



**ESCUELA SUPERIOR DE
FÍSICA Y MATEMÁTICAS
EMPRENDIMIENTO
Plan De Negocios (AFIN)**

Nombre del estudiante: Abigail Cortés

Jiménez

Grupo: 8AVI

Profesor: Alfredo Godínez Muñoz

Fecha de entrega: 5 de diciembre de 2025

Orgullo Politécnico
"La técnica al servicio de la Patria"

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
1. RESUMEN EJECUTIVO	4
1.1. Nombre	4
1.2. Razón Social.....	4
1.3. Giro	4
1.4. Ubicación	4
1.5. Domicilio Fiscal	4
1.6. Resumen Ejecutivo	4
1.7. Misión	6
1.8. Visión	6
1.9. Valores.....	6
1.10. Definición Del Negocio	7
2. ANÁLISIS FODA DEL NUEVO NEGOCIO.....	8
2.1.Matriz FODA	8
2.2. Análisis Del Entorno Interno	8
2.2.1. Fortalezas.....	8
2.2.2. Debilidades.....	9
2.3. Análisis Del Entorno Externo	10
2.3.1. Oportunidades	10
2.3.2. Amenazas	10
2.4. Objetivos Estratégicos Por Área.....	11
2.4.1. Área Comercial.....	11
2.4.2. Área Operativa	12
2.4.3. Área De Personal	12
2.4.4. Área Legal.....	13
2.4.5. Área Financiera	13
3. GESTIÓN DE MARKETING.....	15
3.1. Estudio De Mercado.....	15
3.1.1. Mercado Consumidor	15
3.1.1.1. Tamaño Del Mercado	15
3.1.1.2. Características Del Consumidor.....	15
3.1.2. Segmetación De Mercado	16
3.2. Mercado Competidor.....	18
3.2.1. Análisis Competitivo	18

3.2.2. Ventaja Competitiva	20
3.3. Mercado Proveedor.....	22
3.3.1. Identificación De Proveedores Clave	22
3.4. Proyección De Ventas.....	23
3.5. Estrategia De Marketing.....	24
3.5.1. Estrategía De Producto	24
3.5.2. Estrategia De Precios	26
3.5.3. Estrategia De Comunicación	28
4. GESTIÓN OPERATIVA	32
4.1. Objetivos Operativos	32
4.2. Recursos Materiales Necesarios	32
4.3. Capacidad De Servicio	33
4.4. Activos Fijos.....	33
4.5. Ciclo De Servicio.....	33
4.6. Buenas Prácticas Laborales.....	34
4.7. Gestión De Personal	34
4.7.1. Estructura Organizativa Ampliada	34
4.7.2. Necesidad De Personal	34
4.7.3. Funciones Por Rol	35
4.7.4. Proceso De Contratación.....	35
4.8. Gestión Legal	36
4.8.1. Tipo de Empresa	36
4.8.2. Aspectos Tributarios	36
4.8.3. Documentación Legal Requerida.....	36
4.8.4. Regulación y Oficinas De Control	36
5. GESTIÓN FINANCIERA	38
5.1. Inversión Total.....	38
5.1.1. Depreciación Anual	38
5.1.2. Presupuesto De Ventas (Año 1)	38
5.1.3. Costo Total Anual	38
5.1.4. Costos Variables Mensuales	38
5.1.5. Costos Fijos Mensuales.....	39
5.1.6. Costo De Personal Anual	39
5.1.7. Estado De Resultados Proyectado (Año 1).....	40
5.2. Indicadores De Viabilidad.....	40
5.2.1. Utilidad Líquