en la web, para abarcar el máximo de público. Ya que nuestro servicio va con mano de la formalidad de las personas, impulsaremos a través de nuestro landing page, los consejos en materia contable y tributaria. Se establece dado que nuestro margen de ganancia será por volumen, por lo económico de nuestros precios y el porcentaje que recibiremos de esta.

Según nuestra investigación de mercado se concluye que nuestro servicio se muestra atractivo para los usuarios y contadores, ya que en la actualidad la administración Tributaria viene realizando una mayor presión para la recaudación fiscal, y con nuestro servicio se tendrá las herramientas necesarias para evitar ser sorprendido por la Superintendencia.

## **5.3 Mercado Objetivo**

### **5.3.1 Tamaño de Mercado**

Nuestra idea de negocio implica la creación de dos fuerzas en por explotar que son necesarias ante la inminente globalización y el esfuerzo del gobierno peruano a fin de formalizar y aumentar la base tributaria en nuestro país. Los participantes en este mercado

1. Las personas que son contribuyentes de impuesto (1ra, 2da, 3 era, 4ta y 5ta Categoría) tienen consultas contables y tributarias. Las micro y pequeños empresarios que no necesitan contratar un contador a tiempo completo.

2. Contadores que necesitan maximizar sus ingresos debido a que cuentan con tiempo libre en el que pudieran utilizarlo para atender clientes.

En tal sentido, a fin de conocer el tamaño del mercado que contamos hemos obtenido información que brinda la Administración tributaria en la cual detallamos que nuestro mercado está orientado en Lima Metropolitana. Asimismo, se resume la cantidad de contribuyentes y el total de ingresos que la SUNAT recauda con ellos.

## Ingresos Tributarios Recaudados por la SUNAT- TRIBUTOS INTERNOS, (Millones de Soles)

En el siguiente cuadro se detalla lo que la Administración Tributaria recauda por el tipo de ingreso, en el que nuestro mercado está orientado.

Tabla N° 6: Tributos Recaudados por la SUNAT 2000-2017

INGRESOS TRIBUTARIOS RECAUDADOS POR LA SUNAT- TRIBUTOS INTERNOS, 2000-2017 (Millones de Soles)																							
Concepto	2016												2017							Acumulado al mes de julio		Var. real % 2017/2016	
	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	2016	2017	Mes	Acum.
<b>INGRESOS TRIBUTARIOS RECAUDADOS POR</b>	<b>7,472.3</b>	<b>5,983.2</b>	<b>7,866.3</b>	<b>9,099.7</b>	<b>6,032.5</b>	<b>5,967.3</b>	<b>5,961.8</b>	<b>6,333.3</b>	<b>6,077.1</b>	<b>6,066.2</b>	<b>6,100.1</b>	<b>7,447.3</b>	<b>7,723.8</b>	<b>5,923.3</b>	<b>7,196.6</b>	<b>8,258.0</b>	<b>5,910.9</b>	<b>5,851.9</b>	<b>6,229.0</b>	<b>48,323.1</b>	<b>47,093.5</b>	<b>16</b>	<b>-5.6</b>
<b>Impuesto a la Renta</b>	<b>3,538.3</b>	<b>2,937.3</b>	<b>4,785.0</b>	<b>5,081.1</b>	<b>2,526.7</b>	<b>2,501.2</b>	<b>2,418.6</b>	<b>2,491.3</b>	<b>2,378.2</b>	<b>2,447.5</b>	<b>2,460.5</b>	<b>3,648.1</b>	<b>3,696.5</b>	<b>2,847.5</b>	<b>4,164.8</b>	<b>4,470.4</b>	<b>2,386.3</b>	<b>2,270.2</b>	<b>2,461.9</b>	<b>23,788.1</b>	<b>22,297.4</b>	<b>-10</b>	<b>-9.3</b>
Primera Categoría	44.3	40.9	47.2	40.7	39.0	39.3	39.1	41.0	41.3	40.9	42.8	47.6	47.7	42.3	50.6	41.4	43.7	41.4	43.2	290.4	310.3	7.4	3.5
Segunda Categoría	28.7	63.9	10.1	437.7	126.6	95.4	113.3	99.1	85.5	103.3	78.9	93.0	55.1	81.6	142.8	264.4	120.8	93.6	108.1	1075.8	966.4	-7.2	-13.0
Tercera Categoría	1853.0	1811.1	1877.2	1062.9	1057.6	1,130.2	1,209.5	1,281.1	1,270.2	1,273.6	1,282.9	1,386.4	1,827.1	1,692.1	1,680.1	860.4	911.8	1,029.6	1,114.3	10,015.5	9,115.5	-10.4	-11.7
Cuarta Categoría	95.4	62.2	64.8	78.5	70.3	71.8	66.2	72.3	67.3	69.3	71.9	81.3	95.4	62.8	69.5	77.6	74.3	64.7	67.6	509.1	512.1	-0.7	-2.6
-Cuenta Propia	5.1	4.1	4.1	4.7	4.3	4.1	4.7	4.4	4.3	5.4	4.7	5.1	5.1	4.6	4.1	4.8	3.8	4.0	5.6	31.1	32.0	16.4	-0.4
-Cuenta Terceros	90.3	58.1	60.7	73.7	66.0	67.6	61.6	67.9	63.0	63.9	67.2	76.2	90.3	58.3	65.4	72.8	70.5	60.7	62.0	478.0	480.1	-2.0	-2.7
Quinta Categoría	813.1	626.1	718.0	176.4	681.3	589.9	569.2	616.8	593.4	612.7	623.5	627.9	828.3	632.5	714.9	1,217.2	701.9	595.8	579.9	5,174.0	5,270.6	-0.9	-1.4
Regularización	42.0	65.8	1,030.3	1,982.8	199.0	84.6	70.9	76.0	41.9	37.5	43.1	130.8	28.8	37.0	1,181.9	1,654.1	178.7	79.7	127.7	3,475.4	3,287.8	75.0	8.8
-Personas Naturales	10.2	9.8	188.3	304.2	32.2	15.4	7.7	8.8	7.7	5.1	4.7	7.1	3.4	7.6	2,217	1,679	22.0	21.4	16.7	5,678	460.7	112.4	-21.8
-Personas Jurídicas	31.8	56.0	842.0	1,678.6	166.8	69.2	63.3	67.2	34.2	32.4	38.4	123.7	25.3	29.4	960.2	1,486.2	156.7	58.2	111.0	2,907.7	2,827.1	70.5	-6.2
Régimen Especial del Impuesto a la Renta	32.5	26.3	25.9	26.8	28.0	26.8	26.5	29.3	28.6	28.0	27.9	28.3	33.5	25.4	24.2	23.2	25.9	25.3	25.3	192.8	183.3	-6.9	-7.9
Régimen MYPE Tributario	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	53.1	70.7	62.9	67.0	74.6	78.2	0.0	406.4	-	-
Régimen Único Simplificado	16.8	14.9	15.0	15.1	14.9	14.8	16.3	15.7	15.3	15.8	15.6	17.1	11.2	11.3	10.7	11.3	10.8	10.9	106.6	83.3	-28.3	-24.3	

Fuente : SUNAT

### Impuesto a la Renta de 3ra Categoría - Según tamaño de contribuyente 2016-17

En la siguiente lista se tiene el tamaño la recaudación por pequeños y medianos contribuyentes

Tabla N° 7: Impuesto a la renta de tercera categoría

IMPUESTO A LA RENTA DE TERCERA CATEGORÍA - SEGÚN TAMAÑO DE CONTRIBUYENTE, 2000-2016 (Millones de Soles)																							
Concepto	2016												2017						Acumulado al mes de Julio		Var.real % 2017/2016		
	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Oct.	Nov.	Dic.	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	2016	2017	Mes	Acum.
Total	462.3	298.3	310.0	262.0	254.0	259.0	311.4	301.3	298.0	309.0	304.5	324.7	397.7	240.2	218.7	147.4	154.5	164.2	169.5	8,792.0	8,001.1	-10.4	-11.7
Medianos y Pequeños Contribuyentes	462.3	298.3	310.0	262.0	254.0	259.0	311.4	301.3	298.0	309.0	304.5	324.7	397.7	240.2	218.7	147.4	154.5	164.2	169.5	1,845.6	1,322.7	-47.6	-33.0

Fuente : SUNAT

### Contribuyentes inscritos según departamento 2016-17

En este cuadro resaltamos Lima, que es donde nuestra aplicación estará dirigida. El universo de contribuyentes es de 4,343.3 mm (solo se consideran contribuyentes activos)

Tabla N° 8: Contribuyentes según departamento

CONTRIBUYENTES INSCRITOS, SEGÚN DEPARTAMENTO, 1998-2017 (Miles de contribuyentes)																					Variación % Jul.17 Jul.16
Departamento	2016												2017								
	Ene	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.		
<b>Total</b>	<b>7,731.5</b>	<b>7,781.1</b>	<b>7,840.3</b>	<b>7,897.0</b>	<b>7,930.9</b>	<b>7,971.7</b>	<b>8,011.6</b>	<b>8,050.4</b>	<b>8,103.1</b>	<b>8,156.6</b>	<b>8,188.7</b>	<b>8,232.0</b>	<b>8,287.0</b>	<b>8,334.3</b>	<b>8,389.4</b>	<b>8,437.8</b>	<b>8,492.5</b>	<b>8,535.6</b>	<b>8,588.7</b>	<b>7.2</b>	
Amazonas	45.8	46.4	47.1	47.7	48.0	48.3	48.6	48.9	49.3	49.7	49.9	50.2	50.6	51.1	51.5	51.9	52.3	52.7	53.0	9.1	
Ancash	209.7	211.2	212.9	214.4	215.4	216.4	217.5	218.5	219.9	221.4	222.1	223.0	224.5	225.8	227.0	228.8	230.4	231.9	233.6	7.4	
Apurímac	64.6	65.2	66.0	66.5	67.0	67.4	67.8	68.2	68.8	69.3	69.6	70.0	70.4	71.1	71.9	72.4	73.2	73.6	74.6	10.1	
Arequipa	413.0	415.3	418.4	421.2	422.9	425.1	427.2	429.2	431.7	434.7	436.6	439.1	441.6	444.0	446.9	449.5	452.6	454.6	458.1	7.2	
Ayacucho	101.1	102.0	103.0	103.8	104.4	105.1	105.7	106.4	107.1	108.0	108.5	109.1	109.9	110.7	111.7	112.5	113.4	114.0	114.9	8.7	
Cajamarca	179.4	180.8	182.8	184.6	185.5	186.7	187.7	189.0	190.4	192.1	192.7	193.9	195.2	196.7	198.4	200.1	201.8	203.0	204.5	8.9	
Cusco	345.7	348.2	351.0	353.3	354.8	356.5	358.2	359.7	361.8	364.2	365.3	366.6	368.7	370.4	373.1	374.9	377.2	378.6	380.6	6.3	
Huancavelica	46.1	46.7	47.3	47.9	48.3	48.8	49.2	49.5	49.9	50.4	50.7	51.0	51.5	52.1	52.7	53.2	53.8	54.3	54.8	11.3	
Huánuco	121.6	122.8	124.0	125.4	126.0	126.9	127.8	128.5	129.5	130.6	131.2	131.9	132.9	133.9	135.0	136.0	137.1	137.9	138.9	8.7	
Ica	187.6	188.9	190.8	192.6	193.4	194.5	195.5	196.6	197.9	199.5	200.4	201.5	202.9	204.2	205.7	206.9	208.3	209.7	211.5	8.2	
Junín	256.4	258.3	260.8	263.0	264.3	265.9	267.3	268.9	271.2	273.2	274.5	276.0	277.9	279.8	282.1	284.0	285.8	287.9	289.9	8.4	
La Libertad	325.1	327.4	330.2	333.0	334.7	336.8	338.5	340.3	342.9	345.5	347.2	349.2	351.8	354.2	356.3	358.7	361.8	364.4	367.6	8.6	
Lambayeque	238.4	240.1	241.7	243.5	244.4	245.7	247.2	248.7	250.6	252.7	253.9	255.1	256.8	257.8	259.4	261.1	263.1	264.8	266.5	7.8	
<b>Lima</b>	<b>3,954.8</b>	<b>3,975.7</b>	<b>4,001.7</b>	<b>4,027.1</b>	<b>4,042.9</b>	<b>4,061.6</b>	<b>4,079.8</b>	<b>4,096.7</b>	<b>4,121.8</b>	<b>4,144.9</b>	<b>4,160.1</b>	<b>4,181.8</b>	<b>4,208.9</b>	<b>4,230.8</b>	<b>4,256.6</b>	<b>4,277.8</b>	<b>4,302.1</b>	<b>4,321.2</b>	<b>4,343.3</b>	<b>6.5</b>	
Loreto	149.7	150.7	152.2	153.2	153.8	154.5	155.2	155.8	156.9	158.0	158.6	159.3	160.4	161.5	162.6	163.5	164.4	165.2	166.2	7.1	
Madre de Dios	38.1	38.3	38.5	38.9	39.1	39.3	39.5	39.6	39.9	40.2	40.3	40.5	40.7	41.1	41.5	41.8	42.1	42.4	42.8	8.5	
Moquegua	67.6	68.3	68.7	69.0	69.2	69.4	69.7	70.0	70.4	71.0	71.2	71.5	72.1	72.5	72.9	73.2	73.5	73.9	74.2	6.3	
Pasco	47.5	48.0	48.4	48.8	49.1	49.5	49.8	50.1	50.5	50.9	51.0	51.4	51.7	52.0	52.4	52.8	53.2	53.5	54.0	8.3	
Piura	320.2	322.9	325.7	328.5	330.4	332.5	334.5	336.8	339.2	342.0	343.8	345.8	348.1	350.1	352.1	354.6	357.7	360.0	362.5	8.4	
Puno	201.8	203.8	206.0	208.0	208.9	210.3	211.8	213.3	214.8	216.3	217.2	218.6	220.4	221.9	223.6	225.4	226.9	228.3	230.5	8.8	
San Martín	123.3	124.6	125.9	127.1	127.9	128.7	129.6	130.5	131.6	132.9	133.7	134.4	135.7	136.9	138.1	139.3	140.5	141.4	142.4	9.9	
Tacna	125.5	126.1	126.7	127.3	127.6	128.0	128.5	129.0	129.8	130.5	131.3	131.9	132.5	133.2	133.7	134.2	134.5	135.0	135.0	5.0	
Tumbes	59.1	59.4	59.9	60.2	60.6	60.9	61.1	61.4	61.8	62.2	62.6	63.4	63.8	64.0	64.5	64.8	65.2	65.6	66.2	8.3	
Ucayali	109.3	110.0	110.7	111.8	112.4	113.2	113.9	114.7	115.6	116.4	116.8	117.6	118.5	119.2	120.2	120.9	121.7	122.4	123.2	8.1	

Nota: Sólo considera contribuyentes activos.

Fuente : SUNAT



En este sentido, a efectos de conocer el tamaño de nuestro mercado, tenemos que observar a cada uno de estos actores, lo cual pasamos a realizar a continuación :

### **5.3.2 Tamaño de mercado disponible**

Tomando en cuenta lo anteriormente precisado se considera que el tamaño de nuestro mercado puede estar bordeando las 400,000 (cuatrocientos mil personas) que serán nuestros usuarios, mientras que nuestros clientes contadores estarían bordeando los 35,000 (treinta y cinco mil) sólo a nivel de Lima Metropolitana.

### **5.3.3 Tamaño de mercado operativo (target)**

Nuestro mercado operativo para los usuarios (clientes) está dirigido a las personas entre 25 y 60 años que sean contribuyentes activos del impuesto, a los micro y pequeños empresarios que sean que no puedan contar con un contador a tiempo completo. Asimismo, que necesiten una asesoría contable y/o acompañamiento en materia de fiscalización SUNAT. La propuesta de valor que ofrecemos a nuestros clientes (usuarios) es que puedan tener a su disposición un servicio confiable y una red de contadores con experiencia en la cual puedan elegir cuál creen que es su mejor opción para los problemas que tenga. La propuesta de valor para los contadores es que puedan conectarse a una cartera de clientes activa, que antes no la tenían, de este modo poder revalorizarse y trabajar más en sus tiempos libres.

Finalmente, para poder hacer esto posible tenemos nuestra aplicación que será amigable para los dos tipos de usuarios, se visualizará para los clientes (usuarios) el detalle de los contadores en línea, la cercanía de ellos, una breve reseña de su experiencia profesional, fortalezas y logros. Y para los contadores, podrán conectarse con los clientes con las solicitudes que a estos les lleguen por parte de los usuarios. Deberán estar conectados, confirmar la aceptación y asumir el trabajo de los clientes.

### **5.3.4 Potencial de Crecimiento del Mercado**

Esta idea de negocios plantea la innovación de poder brindar soporte a las personas que necesitan los servicios contables a un precio accesible. Al no tener una competencia directa en esta modalidad, el potencial de crecimiento es alto. Uno de los problemas actuales que preocupan a nuestros dos tipos de usuarios es que el usuario cliente no puede encontrar un

contador de confianza fácilmente, además del alto precio que este pueda cobrarle. Y el usuario contador, tiene la necesidad de poder maximizar sus ingresos, y lamentablemente la falta de una cartera de clientes le impide poder utilizar su tiempo libre para generar nuevos ingresos dentro de su profesión.

## **5.4 Desarrollo y estrategia del marketing mix**

### **5.4.1 Estrategia de producto**

Nuestro producto es una aplicación el cual facilitará la unión de personas que buscan servicios contables con profesionales dedicados a ejercer labores contables, el problema que se encontró es que para muchos usuarios es difícil de encontrar un contador de confianza, es por ello que utilizaremos las siguientes estrategias de producto:

- Implantar el producto con pocos pasos para poder realizar el contacto con el usuario.
- Nuestros socios que serán los contadores tendrán facilidad y alertas de los usuarios que demanden los servicios y estén cerca de él.
- Se tendrá lista en donde los contadores y los usuarios tendrán antes de elegir un servicio.
- Planeamos realizar la intersección entre usuarios y socios contadores mediante los GPS móviles que mantienen los celulares.
- Reducir los tiempos para contactar con un contador cercano y disponible.
- Ofrecer servicios de bajos costos, teniendo una matriz de precios aproximados, con ello los usuarios sabrán los costes y además sabrán el detalle de cada contador, de igual manera los contadores sabrán un poco más de sus clientes ya que mediante utilizan la aplicación obtendrán una cartera de clientes.

#### **Diseño del producto**

Aplicación amigable de fácil uso para los usuarios y para los contadores, el cual los usuarios se podrán registrar en 3 pasos, y con ello podrán revisar el perfil de nuestros socios contadores cercanos para poder escoger entre cual podrá satisfacer sus necesidades, la aplicación no ocupará demasiado espacio en el móvil, tendrá un diseño de un GPS el cual ayudará en la ubicación.

De igual forma los contadores tendrán la opción de tener un registro de sus actividades y servicios que han realizado, el cual estará familiarizado y realizarán las primeras interacciones.

A continuación, detallaremos los servicios que se brindará a los clientes usuarios:

- Liquidación mensual de impuestos por pagar a la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT): Impuesto a la Renta, Impuesto General a las Ventas.
- Declaración Jurada anual de Impuesto a la Renta.
- Asesoría para presentarse ante auditores SUNAT
- Acompañamiento para presentarse ante auditores SUNAT
- Asesoría en establecer procedimientos de registro contable.
- Planeamiento del cierre contable y emisión de Estados Financieros para las micro y pequeños empresarios que deseen adquirir créditos en el sistema financiero o para lo que considere conveniente.
- Apoyo en solicitudes de fraccionamiento SUNAT.
- Coordinación con los jefes de la micro y pequeña empresa (El Cliente) todo lo relacionado al área contable
- Trámites para solicitar devolución de pagos de impuestos.
- Impresión de Libros – La impresión de libros de contabilidad con efectos tributarios, siempre que el sistema o módulo de contabilidad permita la emisión de los libros de manera automática. El software puede ser de posesión del cliente o del usuario (contador)

#### **5.4.2 Estrategia de Precios**

Nuestro servicio de contadores por medio de una aplicación tendrá un precio diferenciado ya que se tendrá una lista de tarifas aproximadas, de los cuales el usuario podrá registrarse de manera gratuita y poder navegar sin compromiso por nuestra aplicación así poder obtener una unión con nuestros socios profesionales que están en busca de poder brindar sus servicios:

Nuestra empresa está dirigida a personas que deseen realizar alguna consulta/ transacción contable con SUNAT o su negocio, por ejemplo:

Problemas con SUNAT a la hora de tributar.

No sé hacer un pdt, me llego una notificación, dichas preguntas que los usuarios tienen

#### **5.4.3. Estrategia Comunicacional**

Nuestra principal fuerza de comunicación será a través de charlas en entidades que trabajen con el sector microempresa y/o personas naturales con negocio como por ejemplo “Mi Banco,

Financiera Compartamos, Confianza, etc. Específicamente nos dirigiremos a los asesores de dichas entidades con el fin de otorgarles todas las facilidades de información relevante al uso de nuestro aplicativo y además los beneficios que este ofrece para que a su vez se los transmitan a sus clientes; por otro lado, brindaremos también charlas informativas en los eventos que el estado realice para nuestro público objetivo donde captamos nuestros clientes potenciales y aprovecharemos la cercanía para responder cualquier duda al respecto al aplicativo.

Se realizará el análisis de la información con el fin de conocer el nivel de registros que se captarán por estos medios mensualmente. A su vez, visitaremos el colegio de contadores públicos para brindar la información general de nuestro servicio. Por último, utilizaremos a través del aplicativo un programa de referidos el cual tendrá como objetivo aumentar la cantidad de clientes a través de la red de contactos, este funcionara cuando un cliente se registre y obtenga un código de referencia el cual lo podrá otorgar a cualquier contacto y tanto nuestro actual cliente como el cliente potencial tendrán un 5% de descuento en el siguiente servicio, este se activará cuando el cliente potencial realice su primer servicio.

La aplicación Contapp Tendrá su página web y redes sociales como Facebook y LinkedIn donde se podrá obtener información detallada.

#### **5.4.4. Estrategia de Distribución**

Realizaremos una “Distribución Intensiva” tratando de vender nuestro servicio en todos los puntos de ventas apropiados. Uno de los canales de nuestro servicio será a través de una página web la cual contará con la información necesaria para un óptimo resultado. Además de contar con anuncios en redes sociales, con un fan Page. Cabe aclarar que el servicio ofrecido no es respondido directamente por nosotros, razón por la cual se podría considerar que somos un “Canal Indirecto” ya que obtenemos dicho servicio a través de nuestros contadores especialistas.

### **5.5 Plan de Ventas y Proyección de la Demanda**

En el plan de ventas y proyección de la demanda se obtuvo una regresión lineal positiva ya que conforme pasan los años los contribuyentes van aumentando eso genera un crecimiento de nuestro mercado, se obtuvo la data de los archivos confiables del INEI y de la SUNAT.

Siendo la parte sombreada el año que reemplazamos la fórmula con un nivel de confianza del 99%.

Tabla N° 9: Demanda horizonte de 5 años

	Periodo		Demanda En miles				
2016	Enero	1	3954.8	2018	enero	25	4468.1
	Febrero	2	3975.7		febrero	26	4489.5
	Marzo	3	4001.7		marzo	27	4510.9
	Abril	4	4027.1		abril	28	4532.3
	Mayo	5	4042.9		mayo	29	4553.8
	Junio	6	4061.6		junio	30	4575.2
	Julio	7	4079.8		julio	31	4596.6
	Agosto	8	4096.7		agosto	32	4618.0
	Septiembre	9	4121.8		septiembre	33	4639.4
	Octubre	10	4144.9		octubre	34	4660.8
	Noviembre	11	4160.1		noviembre	35	4682.3
	Diciembre	12	4181.8		diciembre	36	4703.7
2017	Enero	13	4208.9	2019	enero	37	4725.1
	Febrero	14	4230.8		febrero	38	4746.5
	Marzo	15	4256.6		marzo	39	4767.9
	Abril	16	4277.8		abril	40	4789.4
	mayo	17	4302.1		mayo	41	4810.8
	junio	18	4321.2		junio	42	4832.2
	julio	19	4343.3		julio	43	4853.6
	agosto	20	4361.0		agosto	44	4875.0
	septiembre	21	4382.4		septiembre	45	4896.5
	octubre	22	4403.8		octubre	46	4917.9
	noviembre	23	4425.2		noviembre	47	4939.3
	diciembre	24	4446.7		diciembre	48	4960.7
				2020	enero	49	4982.1
					febrero	50	5003.6
					marzo	51	5025.0
					abril	52	5046.4
					mayo	53	5067.8
					junio	54	5089.2
					julio	55	5110.6
					agosto	56	5132.1
					septiembre	57	5153.5
					octubre	58	5174.9
					noviembre	59	5196.3
					diciembre	60	5217.7

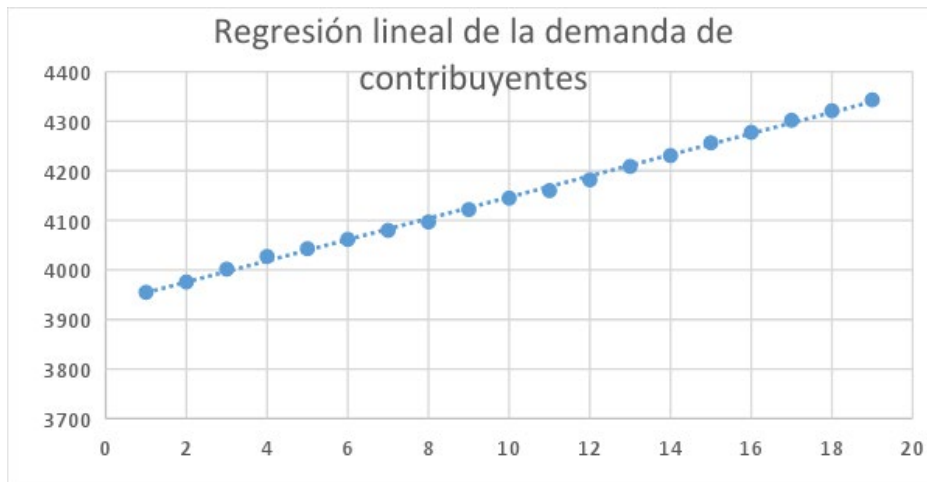
Fuente : Elaboración Propia

Tabla N° 10: Proyección de la demanda

	junio	18	4321.2	tienen celular	tienen internet	navegan en su celular	objetivos	contapp	por miles	1000		
	julio	19	4343.3	88%	3839.48	39.50%	1517	29.6%	448.912	2%	8.978	8978
	agosto	20	4361.0	88%	3855.11	39.50%	1523	29.6%	450.739	2%	9.015	9015
	septiembre	21	4382.4	88%	3874.04	39.50%	1530	29.6%	452.953	2%	9.059	9059
	octubre	22	4403.8	88%	3892.98	39.50%	1538	29.6%	455.167	2%	9.103	9103
	noviembre	23	4425.2	88%	3911.91	39.50%	1545	29.6%	457.380	2%	9.148	9148
	diciembre	24	4446.7	88%	3930.84	39.50%	1553	29.6%	459.594	2%	9.192	9192
2018	enero	25	4468.1	88%	3949.78	39.50%	1560	29.6%	461.808	2%	9.236	9236
	febrero	26	4489.5	88%	3968.71	39.50%	1568	29.6%	464.022	2%	9.280	9280
	marzo	27	4510.9	88%	3987.65	39.50%	1575	29.6%	466.236	2%	9.325	9325
	abril	28	4532.3	88%	4006.58	39.50%	1583	29.6%	468.450	2%	9.369	9369
	mayo	29	4553.8	88%	4025.52	39.50%	1590	29.6%	470.663	2%	9.413	9413
	junio	30	4575.2	88%	4044.45	39.50%	1598	29.6%	472.877	2%	9.458	9458
	julio	31	4596.6	88%	4063.38	39.50%	1605	29.6%	475.091	2%	9.502	9502
	agosto	32	4618.0	88%	4082.32	39.50%	1613	29.6%	477.305	2%	9.546	9546
	septiembre	33	4639.4	88%	4101.25	39.50%	1620	29.6%	479.519	2%	9.590	9590
	octubre	34	4660.8	88%	4120.19	39.50%	1627	29.6%	481.732	2%	9.635	9635
	noviembre	35	4682.3	88%	4139.12	39.50%	1635	29.6%	483.946	2%	9.679	9679
	diciembre	36	4703.7	88%	4158.06	39.50%	1642	29.6%	486.160	2%	9.723	9723
2019	enero	37	4725.1	88%	4176.99	39.50%	1650	29.6%	488.374	3%	14.651	14651
	febrero	38	4746.5	88%	4195.93	39.50%	1657	29.6%	490.588	3%	14.718	14718
	marzo	39	4767.9	88%	4214.86	39.50%	1665	29.6%	492.801	3%	14.784	14784
	abril	40	4789.4	88%	4233.79	39.50%	1672	29.6%	495.015	3%	14.850	14850
	mayo	41	4810.8	88%	4252.73	39.50%	1680	29.6%	497.229	3%	14.917	14917
	junio	42	4832.2	88%	4271.66	39.50%	1687	29.6%	499.443	3%	14.983	14983
	julio	43	4853.6	88%	4290.60	39.50%	1695	29.6%	501.657	3%	15.050	15050
	agosto	44	4875.0	88%	4309.53	39.50%	1702	29.6%	503.870	3%	15.116	15116
	septiembre	45	4896.5	88%	4328.47	39.50%	1710	29.6%	506.084	3%	15.183	15183
	octubre	46	4917.9	88%	4347.40	39.50%	1717	29.6%	508.298	3%	15.249	15249
	noviembre	47	4939.3	88%	4366.34	39.50%	1725	29.6%	510.512	3%	15.315	15315
	diciembre	48	4960.7	88%	4385.27	39.50%	1732	29.6%	512.726	3%	15.382	15382
2020	enero	49	4982.1	88%	4404.20	39.50%	1740	29.6%	514.940	4%	20.598	20598
	febrero	50	5003.6	88%	4423.14	39.50%	1747	29.6%	517.153	4%	20.686	20686
	marzo	51	5025.0	88%	4442.07	39.50%	1755	29.6%	519.367	4%	20.775	20775
	abril	52	5046.4	88%	4461.01	39.50%	1762	29.6%	521.581	4%	20.863	20863
	mayo	53	5067.8	88%	4479.94	39.50%	1770	29.6%	523.795	4%	20.952	20952
	junio	54	5089.2	88%	4498.88	39.50%	1777	29.6%	526.009	4%	21.040	21040
	julio	55	5110.6	88%	4517.81	39.50%	1785	29.6%	528.222	4%	21.129	21129
	agosto	56	5132.1	88%	4536.74	39.50%	1792	29.6%	530.436	4%	21.217	21217
	septiembre	57	5153.5	88%	4555.68	39.50%	1799	29.6%	532.650	4%	21.306	21306
	octubre	58	5174.9	88%	4574.61	39.50%	1807	29.6%	534.864	4%	21.395	21395
	noviembre	59	5196.3	88%	4593.55	39.50%	1814	29.6%	537.078	4%	21.483	21483
	diciembre	60	5217.7	88%	4612.48	39.50%	1822	29.6%	539.291	4%	21.572	21572

Fuente : Elaboración Propia

Fig. N° 8: Regresion Lineal de la demanda de contribuyentes



Fuente : Elaboración Propia

## 5.6 Presupuesto de Marketing

En el presupuesto de Marketing, hemos establecido para las mejores alternativas para poder difundir nuestra aplicación a través de las personas y nuestros mercados objetivos. Esta información está basada en una consultoría realizada por la empresa Digital Business Perú S.A.C., en que obtuvimos las referencias de los precios. Este startup, está creada para llegar a los contadores y clientes usuarios. Para llegar a los contadores hemos establecido, anuncios en revista de contabilidad, membresías, relacionados a temas contables.

Asimismo, para llegar a los usuarios clientes, hemos establecido hacer publicidad en Facebook, YouTube y activaciones en lugares donde hay mayor número de micros y pequeños empresarios

Tabla N° 11: Presupuesto de Marketing

**Presupuesto en Marketing RED ContApp**

Presupuesto de Marketing																
Categorías	Presupuesto Total	Gastado hasta Hoy	Presupuesto Restante	%Restante	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
GoogleAdwards	1,800	0	1,800	100%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PlayStore	1,800	0	1,800	100%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Publicidad en Revistas	4,200	0	4,200	100%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos de Representacion	2,500	0	2,500	100%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Publicidad en facebook y youtube	2,500	0	2,500	100%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Conferencias magistrales	4,600	0	4,600	100%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Eventos y activaciones	5,000	0	5,000	100%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gasto en Agencia de Publicidad	9,200	0	9,200	100%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
E-mailing	3,200	0	3,200	100%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Membresias en revistas contables	1,200	0	1,200	100%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>36,000</b>	<b>0</b>	<b>36,000</b>	<b>100%</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
			<b>Gasto Acumulado</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Fuente : Elaboración Propia



## 6. Plan de Operaciones

### 6.1 Políticas Operacionales

#### 6.1.1 Calidad

Nosotros somos una empresa de prestación de servicios que tiene como compromiso de calidad y seguridad de trabajar como intermediarios entre los contadores y usuarios de servicios contables.

La calidad se transmite mediante las operaciones que se tenga, entre el cliente usuario y el trato con el contador. En estas dos situaciones debe existir el cumplimiento de estas etapas la cual describiremos a continuación.

##### Fase 1: Registro:

El contador y el cliente usuario deberán entrar a la pantalla para empezar su registro, el cual será de una forma muy sencilla y simple, dicho proceso debe realizarse mediante el celular o computadora con dispositivo que tenga acceso a internet.

##### Fase 2 Proceso de operación-

En esta etapa se buscará la satisfacción de los usuarios registrados que buscarán a su respectivo contador con la finalidad de obtener una consulta con él contador; en paralelo, los contadores tendrán que presionar el botón de disponibilidad para que puedan ser tomados en cuenta por dichos usuarios así poder generar una cartera de clientes y ganar por el trabajo realizado.

Se tiene que cumplir con todos los requerimientos que se necesitan ya que nuestro personal está capacitado para absolver dudas y consultas de los diferentes tipos de usuarios y contadores así poder lograr empatía en cada uno de estos casos, dando una correcta calidad de atención en cada transacción realizada.

En conclusión, estamos comprometidos en una mejora continua de nuestro servicio, siendo renovada según los procedimientos de la empresa, así como también la manera de navegar en la aplicación de forma amigable y sencilla

### **6.1.2 Procesos**

Nuestro proceso de atención puede resumirse de esta forma.

1. Los usuarios de nuestra aplicación realizan su respectivo registro, así como también los contadores ingresando sus datos personales.
2. Los usuarios podrán escoger al contador de su preferencia y luego elegir los ítems a su consulta correspondiente; por otro lado, el contador indicará la disponibilidad de la zona y de sus horarios.
3. Una vez realizado el paso 2, nuestra central obtendrá el código de reserva ya que según eso nosotros podremos realizar la solicitud de pedido y cita para que el usuario sea contactado con el contador.

El contador deberá aceptar dicha propuesta por el usuario y dar continuar así su cita se ingresará en su agenda que tendrá el contador.

4. Se realiza el servicio que puede ser de forma presencial o virtual mediante una videollamada, depende la implicancia del servicio, nuestro equipo se encargará mediante un correo si el servicio recibido resolvió sus dudas.
5. El cobro de la consulta se aplica al finalizar el servicio realizado por el contador.
6. Se procederá a la retroalimentación por parte del usuario y el contador, se otorgará calificaciones de acuerdo con la atención recibida.

Con el proceso desarrollado, tendremos en cuenta que cada atención deberá ser atendida por el área de soporte así poder ofrecer una mejor confianza a nuestra aplicación que sirve como intermediario, así poder lograr mayor rapidez en las consultas de los usuarios y que no logren perder su tiempo buscando un contador, nosotros se lo damos.

### **6.1.3 Planificación**

Nuestra planificación se compone de la siguiente manera:

1. Ya recibida la solicitud de consulta, debemos de abrir la lista de los contadores habilitados, máximo el usuario deberá tener la cita o la consulta con el contador seleccionado. en 5 minutos. Lo que significa el código de reserva se debe de tener y hacer seguimiento.
2. Nuestros colaboradores tendrán asignados el código de reserva y serán los responsables de que dicha reserva se convierta en transacción
3. El colaborador responsable revisa si la consulta será de manera virtual o presencial, con ello si es virtual se redirige al usuario y al cliente en una videollamada. Si se requiere en presencia, se detalla en la agenda del contador y usuario, el cual nuestro colaborador será quien apoye en que dicha cita se concrete, así poder tener la ayuda correspondiente en el menor tiempo.
4. En caso no se concrete la cita o el código de reserva no se haya activado en transacción nuestra aplicación será la encargada de indicar el motivo, nuestro colaborador al finalizar el mes realiza un balance del porqué la reserva no se concretó en transacción. Si el contador rechaza el pedido debemos enviar a un nuevo contador disponible para atender al usuario.
5. Si el usuario tuviera una consulta que no puede ser resuelta por nuestros contadores, se tendrá que reportar a nuestros colaboradores responsables, con ello la respuesta a su caso será resuelta máxima en dos días hábiles.

#### **6.1.4 Inventarios**

El giro del negocio es de servicio por lo que no comercializamos mercadería sino intangibles, por lo que los inventarios serán los suministros de oficinas, implementos similares.

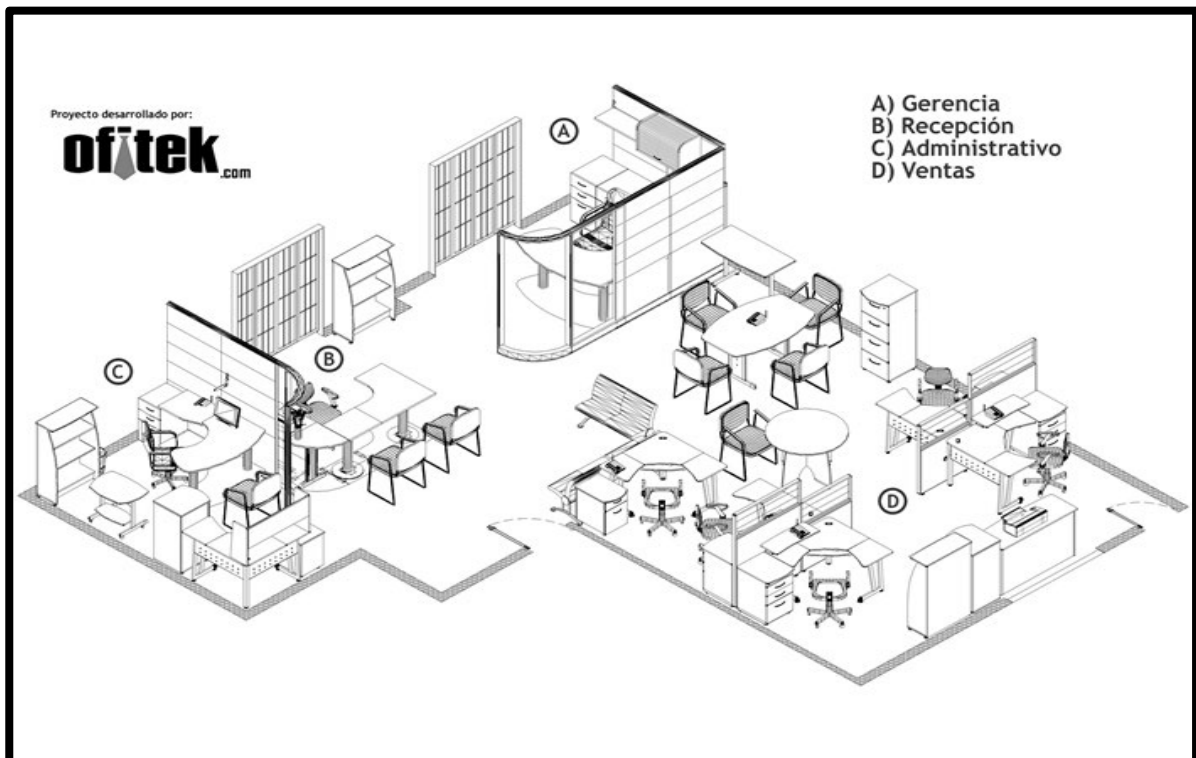
Por lo que sí tendríamos una fuerte inversión en activos fijos como computadores, servidores de red, y equipos de soporte en la nube que salvaguarden la información y creen una mejor fluidez de la aplicación

## 6.2 DISEÑO DE INSTALACIÓN

La estructura se detalla en colaboradores expertos en sistemas, tendremos las siguientes zonas:

- Área de Gerencia
- Área de recepción
- Área administrativa, sistemas.
- Área de ventas.

Fig. N° 9: Instalaciones



Fuente : OFITEK

### 6.2.1 LOCALIZACIÓN DE LAS INSTALACIONES

Nuestra empresa contará con una oficina en la zona norte, el cual contaremos en la ubicación de Los Olivos. El local será de 100 m<sup>2</sup> y el costo del alquiler es de s/ 2,800 mensuales.

## **6.2.2 CAPACIDAD DE LAS INSTALACIONES**

La capacidad de la instalación de la oficina es de 100 mts, y se tendrá con lo requerido por la municipalidad el cual tendrá un aforo de 7 personas. Asimismo, contaremos con los siguientes materiales:

07 Computadoras

01 Impresora multifuncional

1 Teléfono fijo, internet.

7 Escritorios con sus respectivas sillas

1 Mesa para sala de reuniones con 4 sillas

01 Extintor

01 Servidor

## **6.2.3 DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES**

RedContApp contará con una oficina que tendrá 4 ambientes donde se ubicará lo siguiente:

- Oficina de espera
- Oficina de Gerencia
- Oficina Administración
- Oficina de Ventas.

Adicionalmente se tendrá una sala de reuniones donde se coordinará con cada miembro de trabajo las proyecciones del mes.

## **6.3 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL SERVICIO**

La aplicación estará disponible para plataforma IOS y Android, de este modo puede ser utilizado desde cualquier celular. Asimismo, funcionará para utilizarlo en las computadoras desde la página web.

La aplicación para los Socios de Red ContApp será muy ligera y amigable para el correcto entendimiento y funcionamiento.

La elaboración de la página web y la aplicación será de S/18,000

## Características Generales

- Plataforma Español latino de accesibilidad múltiple: Multiplataforma PC, Smartphones.
- Área exclusiva para los socios contadores, en donde podrán actualizar su CV, y logros profesionales
- Buscador de soluciones personalizadas
- Buscador de productos adaptado a las necesidades del usuario.
- Integración de la App con Redes Sociales - Facebook, LinkedIn, Twitter, Google Plus.
- Integración con Google Maps
- Integración con Google Analytics
- Integración con Plataforma de Pago Visa, MasterCard.

Fig. N° 10: Acceso página web

**Confianza, profesionalismo, rapidez, asesoría, innovación.**

Red ContApp es la mejor forma de poder encontrar asesoría contable en una plataforma virtual. Si tienes un negocio o eres un profesional que tributa a la SUNAT, regístrate para mayor información.

**Esto puedes encontrar en Red ContApp:**

- La Sunat no tenga observaciones cuando realiza una auditoría.
- Contadores confiables las 24 horas del día, cercanos al lugar de tu ubicación.
- Asesoría para poder mejorar la contabilidad tu negocio y/o finanzas personales de la manera más fácil y ágil.

¿Quieres ser parte de tu crecimiento?  
Regístrate de Red ContAPP:

Síguenos en Facebook dando [click aquí](#)



Fuente : Elaboración Propia

La opción de pago brindará múltiples opciones

Fig. N° 11: Formas de pago

The image shows a payment summary and a credit card selection interface. The summary includes the following details:

- Resumen del pago**
- Concepto: Comfenalco Antioquia - Crédito
- Referencia: 203504
- Nombre: claudia monsálve
- E-mail: yamileazul@yahoo.com
- Total a pagar: COP 100,000.00

Below the summary is the section **Información para el pago**, which features a rounded rectangle containing the text "Tarjeta de crédito" and four credit card logos: VISA, MasterCard, AMERICAN EXPRESS, and Diners Club INTERNATIONAL. Below these logos are two buttons: "Proceder con el pago" and "Cancelar".

At the bottom of the interface, there are logos for "E.G.M. INGENIERIA SIN FRONTERAS" (with a stylized orange and yellow logo), "VERIFIED BY GeoTrust EGM INGENIE..." (with a "CLICK 21.02.12 18:57 UTC" timestamp), and "Powered by Place to Pay".

Fuente : Elaboración Propia

### Especificaciones técnicas del servicio

- Planeamiento del cierre contable mensual y emisión de Estados Financieros.
- Considerando que el Cliente usuario cuenta con una estructura administrativa que desempeñará sus labores de acuerdo con procedimientos y políticas propias, nuestros socios contadores se adecuarán a las políticas y procedimientos ya establecidos coordinando la optimización en los casos que correspondan.
- Liquidación mensual de impuestos por pagar a la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT): Impuesto a la Renta, Impuesto General a las Ventas.
- Declaración Jurada anual de Impuesto a la Renta.
- Atención a Auditores SUNAT ante eventuales fiscalizaciones.
- Establecer procedimientos de registro contable.
- Impresión de Libros de contabilidad con efectos tributarios, siempre que el sistema o módulo de contabilidad permita la emisión de los libros

## 6.4.5 Mapa de Proceso

Fig. N° 12: Mapa de procesos

### Estratégicos



- Velar por la estrategia para conseguir la meta anual.
- Dirección gerencial

- Manejo de referencias con nuestros proveedores de software.
- Manejo de los contadores asociados.
- Mejora continua a los cambios.

- Coordinación de contadores y usuarios del servicio.
- Programadores de la aplicación.
- Verificar datos de usuarios y contadores

- Controlar los gastos trimestralmente.
- Pago de proveedores
- Pago de convenios.

### Operativos



### Soporte



Fuente : Elaboración Propia



## 6.4.6 DIAGRAMA PERT

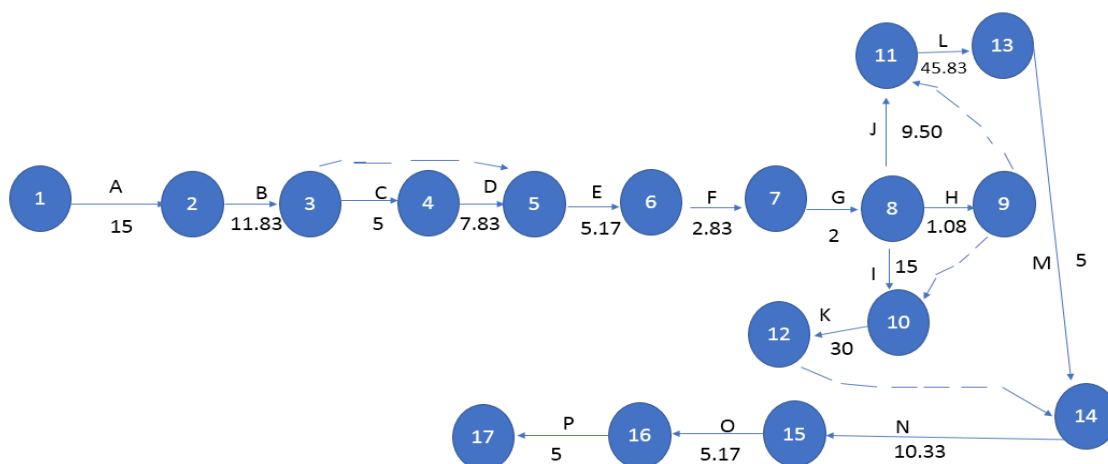
### DIAGRAMA PERT DE IMPLEMENTACIÓN DE RED CONTAPP

Tabla N° 12: Cuadro de Actividades

ID	Actividades	Precedentes	Tiempo optimista	Tiempo probable	Tiempo pesimista	Tiempo esperado	
A	REDCONTAPP se encargará del proceso de evaluación para la inscripción y registro de los posibles socios contadores	n/a	10	15	20	15.00	minutos
B	Se aprueban los contadores que cumplan con los requisitos de calidad y políticas estipuladas para el servicio.	A	8	12	15	11.83	minutos
C	Se registra sus datos en la base para tener un control y seguimiento al momento de brindar el servicio	B	3	5	7	5.00	minutos
D	El cliente ingresa a la aplicación móvil y realizar su búsqueda del servicio a tomar .	B-C	5	8	10	7.83	minutos
E	EL cliente registra sus datos personales en la aplicación.	D	3	5	8	5.17	minutos
F	EL cliente selecciona el servicio adecuado y al contador de su preferencia para que agende una cita y ver la disponibilidad	E	1	3	4	2.83	minutos
G	Red contapp le asigna un código de reserva para tener el contacto con el contador	F	1	2	3	2.00	minutos
H	Cliente escoge método de pago por el servicio	G	0.5	1	2	1.08	minutos
I	Cliente desea consulta express (vía videollamada)	G-H	10	15	20	15.00	minutos
J	Cliente desea consulta a domicilio (cliente se agenda en lista de contador)	G-H	5	10	12	9.50	minutos
K	Contador realiza el servicio virtualmente de manera satisfactoria	I	20	30	40	30.00	minutos
L	Contador va al domicilio realiza la consulta.	J	35	45	60	45.83	minutos
M	EL contador notificará que servicio fue concluido satisfactoriamente	K-L	2	5	8	5.00	minutos
N	Cliente realiza el pago en efectivo o por tarjeta de crédito correspondiente al servicio tomado	M	8	10	14	10.33	minutos
O	Red Contapp recibe , valida y confirma el pago del cliente mediante una notificación vía mail y al contador se le abonara todos los martes	N	3	5	8	5.17	minutos
P	Al finalizar la transacción por parte del contador y el cliente, empieza el proceso de calificación de atención así poder analizar y evaluar el servicio	O	3	5	7	5.00	minutos

Fuente : Elaboración Propia

Fig. N° 13: Diagrama de PERT



Fuente : Elaboración Propia

## **6.5 Planeamiento de la Producción**

### **6.5.1 Gestión de Compras y Stock**

Red ContApp, al ser una aplicación que funciona en una plataforma digital, tenemos que trabajar con proveedores digitales entre los que se encuentran, Google, Facebook, YouTube, proveedores de mapas, Internet de fibra óptica, centrales telefónicas, Mac's, licencias de programas de diseños que nos permita estar actualizando de manera amigable la aplicación y la plataforma. Además, contratar el servicio de soporte de aplicaciones con terceros, útiles de escritorio, equipo mobiliario para nuestros colaboradores.

### **6.5.2 Gestión de la calidad**

Red ContApp, se basará en el principio en 8 principios de gestión de la Calidad:

- **Enfoque al cliente:** En Red ContApp dependemos de nuestros clientes, por lo tanto, debemos comprender sus necesidades actuales y futuras, cumpliendo los requisitos de los ellos. Además, esforzarse en llenar a las expectativas de los empleados. Como empresa en continuo desarrollo entendemos que las necesidades de nuestros clientes no son estáticas, sino dinámica por lo que van cambiando al pasar del tiempo. También, las necesidades de nuestros clientes son cada vez más exigentes y pueden estar a la vanguardia de los cambios contables y tributarios, para lo que con nuestra solución puedan profundizar sus soluciones o confirmarlas. Red ContApp tiene el compromiso, de renovarse cada día a fin de poder brindar diversos tipos de soluciones e implementar nuevas.
- **Liderazgo:** Establecer una unidad de equipo desde la parte más alta de la empresa para orientar los resultados y metas de Red ContApp. El liderazgo de las cabezas será fundamental para que se sostenga el grupo de trabajo
- **Participación del personal:** Los colaboradores de la empresa son pieza y los socios contadores son piezas fundamentales para el desarrollo, ya que su compromiso hará que sus habilidades sean utilizadas para el beneficio de la empresa. Asimismo, se dispondrá

de un plan de incentivos y reconocimientos, para así afianzar el compromiso de nuestros colaboradores y socios contadores.

- Enfoque basado en procesos: Red ContApp será una empresa basada en procesos que de esta manera creará valor en los clientes. Los objetivos deseados se consiguen más eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso.
- Mejora continua: El desempeño general de Red ContApp se basará en la mejora continua de procesos, para ello se debe planificar, hacer, verificar y actuar.
- Enfoque basado en hechos para la toma de decisión: Las decisiones se tomarán en base al análisis de los resultados, se tendrán comités en los que se pueda hacer seguimiento a los puntos débiles y poder reforzarlos. De tal manera de poder tener controlado todas las áreas y procesos de Red ContApp.
- Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor: Buscaremos crear una buena relación con nuestros proveedores para generar valor. Buscaremos crear alianzas con los proveedores más importantes, y con las entidades del Estado que buscan la formalización de muchos pequeños y microempresarios. Nuestro sistema de gestión de calidad es una decisión estratégica que toman los directivos de Red ContApp

### **6.5.3 Gestión de los proveedores**

#### **Diseño**

Nuestro principal socio de negocio es Perú Apps Consultoría Digital, quien es líder en dar soporte a las principales Startups peruanas. En ese sentido, tenemos asegurado el soporte de la plataforma, ya que con un diseño amigable e inteligente poder captar a clientes usuarios.

#### **Publicidad Digital**

El objetivo es tener mayor alcance y captar más clientes de manera progresiva, en ese sentido nuestros socios de negocios más importantes son Google AdWords, Facebook, YouTube y LinkedIn, la difusión digital es nuestra característica más importante por lo que se requiere que los usuarios siempre vean que se puede confiar en esta App.

#### **Posicionamiento**

Trabajar con Google, para que los motores de búsqueda nos encuentren las personas que nos puedan necesitar o requieran este tipo de servicios. Asimismo, es importante señalar que siempre debemos estar en constante publicidad y boca a boca para que nos recomiende el público.

### **Diseñadores y programadores WEB**

Red ContApp también deberá contar con colaboradores internos que nos puedan brindar soporte a la App, independientemente de los que Perú Apps Consultora nos pueda brindar, para ello requerimos con los siguientes perfiles

- Solucionar problemas de diseño en sus diferentes áreas de aplicación a través de la elaboración de propuestas que respondan a las necesidades del cliente y a los requerimientos del mercado.
- Crear sistemas de identidad corporativa, piezas publicitarias, diseño de packaging, páginas Web, para la organización
- Estar al día con las nuevas tecnologías y tendencias web.
- Debe saber escuchar e interpretar el briefing y objetivos de la organización, para poder expresar el mensaje que quiere transmitir al usuario final del servicio. Además, debe ser creativo, organizado y poseer capacidad de resolución de problemas para ajustarse a las demandas.
- Dominio de Photoshop (Opcionalmente de Corel Draw y Fireworks)
- Dominio de Flash, conocimientos en HTML y CSS
- Ser capaz de planificar y organizar su trabajo.
- Mostrar habilidades comunicativas y capacidad de trabajar en equipo.

### **Soporte de publicidad digital.**

Trabajaremos con la empresa Digital Business Perú S.A.C. - Liquid, quienes tienen la labor de hacer que nuestra inversión genere resultados tangibles, en el corto plazo. En esta etapa se generan reportes de experiencias al usuario que permiten evaluar fácilmente los resultados de la campaña digital, así como la evolución de alcance de nuestros landing page, según nuestros consultores nos harán saber quincenalmente la evolución de Red ContApp en nuestro mercado objetivo.

## 6.6 Inversión en activos fijos vinculados al proceso productivo.

Para Red ContApp el proceso de producción es importante, es por ello por lo que se deberá contar con los siguientes activos fijos:

Tabla N° 13: Muebles

Muebles	Cantidad	Valor unitario	Total	Años	Depreciación anual
Escritorio	7	650	S/. 4,550.00	5	S/. 910.00
Silla (trabajadores)	7	200	S/. 1,400.00	5	S/. 280.00
Silla (visitantes)	12	100	S/. 1,200.00	5	S/. 240.00
Archivadores	10	150	S/. 1,500.00	5	S/. 300.00
Rack (Servidor)	1	400	S/. 400.00	5	S/. 80.00
Sofá para visitas	3	600	S/. 1,800.00	5	S/. 360.00
Cajoneras	4	300	S/. 1,200.00	5	S/. 240.00
Tachos de basura	8	15	S/. 120.00	5	S/. 24.00
Mesas de reuniones	2	350	S/. 700.00	5	S/. 140.00
<b>Total</b>			<b>S/. 12,870.00</b>		<b>S/. 2,574.00</b>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N° 14: Equipos de Computo

Equipos de computo	Cantidad	Valor unitario	Total	Años	Depreciación anual
MAC's	3	5,500	S/. 16,500.00	5	S/. 3,300.00
HP Desktop	4	1,900	S/. 7,600.00	5	S/. 1,520.00
Servidor	1	12,000	S/. 12,000.00	5	S/. 2,400.00
Impresora Konica	1	3,500	S/. 3,500.00	5	S/. 700.00
Proyector	1	1,000	S/. 1,000.00	5	S/. 200.00
Ecran	1	800	S/. 800.00	5	S/. 160.00
<b>Total</b>			<b>S/. 41,400.00</b>		<b>S/. 8,280.00</b>

Fuente: Elaboración Propia

## 6.7 Estructura de Costos de Producción y Gastos operativos

### COSTOS DE PRODUCCIÓN

Hemos considerado que el alquiler de nuestra oficina será de S/ 2,800 soles por el alquiler en el distrito de Los Olivos de 100 m2 el que será utilizado como centro de operaciones. La planilla considera 3 posiciones operativas para realizar la gerencia administrativa, ventas, UX y sistemas, y el personal de back office. Los salarios se encuentran detallados en el cuadro a continuación de planilla, asimismo, le siguen los cuadros con el detalle de los gastos operativos mensuales y anuales.

Tabla N° 15: Gastos Preoperativos

Gastos preoperativos	
Descripcion	Importe
Constitucion de empresa	4,500.00
Arreglos oficina	3,500.00
Licencia de Func. Y Def. Civil	850.00
Impresiones de Logo	150.00
Garantía y adelanto	5,600.00
	<u>14,600.00</u>

Fuente : Elaboración Propia

### GASTOS OPERATIVOS

Tabla N° 16: Planilla

Puesto	Cantidad	Sueldo mensual	Sueldo bruto anual	AFP	Essalud	Total Anual
Gte de Ventas	1	3,000.00	36,000.00	4,680.00	3,240.00	43,920.00
Gte de Adm	1	3,000.00	36,000.00	4,680.00	3,240.00	43,920.00
Gte UX	1	3,000.00	36,000.00	4,680.00	3,240.00	43,920.00
Back Office	4	1,200.00	57,600.00	7,488.00	5,184.00	70,272.00
	7	10,200.00	165,600.00	21,528.00	14,904.00	202,032.00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N° 17: Gastos Administrativos

Gastos administrativos		
Descripcion	Importe mensual	Importe Anual
Alquiler de oficina	2,800	33,600
Servicios publicos	150	1,800
Sueldos	16,836	202,032
Internet (Fibra optica)	600	7,200
Celulares	450	5,400
Dominio		150
Soporte Web		3,500
Gastos de limpieza	850	10,200
	<hr/>	<hr/>
	21,686	263,882

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N° 18: Gastos ventas

Gastos ventas		
Descripcion	Importe mensual	Importe Anual
Facebook	450	5,400
Google Adwards	350	4,200
Activaciones	650	7,800
Merchandising	200	2,400
Soporte Digital	4,500	54,000
	<hr/>	<hr/>
	6,150	73,800

Fuente: Elaboración Propia

# 7. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y RECURSOS HUMANOS

## 7.1 Objetivos Organizacionales

Los objetivos organizacionales son un vínculo fundamental para el alma de la empresa, estos de la mano con la visión y misión fomentaran un ideal para todo colaborador miembro de esta organización Por otro lado brinda las guías necesarias para la generación de todo proceso tanto en la atención al cliente como en los procesos internos.

A continuación, mencionaremos nuestros objetivos organizacionales:

- Proceso simples y eficaces con el fin de obtener resultados rápidos y flexibles hacia el cliente final.
- Generar procesos de atención al cliente medibles y cuantificables y promoviendo una mejora continua.
- Obtener un posicionamiento líder en el rubro de asesoría contable vinculando siempre a la rapidez.
- Aplicar tecnología y procesos innovadores en la organización.
- fomentar la formalización en el entorno en el que operamos a través de nuestros servicios; ya que de esto depende el crecimiento de nuestro mercado.

## 7.2 Naturaleza de la Organización

Red ContApp cuenta con cuatro accionistas especialistas en el análisis de la información contable y sector mype. Analizando las nuevas tendencias del mercado y herramientas que la tecnología brinda se busca innovar en servicios contables ya brindados en el mercado, sin embargo, haciendo uso de las herramientas actuales como aplicativos, páginas web, entre otros, ampliamos y mejoramos la variedad de servicios a tomar.

La organización será constituida bajo la forma de una sociedad anónima cerrada compuesta con un capital por parte de los accionistas de un 80% y 20% de aporte de inversionistas terceros. La empresa contará con cuatro gerencias principales las cuales serán representadas por los propios accionistas:

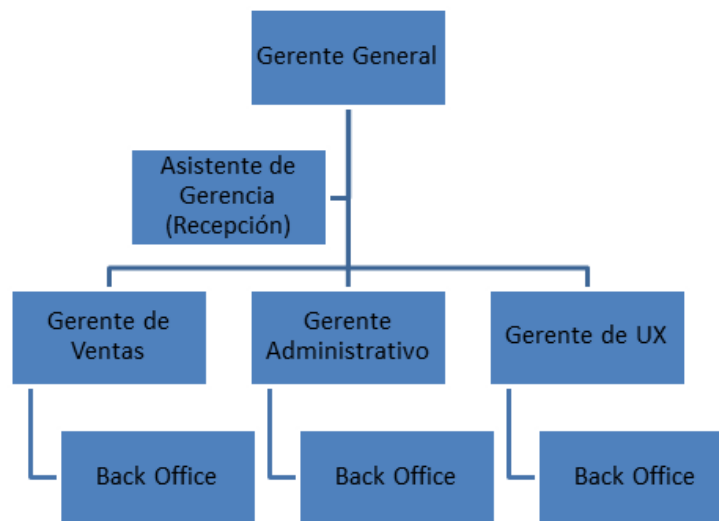


Alguna modificación o cambio en la estructura de lo planteado será por decisión expresa y sometido a votación de los cuatro socios principales. obteniendo la aprobación cuando tres de ellos como mínimo lo aprueben.

### 7.2.1 Organigrama

La empresa contará con cuatro gerencias principales las cuales serán representadas por los propios accionistas con sus respectivos asistentes:

Fig. N° 14: Organigrama



Fuente : Elaboración Propia

## 7.2.2 Diseño de Puestos y Funciones

### **Puesto. Gerente General**

Objetivo del puesto:

Apoyar en la generación de rentabilidad, realizar toma de decisiones en las operaciones y finanzas en beneficio de la empresa.

### **Principales Funciones:**

- Proponer a la gerencia general normas y procedimientos para la gestión operativa.
- Elaborar informes de estados financieros para la gerencia general.
- Controlar los ingresos y egresos de la organización.
- Organizar las gestiones legales y tributarias.
- Otras actividades asignadas por la gerencia general.
- Elaboración y control del presupuesto Anual.

### **Perfil del puesto:**

Formación académica:

- Graduado en Administración de empresas o carreras afines.
- Preferencia Maestría relacionada a las finanzas o contabilidad.

Experiencia:

- 5 años como mínimo en el cargo o posiciones similares.

Competencias:

- Orientación a resultados.
- Poder de Negociación.

- Comunicación Efectiva.
- Liderazgo
- Perspectiva Estratégica.

## **Puesto. Gerente Administrativo**

### ***Objetivo del puesto:***

Planificar, organizar, dirigir y controlar las funciones de toda la institución y a su vez generar la mayor rentabilidad bajo las políticas y pilares de la empresa.

Representación legal, judicial y extrajudicial.

### ***Principales Funciones:***

- Supervisar, Coordinar y Controlar las posiciones de la estructura organizacional
- Desarrollar metas a corto y largo plazo en base a los objetivos organizacionales.
- Proponer ante los accionistas nuevas metas y/o modificaciones en la gestión organizacional.
- Coordinar con las gerencias los avances y funciones de cada área para su correcta ejecución.
- Analizar los estados financieros y desarrollar nuevas estrategias que generen mayor rentabilidad.
- Celebrar contratos con terceros.
- Responsable de la gestión de personal y toda documentación que esta implique.

### **Perfil del puesto:**

Formación académica:

Graduado en Administración de empresas o carreras afines. Preferencia con Maestría relacionada a Dirección Estratégica.

**Experiencia:**

5 años como mínimo en el cargo o posiciones similares.

Competencias:

Orientación a resultados.

Capacidad Analítica.

Liderazgo

Capacidad de síntesis.

**Puesto. Gerente de Ventas**

Objetivo del puesto:

Incrementar las Ventas del negocio e implementar las herramientas necesarias para lograr los objetivos establecidos.

Principales Funciones:

- Búsqueda de Convenios con terceros para la promoción de la aplicación Contapp
- Preparación de planes y presupuesto de Ventas.
- Establecer metas y objetivos del uso de la aplicación y nuestros servicios.
- Búsqueda de socios contadores.
- Otras actividades propuestas por la Gerencia general.
- Evaluación del perfil de nuestros clientes.

Perfil del puesto:

Formación académica:

Graduado en Marketing y publicidad o carreras afines.

Experiencia:

5 años como mínimo en el cargo o posiciones similares.

Competencias:

Poder de Negociación.

Comunicación Efectiva a todo nivel.

Proactivo.

Iniciativa.

Trabajo bajo presión.

### **Puesto. Gerente de UX**

Objetivo del puesto:

Enfocar el desarrollo web hacia el usuario de la forma más amigable posible; además de innovar en nuevos procesos tecnológicos.

Principales Funciones:

- Diseñar proyectos y mejoras en el desarrollo de la aplicación.
- Soporte y mejora en el sistema dentro de las operaciones de la empresa con una visión enfocada al cliente.
- Creación de nuevos diseños enfocados hacia el cliente.
- Elaborar proyectos de mejora en la tecnología de la empresa.
- Estudiar las tendencias tecnológicas y avances en plataformas.

Perfil del puesto:

Formación académica:

Graduado en Ingeniería de Sistemas o carreras afines.

Experiencia:

5 años como mínimo en el cargo o posiciones similares.

Competencias:

Creatividad.

Proactividad

Empatía.

Gusto por la tecnología.

### **Puesto. Back Office**

Objetivo del puesto:

Apoyo en las tareas asignadas por su jefe inmediato

Principales Funciones:

- Asistir al jefe inmediato en las funciones operativas.
- Cumplimiento de las normas internas de la organización.
- Cumplir con los procedimientos establecidos.
- Otras funciones que su jefe inmediato le asigne.

Perfil del puesto:

Formación académica:

Estudiante universitario de Administración de empresas o carreras afines.

Experiencia:

1 año en puestos similares

Competencias:

Proactividad.

Iniciativa.

Trabajo Bajo presión.

### **Puesto. Asistente de Gerencia.**

Objetivo del puesto:

Apoyar y reducir la carga laboral del gerente general a través de la asistencia oportuno en el ámbito operativo.

### **Principales Funciones:**

- Organizar, actualizar y mantener el adecuado control de los documentos que la gerencia general le asigne.
- Preparar la Agenda de actividades de la Gerencia General.
- Responsable de la redacción de las actas de las reuniones de gerencia.
- Elaborar presentaciones corporativas que la gerencia asigne.
- Otras funciones que el gerente general asigne.

Perfil del puesto:

Formación académica:

Graduado en Administración de empresas o carreras afines.

Preferencia con Maestría relacionada a Dirección Estratégica.

Experiencia:

1 año como mínimo en el cargo o posiciones similares.

Competencias:

Buenas relaciones interpersonales.

Empatía.

Orientación al cliente externo e interno.

Proactividad e Iniciativa.



## **7.3 Políticas Organizacionales.**

- Fomentar la motivación del personal a través de la adecuada remuneración y reconocimiento del cumplimiento de sus objetivos.
- Desarrollar todas las actividades inherentes al negocio acorde a los objetivos organizacionales y bajo estándares adecuados.
- Comunicación Interna efectiva, fomentando la participación de todos los implicados.
- El directorio recibirá un equivalente al 5% de las utilidades obtenidas en el ejercicio luego de deducirse la participación de trabajadores e impuesto, el resto será evaluado para un proceso de reinversión.
- La información de nuestros clientes es confidencial y por ningún motivo se puede exponer a otros medios, es por esto por lo que se deben tomar medidas con el fin de minimizar la divulgación de la información.

## **7.4. Gestión Humana**

### **7.4.1. Reclutamiento**

Para el reclutamiento del personal con los que contaremos, realizaremos los siguiente: Desarrollar y describir el perfil de los puestos que se van a requerir, como, por ejemplo; un bachiller en Contabilidad, que tenga entre 25 y 45 años; el responsable de realizar esta tarea estará a cargo de la Gerencia de Red ContApp, juntamente con la participación del área Administrativa.

Los medios que utilizara Red ContApp para el reclutamiento de los diversos candidatos son los siguientes:

- Universidades Nacionales y Privadas (Facultad de Contabilidad)
- Colegio de Contadores de Lima.
- Plataforma Virtual de Red ContApp

### **7.4.2. Selección, contratación e inducción**

Estos procesos son fundamentales y claves, por lo que debe realizarse con mayor precisión y responsabilidad, ya que de esto también depende el éxito del negocio, puesto que, del buen

trabajo eficaz en asesorías de contabilidad, realizado por el personal con los que Red ContApp puede contar, dependerá la fidelización y satisfacción de nuestros usuarios.

- **Selección:**

Para realizar el proceso de selección de los Contadores y personal de las áreas de Recepción y Ventas, se realizará lo siguiente:

**- Revisión de Curriculum Vitae.**

Se revisará el CV de cada aspirante al puesto y de esta manera se podrá determinar si el candidato cumple con el perfil y expectativas exigidos por Red ContApp. Si el candidato cumple con todos los requisitos, se procede a realizar los filtros telefónicos conocer sus expectativas económicas al trabajar en nuestro proyecto.

**- Entrevista personal y evaluaciones.**

Una entrevista personal es un proceso fundamental y crucial para poder contratar con calidad. En esta etapa también se aplicará diversas pruebas tanto profesionales como psicotécnicas.

Las pruebas profesionales son fundamentales porque a través de ellas el candidato podrá demostrar si tiene competencias básicas para el desempeñar el puesto. Por otro lado, las pruebas psicotécnicas serán importantes para conocer los rasgos importantes de personalidad, las capacidades y las actitudes de los candidatos.

**- Prueba de conocimientos técnicos**

En esta etapa se realizará una prueba escrita a todos los candidatos que hayan calificado, con la finalidad de poder analizar si cuentan con las habilidades y conocimientos que el puesto amerita.

Los requisitos más importantes que un postulante deber tener son los siguientes:

**Personalidad:** El postulante deberá presentar actitud positiva, ya que dentro del trabajo se presentará situaciones dificultosas y se deberá manejar con profesionalidad.

**Motivación:** Es muy importante conocer que el postulante se encuentre incentivado para poder desempeñarse en el puesto.

Habilidades y Perfil académico: En este punto el postulante deberá demostrar una formación académica completa y apropiada, ya que esto podrá contribuir de manera positiva al crecimiento del proyecto y también podrá tomar decisiones estratégicas, para generar competitividad y brindar una buena atención de consultas y asesorías contables.

Finalmente, para una mejor contratación, se tomará muy en cuenta cuando un postulante es referido por personal que es parte del Red ContApp y así mismo se tendrá muy en cuenta las referencias profesionales que el postulante presente.

- **Contratación:**

Después del proceso de selección, se procede a contratar a los candidatos que calificaron después de pasar todas las entrevistas, para ello se emitirá los siguientes documentos.

Contrato emitido por Red ContApp y firmado por el Gerente General, por un periodo de prueba de 6 meses; si el colaborador demuestra un buen desempeño laboral, se le renovara el contrato por un año. Cabe mencionar que el periodo de prueba de 6 meses tiene como finalidad evaluar las capacidades y el profesionalismo que en el proceso anterior se describió, ya que mediante esto se podrá corroborar si el colaborador presenta un buen nivel de conocimientos y aspectos necesarios para desempeñarse dentro de la plataforma de Red ContApp.

- **Inducción:**

En esta etapa, se contará con el apoyo de profesionales altamente calificados quienes se encargaran de brindar una capacitación profundizada por un tiempo de 4 semanas, donde se dará a conocer el manejo de la Plataforma de Red ContApp, el proceso de atención de requerimientos de los usuarios, se entregará sus códigos de acceso a la plataforma, y otras herramientas que permitan poder desarrollar su trabajo como contador. También, se dará a conocer el Código de Ética, el Reglamento Interno de trabajo y su manual de funciones como contador. Finalmente se indicará cuáles son las consecuencias en caso el colaborador no cumpla con lo exigido por el reglamento interno y código de ética.

### **7.4.3. Capacitación, desarrollo y evaluación del desempeño**

#### **Capacitación**

La capacitación se realizará cuatrimestralmente a todos los colaboradores de Red ContApp, ya que sabemos que los requerimientos de los usuarios con el tiempo se vuelven más exigentes debido a la competencia del mercado, por otro lado, cada 6 meses la plataforma se actualizara

de acorde a la evolución de la tecnología, y para ello se brindara una capacitación constante con la finalidad de entender con mejor calidad los requerimientos de nuestros usuarios.

En primer lugar, se implementará los objetivos claros de la capacitación, los que estarán en función de la misión y visión de la empresa, ya que esto ayudara a la empresa a cumplir todos los objetivos.

En segundo lugar, se implementará un programa de capacitación, el cual contendrá temas de tecnología, procesos y así mismos temas contables que estén actualizados a la fecha, se determinará también las formas de evaluación, los días y los plazos que tendrá esta capacitación.

Como ya se mencionó anteriormente, la capacitación a nuestros colaboradores estará orientada a la tecnología, servicio al cliente, manejo de diversos programas y actualizaciones profesionales sobre servicios contables.

En el programa de capacitación estará el profesional o profesionales quienes dictaron la capacitación, los que enseñan, los colaboradores quienes participaran, el lugar donde se llevará a cabo, el día, el horario, la metodología, entre otros.

En medio de la capacitación se realizará una evaluación continua sobre los temas tratados en la capacitación con la finalidad de conocer el grado de aprendizaje de los beneficiados y así mismo conocer el logro de los objetivos que tiene la empresa al brindar esta capacitación. Por otro lado, se realizará encuestas de satisfacción sobre la capacitación realizada.

Finalmente se conocerá mejor el objetivo de la capacitación mediante el desempeño laboral, las estrategias que usa el colaborador para desarrollar su trabajo, la productividad y los nuevos aportes que realice.

## **Desarrollo**

Para Red ContApp, un buen programa de desarrollo debe estar construida bajo una base sólida, y lo que se busca en estos procesos es brindar al colaborador oportunidades de aprender, de exponer lo que conocen, y de tal manera animarlo para que pueda usar correctamente nuestros diversos programas y una buena atención al usuario mediante nuestra plataforma, y para esto se debe proporcionar una buena capacitación laboral.

Los métodos para el desarrollo de nuestros colaboradores son los siguientes:

- Actividades continuas dentro del trabajo.
- Entrenamiento del personal.
- Rotación de puestos.
- Ascensos dentro de su área de trabajo.
- Ascensos en otra área de trabajo.

Red ContApp, considera que sus colaboradores son un recurso más valioso para desarrollar sus actividades y por ello que invertirá en diversos programas con la finalidad de que puedan mejorar sus habilidades. El desarrollo de personal incluye también actividades designadas a capacitar y motivar al colaborador par que pueda desarrollar con eficazmente y con responsabilidad sus roles dentro de la organización.

### Evaluación de Desempeño

La evaluación de desempeño se realizará a todos los empleados que tengan mayor o igual a 6 meses dentro de la organización. Para esto se realizará lo siguiente:

Tabla N° 19: Evaluación de desempeño

INDICADOR/GRADO	1	2	3	4	5	6	PUNTOS	OBSERVACIÓN
<b>LIDERAZGO:</b> TRANSFORMA SUS IDEAS EN METAS Y LAS TRANSFORMA EN UN PLAN DE ACTIVIDADES REALIZABLES. MOTIVA Y DIRIGE A SU PERSONAL.								
<b>SOLUCIÓN DE PROBLEMAS:</b> ANALIZA LAS ALTERNATIVAS Y LA INFORMACIÓN DISPONIBLE, TOMA Y PONE EN MARCHA DECISIONES FUNDAMENTALES Y NECESARIAS.								
<b>EFFECTIVIDAD E INICIATIVA:</b> DESARROLLA Y ORGANIZA LAS ACTIVIDADES EN FORMA LÓGICA CON LA FINALIDAD DE LOGRAR LOS OBJETIVOS PREVISTOS. CONTRIBUYE CON PROPUESTA INNOVADORAS TOMANDO LA INICIATIVA.								
<b>TRABAJO EN EQUIPO:</b> MANTIENE RELACIONES CORDIALES, INTERACTUA ADECUADAMENTE CON EL PERSONAL, COMPARTE INFORMACIÓN CON LA FINALIDAD DE OPTIMIZAR EL TRABAJO.								
<b>AUTORIDAD:</b> LAS TAREAS QUE ASIGNA SU PERSONAL SON REALIZADA EL TIEMPO PREVISTO.								

Fuente : Elaboración Propia

**Liderazgo:** Se tendrá en cuenta si el colaborador tiene la capacidad de aportar ideas y transfórmalas en metas, así mismo se tendrá en cuenta si dirige correctamente a su personal a cargo si lo tuviera.

**Solución de problemas:** Se tendrá en cuenta si el colaborador busca alternativas de solución y las aplica ante un problema suscitado.

**Efectividad e iniciativa:** Se analizará si se realiza un trabajo efectivo, y la iniciativa con la que cuenta al momento de implementar una idea innovadora.

**Trabajo en equipo:** Se evaluará si el colaborador mantiene relaciones cordiales con sus compañeros y realiza el refuerzo necesario para el logro de los objetivos de la organización.

**Autoridad:** En esta etapa se evaluará si el colaborador cumple con las tareas de designar una tarea al personal.

Cabe mencionar que para cada indicador se calificara desde el grado 1 (deficiente) hasta el grado 6 (excelente). Finalmente se muestra un recuadro de observación, donde se presentará los aspectos mejorar.

#### **7.4.4. Motivación**

Para Red ContApp, es importante que sus colaboradores se encuentren muy incentivados para ellos aplicará el siguiente plan de Motivación:

- ✓ **Beneficios sociales:** Nuestros colaboradores tendrán obsequios como cupones de descuento para diversos lugares de entretenimiento, restaurantes, boutiques, etc. Estas entradas se conseguirán mediante una alianza con estas empresas a cambio de publicidad mediante nuestra plataforma Virtual.
- ✓ **Premios de reconocimiento:** Estos premios serán otorgados a aquellos contadores que tengan una mayor cartera de clientes, y para los trabajadores del área administrativa, los premios estarán en función a una encuesta interna por parte del personal de la empresa y una encuesta externa por parte de los usuarios, donde califican su calidad de atención. Estos premios serán viajes dobles o cenas en restaurantes prestigiosos de ciudad de Lima.

- ✓ Flexibilidad laboral: Se otorgan días libres como por ejemplo el día del cumpleaños, así mismo se otorgará 2 días libres al año, para que realicen trámites personales.
- ✓ Actividades de integración: La empresa promoverá encuentros deportivos como torneos de fútbol, tenis, maratones, como también se programará full days para generar un mejor clima laboral.
  
- ✓ Programas de capacitación: Se realizará capacitaciones constantes a todos los contadores con la finalidad de que estos brinden un mejor servicio a los usuarios y estos estén altamente calificados para mantenerse en el puesto.

#### **7.4.5. Sistema de remuneración**

El sistema de remuneración de Red ContApp, está en función a los puestos dentro del organigrama de la empresa. Para los Contadores se contará con un sistema de remuneración variable, ya que cada Profesional tendrá como ingreso el 80% de cada servicio que realice un determinado usuario, no tendrá un sueldo mínimo, ni máximo, ya que sus ingresos pueden variar de acuerdo con la cantidad de usuarios que atiende y a la complejidad del servicio que realice. Sin embargo, el personal administrativo y la gerencia de la empresa, si contara con un sueldo fijo y así mismo contarán con todos los beneficios de ley regulada por el Ministerio de Trabajo. Cabe indicar también que la diferencia salarial de personal de una misma área no tendrá una gran diferencia, con la finalidad de mantener un mejor control de las remuneraciones.

## 7.5 Estructura de gastos de RRHH

Red ContApp, será una empresa que estará en el Régimen General, por lo que los beneficios sociales se pagan al 100%

Tabla N° 20: Sueldos según puestos

Puesto	Cantidad	Sueldo mensual	Total	Sueldo bruto anual	AFP	Essalud	Total Anual
Gerente General	1	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 24,000.00	S/. 3,120.00	S/. 2,160.00	S/. 29,280.00
Comunnity Mannager	1	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 24,000.00	S/. 3,120.00	S/. 2,160.00	S/. 29,280.00
Soporte de sistemas	1	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 24,000.00	S/. 3,120.00	S/. 2,160.00	S/. 29,280.00
Back Office	4	S/. 1,200.00	S/. 4,800.00	S/. 57,600.00	S/. 7,488.00	S/. 5,184.00	S/. 70,272.00
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	<b>S/. 7,200.00</b>	<b>S/. 10,800.00</b>	<b>S/. 129,600.00</b>	<b>S/. 16,848.00</b>	<b>S/. 11,664.00</b>	<b>S/. 158,112.00</b>

Fuente : Elaboracion Propia

Detalle de gastos mensualizados del personal de Red ContApp

Tabla N° 21: Gastos mensuales de RRHH

Puesto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Gerente General	S/. 2,180.00	S/. 2,180.00	S/. 2,180.00	S/. 2,180.00	S/. 3,180.00	S/. 4,360.00	S/. 2,180.00	S/. 2,180.00	S/. 2,180.00	S/. 2,180.00	S/. 3,180.00	S/. 4,360.00
Comunnity Mannager	S/. 2,180.00	S/. 2,180.00	S/. 2,180.00	S/. 2,180.00	S/. 3,180.00	S/. 4,360.00	S/. 2,180.00	S/. 2,180.00	S/. 2,180.00	S/. 2,180.00	S/. 3,180.00	S/. 4,360.00
Soporte de sistemas	S/. 2,180.00	S/. 2,180.00	S/. 2,180.00	S/. 2,180.00	S/. 3,180.00	S/. 4,360.00	S/. 2,180.00	S/. 2,180.00	S/. 2,180.00	S/. 2,180.00	S/. 3,180.00	S/. 4,360.00
Back Office	S/. 5,232.00	S/. 5,232.00	S/. 5,232.00	S/. 5,232.00	S/. 7,632.00	S/. 10,464.00	S/. 5,232.00	S/. 5,232.00	S/. 5,232.00	S/. 5,232.00	S/. 7,632.00	S/. 10,464.00
<b>TOTAL</b>	<b>S/. 11,772.00</b>	<b>S/. 11,772.00</b>	<b>S/. 11,772.00</b>	<b>S/. 11,772.00</b>	<b>S/. 17,172.00</b>	<b>S/. 23,544.00</b>	<b>S/. 11,772.00</b>	<b>S/. 11,772.00</b>	<b>S/. 11,772.00</b>	<b>S/. 11,772.00</b>	<b>S/. 17,172.00</b>	<b>S/. 23,544.00</b>

Fuente: Elaboración Propia



## 8. Plan económico-financiero

### 8.1 Supuestos

Tabla N° 22: Supuestos

Supuestos Fundamentales:	Red ContApp
Horizonte del Proyecto	5 años
Tipo de moneda	soles
Inversión inicial	S/. 150,000 (activos fijos: S/. 54,270, activos intangibles S/. 25,500 y capital de trabajo S/. 70,230)
Valor de liquidación	Valor Contable
Política de ventas	100% adelantado
Política de pago a proveedores	100% al contado
Crecimiento de las ventas	5% año 2, 10% año 3 y 4 y 5to año 15%
Tipo de cambio	S/. 3.25
IGV	18%
Impuesto a la Renta	30%
Aporte de los accionistas	40%
Financiamiento	60%
N° Socios	4 socios

Fuente : Elaboración Propia

## 8.2 Inversión en activos (fijos e intangibles) y depreciación

Tabla N° 23: Inversión en Muebles

Muebles	Cantidad	Valor unitario	Total	Años	Depreciación anual
Escritorio	7	650	S/. 4,550.00	5	S/. 910.00
Silla (trabajadores)	7	200	S/. 1,400.00	5	S/. 280.00
Silla (visitantes)	12	100	S/. 1,200.00	5	S/. 240.00
Archivadores	10	150	S/. 1,500.00	5	S/. 300.00
Rack (Servidor)	1	400	S/. 400.00	5	S/. 80.00
Sofá para visitas	3	600	S/. 1,800.00	5	S/. 360.00
Cajoneras	4	300	S/. 1,200.00	5	S/. 240.00
Tachos de basura	8	15	S/. 120.00	5	S/. 24.00
Mesas de reuniones	2	350	S/. 700.00	5	S/. 140.00
<b>Total</b>			<b>S/. 12,870.00</b>		<b>S/. 2,574.00</b>
Fuentes: Propia					

Tabla N° 24: Inversión en Equipos de cómputo

Equipos de computo	Cantidad	Valor unitario	Total	Años	Depreciación anual
MAC's	3	5,500	S/. 16,500.00	5	S/. 3,300.00
HP Desktop	4	1,900	S/. 7,600.00	5	S/. 1,520.00
Servidor	1	12,000	S/. 12,000.00	5	S/. 2,400.00
Impresora Konica	1	3,500	S/. 3,500.00	5	S/. 700.00
Proyector	1	1,000	S/. 1,000.00	5	S/. 200.00
Ecran	1	800	S/. 800.00	5	S/. 160.00
<b>Total</b>			<b>S/. 41,400.00</b>		<b>S/. 8,280.00</b>
Fuentes: Propia					

Tabla N° 25: Inversión en Intangibles

Intangibles	Cantidad	Valor unitario	Total	Años	Amortización
Implementacion de la	1	25,500	S/. 25,500.00	10	S/. 2,550.00
<b>Total</b>			<b>S/. 25,500.00</b>		<b>S/. 2,550.00</b>
Fuentes: Propia					

Total: S/12,870 (muebles) + S/41,400 (equipos computo) + S/25,500 (intangibles) = S/79,770

### 8.3 Proyección de ventas

Observamos el crecimiento de nuestro primer periodo de ventas, el cual refleja que dicha proyección es ascendente mes a mes, debido a que los primeros 3 meses, es el proceso de capacitación y modo de uso de la aplicación, el cual tendremos unas ventas menores, pero conforme pase el tiempo vamos a ver que REd contapp seguirá creciendo.

Tabla N° 26: Proyección de ventas mensuales

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ingresos	22167	25492	29316	33713	38770	44585	51273	58964	67809	77980	89677	103129

Fuente : Elaboración Propia

Tabla N° 27: Proyección de ventas anuales

Año	Ingresos Brutos	crecimiento ventas
2018	S/. 642,873.81	5%
2019	S/. 675,017.50	10%
2020	S/. 742,519.25	10%
2021	S/. 816,771.17	15%
2022	S/. 939,286.85	

Fuente : Elaboración Propia

## 8.4 Cálculo del capital de trabajo

Tabla N° 28: Calculo de capital de trabajo

Cálculo del Capital de Trabajo		Red ContApp	
<b>Gastos administrativos</b>			
Descripción	Importe mensual	Importe Anual	
Alquiler de oficina	S/. 2,800.00	S/. 33,600.00	
Servicios públicos	S/. 500.00	S/. 6,000.00	
Planilla	S/. 13,176.00	S/. 158,112.00	
Internet (Fibra óptica)	S/. 200.00	S/. 2,400.00	
Celulares	S/. 450.00	S/. 5,400.00	
Dominio	S/. 550.00	S/. 550.00	
Gastos de limpieza	S/. 1,000.00	S/. 12,000.00	
Total	S/. 18,676.00	S/. 218,062.00	
<b>Gastos ventas</b>			
Descripción	Importe mensual	Importe Anual	
Facebook	S/. 450.00	S/. 5,400.00	
Google Edwards	S/. 350.00	S/. 4,200.00	
Activaciones	S/. 650.00	S/. 7,800.00	
Merchandising	S/. 200.00	S/. 2,400.00	
Soporte Digital	S/. 4,500.00	S/. 54,000.00	
Total	S/. 6,150.00	S/. 73,800.00	
<b>Gastos preoperativos</b>			
Descripción	Importe		
Constitución de empresa	S/. 4,500.00		
Arreglos oficina	S/. 3,500.00		
Licencia de Func. Y Def. Civil	S/. 850.00		
Impresiones de Logo	S/. 150.00		
Garantía y adelanto	S/. 5,600.00		
Total	S/. 14,600.00		
<b>Imprevistos del siguiente mes</b>	S/. 30,804.00		
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJOS</b>	<b>S/. 70,230.00</b>		

Fuente : Elaboración Propia

## 8.5 Estructura de financiamiento: Tradicional y no tradicional

En este proyecto se requerirá el apoyo de un inversionista o de un préstamo bancario del 60%, debido a que el 40% será de recursos de los accionistas

Tabla N° 29: Estructura de Financiamiento Tradicional

inversión	150,000	
Inversionista	60%	90,000
Socios	40%	60,000

Fuente : Elaboración Propia

Inversionista se le ofrecerá un Cok del 15%.

Mientras que para solicitar un financiamiento se tendrá que pagar 20% TEA promedio del mercado, a continuación simulación correspondiente.

Tabla N° 30: Estructura de Financiamiento No Tradicional

Monto Solicitado	90,000.00	Soles
Tasa Efectiva Anual	20.00	%
Plazo (cuotas)	36	
Fecha Desembolso	16/12/2017	dd/mm,
Dia de Pago	17	
Monto Prestado	90,004.50	
TCEA	20.00	%

Fuente : Elaboración Propia

Tabla N° 31: Cronograma de Pagos

N°	FECHA PAGO	SALDO	CAPITAL	INTERESES	CUOTA SIN ITF	ITF	CUOTA
1	17/01/2018	90,004.50					
2	17/02/2018	88,190.33	1,814.17	1,470.53	3,284.70	0.15	3,284.85
3	19/03/2018	86,391.92	1,798.41	1,486.29	3,284.70	0.15	3,284.85
4	17/04/2018	84,341.03	2,050.89	1,233.81	3,284.70	0.15	3,284.85
5	17/05/2018	82,304.19	2,036.84	1,247.86	3,284.70	0.15	3,284.85
6	17/06/2018	80,279.52	2,024.67	1,260.03	3,284.70	0.15	3,284.85
7	18/06/2018	78,306.46	1,973.06	1,311.64	3,284.70	0.15	3,284.85
8	17/07/2018	76,180.34	2,126.12	1,158.58	3,284.70	0.15	3,284.85
9	17/08/2018	74,101.10	2,079.24	1,205.46	3,284.70	0.15	3,284.85
10	17/09/2018	71,988.96	2,112.14	1,172.56	3,284.70	0.15	3,284.85
11	17/10/2018	69,806.37	2,182.59	1,102.11	3,284.70	0.15	3,284.85
12	19/11/2018	67,698.13	2,108.24	1,176.46	3,284.70	0.15	3,284.85
13	17/12/2018	65,380.27	2,317.86	966.84	3,284.70	0.15	3,284.85
14	17/01/2019	63,130.13	2,250.14	1,034.56	3,284.70	0.15	3,284.85
15	18/02/2019	60,876.88	2,253.25	1,031.45	3,284.70	0.15	3,284.85
16	18/03/2019	58,461.60	2,415.28	869.42	3,284.70	0.15	3,284.85
17	17/04/2019	56,071.92	2,389.68	895.02	3,284.70	0.15	3,284.85
18	17/05/2019	53,645.65	2,426.27	858.43	3,284.70	0.15	3,284.85
19	17/06/2019	51,209.83	2,435.82	848.88	3,284.70	0.15	3,284.85
20	17/07/2019	48,709.13	2,500.70	784.00	3,284.70	0.15	3,284.85
21	19/08/2019	46,245.34	2,463.79	820.91	3,284.70	0.15	3,284.85
22	17/09/2019	43,644.86	2,600.48	684.22	3,284.70	0.15	3,284.85
23	17/10/2019	41,028.34	2,616.52	668.18	3,284.70	0.15	3,284.85
24	18/11/2019	38,413.98	2,614.36	670.34	3,284.70	0.15	3,284.85
25	17/12/2019	35,697.63	2,716.35	568.35	3,284.70	0.15	3,284.85
26	17/01/2020	32,977.80	2,719.83	564.87	3,284.70	0.15	3,284.85
27	17/02/2020	30,214.93	2,762.87	521.83	3,284.70	0.15	3,284.85
28	17/03/2020	27,377.27	2,837.66	447.04	3,284.70	0.15	3,284.85
29	17/04/2020	24,525.78	2,851.49	433.21	3,284.70	0.15	3,284.85
30	18/05/2020	21,629.17	2,896.61	388.09	3,284.70	0.15	3,284.85
31	17/06/2020	18,675.60	2,953.57	331.13	3,284.70	0.15	3,284.85
32	17/07/2020	15,676.81	2,998.79	285.91	3,284.70	0.15	3,284.85
33	17/08/2020	12,640.18	3,036.63	248.07	3,284.70	0.15	3,284.85
34	17/09/2020	9,555.50	3,084.68	200.02	3,284.70	0.15	3,284.85
35	19/10/2020	6,426.92	3,128.58	156.12	3,284.70	0.15	3,284.85
36	17/11/2020	3,237.31	3,189.61	95.09	3,284.70	0.15	3,284.85
	17/12/2020	-	3,237.31	49.56	3,286.87	0.15	3,287.02
			<b>90,004.50</b>	<b>28,246.87</b>	<b>118,251.37</b>		<b>118,256.77</b>

Fuente : Elaboración Propia

## 8.6 Estados Financieros (Balance General, Estado de GGPP, Flujo de Caja)

Tabla N° 32: Banlance General

ACTIVO :			ANÁL. VERT.
Caja	5,000		3%
Bancos	59,230		39%
Ctas. Por Cobrar			0%
<b>Inventarios</b>		<b>6,000</b>	<b>4%</b>
Inventario de Materiales	6,000		4%
Inventario de Prod. En Proceso			0%
Inventario de Prod. Terminados			0%
<b>Activo Corriente</b>		<b>70,230</b>	<b>47%</b>
Inmuebles, Maquinaria y Equipo	79,770		53%
Herramientas y Otros			0%
<b>Activo Fijo</b>		<b>79,770</b>	<b>53%</b>
<b>Total Activos</b>		<b>150,000</b>	<b>100%</b>
<b>PASIVO :</b>			
Deudas con Proveedores			0%
Deudas con Entidades Financiera			0%
Deuda en con inversionista	30,000		20%
<b>Pasivo Corriente</b>		<b>30,000</b>	<b>20%</b>
Pasivo Largo Plazo			0%
Deuda en a L. P.	60,000		40%
Otras Cuentas por Pagar			0%
<b>Total Pasivos</b>		<b>90,000</b>	<b>60%</b>
<b>PATRIMONIO</b>		<b>60,000</b>	<b>40%</b>
capital social			
<b>PATRIMONIO + PASIVO</b>		<b>150,000</b>	<b>100%</b>
<b>Capital de Trabajo</b>		<b>40,230</b>	<b>27%</b>

Fuente : Elaboración Propia

REDCONTAPP al ser una empresa de servicios no mantiene muchos inventarios, solamente artículos de escritorio, entre otros, ya que nuestro fuerte está en el activo no corriente con los equipos, mobiliarios, sistemas donde invertimos, además contamos con un buen capital de trabajo para poder coberturar con el lanzamiento de la marca, ya que al ser nuevos los primeros meses serán retadores.

Además, RED CONTAPP mantiene un margen de ganancia de 70% ya que la inversión básicamente se basa en software para el diseño de dicha aplicación y de la promoción, cabe recalcar que se le cobra el 20% del servicio al contador que realice a cada usuario.

Nuestro EEGG arroja con saldos positivos eso quiere decir que cada año obtendremos utilidades para que puedan ser reinvertidas en mejoras tecnológicas.

Tabla N° 33: Cálculo de Margen de Ventas

**CALCULO DEL MARGEN DE VENTAS**  
(Nuevos Soles)

	Producto 1	Producto 2	Producto 3
Descripción de la Actividad y/o Productos	servicio red contapp		
Unidad de Medida	anual		
<b>ESTRUCTURA POR UNIDAD DE MEDIDA:</b>			
Precio de Venta Unidad de Medida	642,874.00		
		0.00	0.00
Costo de servicio	192,862.20	0.00	0.00
Costo Unidad de Medida	192,862.20	0.00	0.00
Produc. x Producto	1		
<b>Venta Mensual x Producto</b>	642,874.00	0.00	0.00
<b>Costo Mensual x Producto</b>	192,862.20	0.00	0.00
<b>Margen de Ventas x Producto</b>	70.00%	0.00%	0.00%
<b>Total Ingreso</b>	<b>642,874.00</b>	<b>MARGEN TOTAL</b> <b>70.00%</b>	
<b>Total Costo</b>	<b>192,862.20</b>		
<b>% Costo / Ventas</b>	30.00%		
Porcentaje Ventas al Crédito	0%		
Porcentaje Irrecuperabilidad	0%		

Fuente : Elaboración Propia

Tabla N° 34: Estado de resultados

**ESTADO DE RESULTADOS** (Nuevos Soles)

Venta Neta (Ventas Totales - Irrec. Ventas Créd.)	642,874.00	100%
-Costo de Ventas	192,862.20	30%
<b>=Margen Bruto</b>	<b>450,011.80</b>	<b>70%</b>
-Gastos del Negocio	291,862.00	45%
<b>=Margen Operativo</b>	<b>158,149.80</b>	<b>25%</b>
-Gastos Financieros ( Pago de Cuotas )	43,500.00	7%
<b>= Utilidad Neta</b>	<b>114,649.80</b>	<b>18%</b>
+Otros Ingresos		
-Otros Egresos	12,857.00	
-Gastos de la Familia	0.00	0%
<b>=Utilidad Disponible</b>	<b>101,792.80</b>	<b>16%</b>

Fuente : Elaboración Propia

En el flujo de caja correspondiente se observa periodos positivos, además se propone un incremento de ventas de 5%, 10%, 10% y 15%, respectivamente en los próximos periodos, se agregó un adicional de 2% del total de las ventas a otros egresos operativos.



Tabla N° 35: Flujo de Caja

Expresado en años		2017	2018	2019	2020	2021	2022
Ingresos			642,874	675,017	742,519	816,771	939,287
Costo de ventas			-192,862	-202,505	-222,756	-245,031	-281,786
Utilidad Bruta			450,012	472,512	519,763	571,740	657,501
Gasto de ventas y Distr			S/. 73,800.00	S/. 77,490.00	S/. 85,239.00	S/. 93,762.90	S/. 107,827.34
Gastos de Administración			S/. 218,062.00	S/. 228,965.10	S/. 240,413.36	S/. 252,434.02	S/. 265,055.72
Otros ingresos operativos							
Otros egresos operativos			12,857	13,500	14,850	16,335	18,786
Depreciación y Amortización (-)			13,404	13,404	13,404	13,404	13,404
EBIT			131,888	139,153	165,857	195,803	252,428
			131,888	271,041	436,898	632,701	885,129
Impuesto 30%	0.3 (-)		39,566	41,746	49,757	58,741	75,728
Depreciación y Amortización			13,404	13,404	13,404	13,404	13,404
FEO			105,726	110,811	129,504	150,466	190,104
Inversión Activo Fijo	-54270						
inversión Activo Intangible	-25500						
CTN	10.00%	-70230					
Inversión total	-150000						
FCLD		-150000	105726	110811	129504	150466	190104
VPN FCLD		534,348					
Financiamiento	90,000						
Amortización			-30,000	-30,000	-30,000		
Intereses			-13,500	-13,500	-13,500		
Escudo Fiscal							
FCNI		-60,000	62,226	67,311	86,004	150,466	190,104
VPN(FCNI)		S/. 245,304					
Flujo de caja acumulado		160230	222456	289767	375770	526237	716340

Fuente : Elaboración Propia

## 8.7 Flujo Financiero

En el flujo financiero podemos apreciar periodos positivos de los cuales nuestro EBit de igual forma se encuentra de forma ascendente, además después del impuesto correspondiente tenemos de igual forma positiva logrando los primeros 3 años cancelar con la deuda obtenida para el funcionamiento de Red ContApp.

Tabla N° 36: Flujo de caja Financiero

EBIT			145,292	152,557	179,261	209,207	265,832
			145,292	297,849	477,110	686,317	952,149
Impuesto 30%	0.3 (-)		43,588	45,767	53,778	62,762	79,750
Depreciación y Amortización			0	0	0	0	0
<b>FEO</b>			<b>101,705</b>	<b>106,790</b>	<b>125,483</b>	<b>146,445</b>	<b>186,082</b>
Inversión Activo Fijo		-54270					
inversión Activo Intangible		-25500					
CTN	10.00%	-70230					
Inversión total		-150000					
<b>FCLD</b>		<b>-150000</b>	<b>101705</b>	<b>106790</b>	<b>125483</b>	<b>146445</b>	<b>186082</b>
<b>VPN FCLD</b>		<b>514,302</b>					
Financiamiento		90,000					
Amortización			-30,000	-30,000	-30,000		
Intereses			-13,500	-13,500	-13,500		
Escudo Fiscal							
<b>FCNI</b>		<b>-60,000</b>	<b>58,205</b>	<b>63,290</b>	<b>81,983</b>	<b>146,445</b>	<b>186,082</b>
<b>VPN(FCNI)</b>		<b>S/. 233,583</b>					
<b>Flujo de caja acumulado</b>		<b>160230</b>	<b>218435</b>	<b>281724</b>	<b>363707</b>	<b>510152</b>	<b>696234</b>
Tir FCLD	71%						
Tir FCNI	115%						

Fuente : Elaboración Propia

## 8.8 Tasa de descuento accionistas y wacc

Para poder poder hallar un Cok similar a lo que buscamos, tendremos como empresa comparativa de EEUU para que pueda ser utiliza y poder obtener nuestro cok referencial que nos ayudará para tomar decisiones correspondientes.

A continuación se presenta los pasos a seguir para la obtención de COK referencial, y al final tomaremos la decisión de utilizar dicho cok

Tabla N° 37: Empresa a comparar

Industry Name	Number of firms	Beta	D/E Ratio	Tax rate	Unleverage beta	Cash/Firm value	Unleverage beta corrected for cash	HiLo Risk	Standard deviation of equity	Standard deviation in operating income (last 10 years)
Software (Sy	236	1.13	21.50%	5.67%	0.94%	5.33%	0.99	0.5614	47.40%	17.04%

Fuente : Elaboración Propia

Se obtiene un COK de 10% para los socios y 15% para el inversionista, por el riesgo correspondiente, pero por estudios nosotros minimizamos el riesgo logrando recuperar su inversión en 3 años como máximo, para hallar el beta, nos hemos basado en una empresa similar, para poder proceder con el desapalancamiento y apalancamiento logrando darnos un COK esperado de 10%, se utiliza el riesgo país, la tasa de impuestos, para poder hacer más transparente dicho porcentaje.

Tabla N° 38: Desapalancamiento

<b>1. Desapalancamiento</b>	
Bu:	0.99
Bu:	$1+(1-0.35)*0.215$
bu	0.8686

<i>Datos</i>			<i>Contapp</i>	
<b>Rendimiento del activo libre de riesgo.</b>	2.13%	<a href="http://www.bloomberg.com/markets/rates-bonds/government-bonds/us">http://www.bloomberg.com/markets/rates-bonds/government-bonds/us</a>	D	0.600
<b>Rendimiento de mercado</b>	5.67%	Tasa similar de EEUU	E	0.400
<b>Tasa Riesgo País 2014</b>	1.15%	<a href="http://www.ambito.com/economia/mercados/riesgo-pais/info/?id=13">http://www.ambito.com/economia/mercados/riesgo-pais/info/?id=13</a>		
<b>Prima de riesgo</b>	3.54%	<b>RL - Rm</b>		

Fuente : Elaboración Propia

Tabla N° 39: Apalancamiento

Apalancar Bu	
BL	$BU \cdot (1 + D/E(1-t))$
<b>BL</b>	<b>1.7806</b>
Calcular el Cok	
RE	$R_f + B(R_M - R_f) + R_P$
<b>Re =</b>	<b>9.58%</b>

Dato	COK	10%					
WACC							
%participación	monto	porcentaje	costo			wacc	
deuda	120,000	80%	15%	30%		8.40%	
		0%					
patrimonio	30,000	20%	10%			2%	
<b>total</b>	<b>150,000</b>	<b>100%</b>				<b>10%</b>	<b>Wacc</b>
							<b>Wacc</b>

Fuente : Elaboración Propia

## 8.9 Indicadores de rentabilidad

Tabla N° 40: Indicadores de Rentabilidad

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>ROA</b>	<b>41%</b>	<b>52%</b>	<b>73%</b>	<b>126%</b>	<b>165%</b>
<b>ROE</b>	<b>104%</b>	<b>129%</b>	<b>183%</b>	<b>314%</b>	<b>411%</b>

Fuente : Elaboración Propia

Como podemos ver en los indicadores de rentabilidad año a año nuestro ROA aumenta debido al incremento de ventas, debido a que el servicio que brindamos es de intermediario beneficia exponencialmente el incremento de colocaciones debido que el costo y gasto no aumentaría en proporción a la venta, sino que se utilizarían los mismos recursos, por otro lado vemos que el ROE se ve beneficiado ante este aumento de ventas y al ser mayor que el ROA vemos que el costo medio de deuda es inferior a la rentabilidad económica.

## 8.10 Análisis de riesgo

### 8.10.1 Análisis de sensibilidad

En el análisis de sensibilidad tendremos al cambiar el ticket promedio nos dará el siguiente escenario el cual detallaremos a continuación.

Tabla N° 41: Flujo de Caja en escenario Negativo

#### Ticket promedio 18 soles

			-3%	-5%	-5%	-5%
<b>Expresado en años</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Ingresos		578,587	561,229	533,168	506,509	481,184
Costo de ventas		-173,576	-168,369	-159,950	-151,953	-144,355
Utilidad Bruta		405,011	392,860	373,217	354,556	336,829
Gasto de ventas y Distr		S/. 73,800.00	S/. 73,800.00	S/. 73,800.00	S/. 73,800.00	S/. 73,800.00
Gastos de Administración		S/. 218,062.00	S/. 218,062.00	S/. 218,062.00	S/. 218,062.00	S/. 218,062.00
Otros ingresos operativos						
Otros egresos operativos		11,572	11,225	10,663	10,130	9,624
Depreciación y Amortización	(-)	13,404	13,404	13,404	13,404	13,404
EBIT		88,173	76,370	57,288	39,160	21,939
		88,173	164,543	221,831	260,991	282,930
Impuesto 30%	0.3 (-)	26,452	22,911	17,186	11,748	6,582
Depreciación y Amortización		13,404	13,404	13,404	13,404	13,404
FEO		75,125	66,863	53,506	40,816	28,761
Inversión Activo Fijo		-54270				
inversión Activo Intangible		-25500				
CTN	10.00%	-70230				
Inversión total		-150000				
FCLD		-150000	75125	66863	53506	40816
VPN FCLD		114,396				
Financiamiento		90,000				
Amortización			-30,000	-30,000	-30,000	
Intereses			-13,500	-13,500	-13,500	
Escudo Fiscal						
FCNI		-60,000	31,625	23,363	10,006	40,816
VPN(FCNI)		S/. 25,548				
<b>Flujo de caja acumulado</b>		<b>160230</b>	<b>191855</b>	<b>215218</b>	<b>225223</b>	<b>266040</b>
						<b>294801</b>
						Tir FCLD
						24%
						Tir FCNI
						26%

Fuente : Elaboración Propia

**Cambio de Cok a 8% para los socios y un crecimiento de 2 %**

Tabla N° 42: Flujo de caja en escenario positivo

			2%	2%	2%	2%
<b>Expresado en años</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Ingresos		642,874	655,731	668,846	682,223	695,867
Costo de ventas		-192,862	-196,719	-200,654	-204,667	-208,760
Utilidad Bruta		450,012	459,012	468,192	477,556	487,107
Gasto de ventas y Distr		S/. 73,800.00	S/. 73,800.00	S/. 73,800.00	S/. 73,800.00	S/. 73,800.00
Gastos de Administración		S/. 218,062.00	S/. 218,062.00	S/. 218,062.00	S/. 218,062.00	S/. 218,062.00
Otros ingresos operativos						
Otros egresos operativos		12,857	13,115	13,377	13,644	13,917
Depreciación y Amortización	(-)	13,404	13,404	13,404	13,404	13,404
<b>EBIT</b>		131,888	140,631	149,549	158,646	167,924
		131,888	272,519	422,069	580,714	748,638
Impuesto 30%	0.3 (-)	39,566	42,189	44,865	47,594	50,377
Depreciación y Amortización		13,404	13,404	13,404	13,404	13,404
<b>FEO</b>		105,726	111,846	118,088	124,456	130,951
Inversión Activo Fijo		-54270				
inversión Activo Intangible		-25500				
CTN	10.00%	-70230				
Inversión total		-150000				
<b>FCLD</b>		-150000	105726	111846	118088	124456
<b>VPN FCLD</b>		318,128				
Financiamiento		90,000				
Amortización			-30,000	-30,000	-30,000	
Intereses			-13,500	-13,500	-13,500	
Escudo Fiscal						
<b>FCNI</b>		-60,000	62,226	68,346	74,588	124,456
<b>VPN(FCNI)</b>		S/. 200,953				
<b>Flujo de caja acumulado</b>		160230	222456	290802	365390	489846
		620797				
<b>Tir FCLD</b>		69%				
<b>Tir FCNI</b>		115%				

.Fuente : Elaboración Propia

## 8.10.2 Análisis por escenarios (por variables)

### Ticket promedio 18 soles

Al ser un escenario negativo por tener un ticket promedio de 18 soles podrías decir que nuestro VAN va a caer después de los pagos del préstamo, pero de igual forma mantiene Van Positivo en todos los periodos, además el periodo de recuperación sería mayor a 5 años, teniendo en cuenta un TIR mayor a lo esperado de 69% para los socios y 115% para el inversionista.

### Cambio de Cok a 8% e incremento de ventas un 2%

Según el cambio de 10% a 8% COK, adicionalmente un crecimiento de 2%, nos genera de igual forma periodos positivos teniendo como un Van de 318 128 soles, logrando recuperar la inversión 2,26 años, es que con dicho escenario podemos mantener la continuidad del negocio.

## 8.10.3 Análisis de punto de equilibrio

Tabla N° 43: Punto de Equilibrio

Expresado en años	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Ingresos		429,209	429,209	429,209	429,209	429,209
Costo de ventas		-128,763	-128,763	-128,763	-128,763	-128,763
Utilidad Bruta		300,446	300,446	300,446	300,446	300,446
Gasto de ventas y Distr		S/. 73,800.00	S/. 73,800.00	S/. 73,800.00	S/. 73,800.00	S/. 73,800.00
Gastos de Administración		S/. 218,062.00	S/. 218,062.00	S/. 218,062.00	S/. 218,062.00	S/. 218,062.00
Otros ingresos operativos						
Otros egresos operativos		8,584	8,584	8,584	8,584	8,584
Depreciación y Amortización (-)		13,404	13,404	13,404	13,404	13,404
EBIT		-13,404	-13,404	-13,404	-13,404	-13,404
		-13,404	-26,808	-40,213	-53,617	-67,021
Impuesto 30%	0.3 (-)	0	0	0	0	0
Depreciación y Amortización		13,404	13,404	13,404	13,404	13,404
FEO		0	0	0	0	0

Fuente : Elaboración Propia

Para poder llegar al punto de equilibrio necesitamos tener ingresos por ventas de S/429,209 anualmente. Esto nos permitirá no ganar, ni perder. Para ello dichas ventas ayudarán a poder tener una continuidad de negocio.

#### **8.10.4 Principales riesgos del proyecto (cualitativos)**

A continuación mencionamos los principales riesgos cualitativos :

##### **1. Desconfianza en el uso de la tecnología**

El uso de tecnología en el mercado contable se ha ido introduciendo poco a poco, sin embargo existe aún el rechazo o falta de confianza en comparación al método tradicional, es por esto que nos esforzamos tanto en que nuestra plataforma sea lo más intuitiva posible, además de la claridad de información ante nuestros clientes.

##### **2. Contadores que no sigan los procedimientos correctos**

Los Contadores deben registrar toda operación dentro del aplicativo, sin embargo existe la posibilidad de que no registren el monto correcto con el fin de no pagar la comisión a nuestra entidad o simplemente no registren la operación en su totalidad, es por esto que se toman algunas pautas como el cliente incógnito en el cual nosotros buscamos evaluar como sigue los procedimientos el contador.

##### **3. Competidores potenciales**

Existe la posibilidad que los estudios contables apliquen o gestionen algún tipo de plataforma similar a nuestra idea de negocio, es por esto la importancia de nuestra rapidez lograr un posicionamiento en los primeros años de actividad es de vital importancia, además de ofrecer siempre un servicio diferenciador.



## 9. CONCLUSIONES

Red ContApp, revolucionará el mercado del sector contable. Ya que, desde la mediana empresa solamente se puede contratar estos servicios. Sin embargo, mientras vaya aumentando la formalización en el país, nuestro mercado irá creciendo.

Los sectores a los cuales nos dirigimos son los pertenecientes a los estratos del B-C .

Nuestra idea de negocio se basa en poder ayudar al contador a maximizar sus ingresos en sus tiempos que no tiene trabajo, fines de semana, trabajo por las tardes, y/o contadores independientes que están en búsqueda de una cartera de clientes.

Nuestra investigación realizada para poder dar la factibilidad de este proyecto ha demostrado que los comerciantes, personas que tributan, necesitan asesoría contable rápida y sin necesidad de tener que contratar a un estudio contable.

En el primer año de operación el ratio de utilidad neta proyectada es del 16%, es prudente y alentadora a fin de que nuestro negocio se expanda.

Red ContApp, puede ser replicable y escalable a nivel local e internacional, ajustándose a las políticas contables y leyes de cada país.

La investigación realizada para determinar la viabilidad del proyecto demuestra que existe una necesidad de incentivar la cultura de prevención legal, así como también la necesidad de contar con asesoría jurídica a precios accesibles.

Se prevé crecer paulatinamente en los 2 primeros años, ya que el Perú tiene que entrar a la OCDE. En ese sentido, el Estado debe promover y aumentar la formalización, de este modo nuestro mercado aumentará.

## 10. Conclusiones personales

De acuerdo a la investigación realizada, se detalla el análisis de los resultados económico - financiero donde podemos apreciar que nuestro proyecto es una idea de negocio innovadora y tecnológica realizable y viable.

Los resultados que se apreciaron en dicho análisis nos dan luz verde para poder emprender, y hacer realidad nuestro modelo de negocio, ya nuestros indicadores de como el valor actual neto, COK, cumpliendo con los ideales de nuestros inversionistas.

Los flujos analizados como el del accionista y del inversionista arrojaron un TIR positivo siendo mayores a las tasas de descuento como el WAcc y el Cok.

Es por ello en el rango de 5 años de proyecto podemos indicar que los indicadores financieros van de a mano conformen van pasando los años, eso se puede demostrar en la rentabilidad de 15% del inversionista y la de 10% de accionistas, por esas razones mencionadas el método de financiamiento será no tradicional debido a que los inversionistas tendrán una tasa mayor a la de los accionistas por asumir el riesgo de invertir.

Además el nivel de recuperación del total de la inversión será en 2 años, según nuestro flujo de caja, cabe resaltar los buenos indicadores de rentabilidad del ROE y el ROA obteniendo 104% y 41%, según el Roe se aprecia una rentabilidad generada por la inversión de los accionistas siendo atractiva a comparación del sector también en el ROA hemos observando que la empresa tienen capacidad de generar utilidad con sus activos, significa que Redcontapp bien administrada los activos y el patrimonio brindarán beneficios.

Debido a la evidencia antes mencionado queda claro que Red Contapp es un modelo de negocio innovador que obtendrá muchos resultados positivos con el pasar de los años.

## 11. Bibliografía

Diario Gestión (2014) Seis factores determinantes para que una app sea negocio En: Gestión.pe, 29 de Agosto (consulta: 2 de setiembre) (<http://gestion.pe/tecnologia/seis-factores-determinantes-que-app-sea-negocio-2107059>)

Diario Gestión(2017) Produce anuncia creación del programa nacional “Tú empresa” para mypes y emprendedores En: Gestión.pe, 23 de agosto (consulta: 2 de Setiembre) (<http://gestion.pe/economia/produce-anuncia-creacion-programa-nacional-tu-empresa-mypes-y-emprendedores-2198459>)

Diario Gestión (2017) Perú es el tercer mejor país para hacer negocios en la región En: Gestión.pe (consulta: 5 de Setiembre) (<http://gestion.pe/noticia/283455/peru-tercer-mejor-pais-hacer-negocios-region>)

Parodi, Carlos (2017) Decisiones y entorno económico y político externo. En: Blog Gestion.pe, 21 de Abril (consulta: 9 de Setiembre) (<http://blogs.gestion.pe/economiaparatodos/2017/04/decisiones-y-entorno-economico-y-politico-externo.html>)

Banco Mundial (2017) (<http://www.bancomundial.org/es/country/peru/overview#2>) sitio web oficial del banco mundial; contiene información sobre el panorama general del Perú (consulta 2 de setiembre)

Diario Gestión(2017) Los recién egresados de Contabilidad mejores pagados son de estas diez universidades peruanas En: Gestión.pe, 24 de agosto (consulta: 9 de Setiembre) (<http://gestion.pe/empleo-management/recien-egresados-contabilidad-mejores-pagados-son-estas-diez-universidades-peruanas-2192051>)

Diario la República (2017) Nuevo Régimen tributario da un respiro a los negocios En: la República.pe, 19 de enero (consulta: 16 de Setiembre) (<http://larepublica.pe/impresa/economia/840971-nuevo-regimen-tributario-da-un-respiro-los-negocios>)

Morales, Rigoberto (2009) La contabilidad ecológica y las normas ambientales En: Gestipolis.com (consulta 9 de Setiembre del 2017)

(<https://www.gestipolis.com/contabilidad-ecologica-normas-ambientales/>)

Diario El comercio (2014) ¿Qué apps y redes sociales prefieren los limeños? En: elcomercio.pe, 23 de Octubre (consultado 16 de setiembre)

(<http://elcomercio.pe/paginas/apps-redes-sociales-prefieren-limenos-291811>)

SUNAT (2017) Estadística y estudios En: [www.sunat.gob.pe](http://www.sunat.gob.pe), (consultado el 15 de setiembre)

<http://www.sunat.gob.pe/estadisticasestudios/>

Diario El comercio (2017) Seis de cada diez peruanos acceden a internet todos los días En: elcomercio.pe, 10 de Abril (consultado 7 de octubre)

(<http://elcomercio.pe/economia/negocios/seis-diez-peruanos-accede-internet-dias-413609>)

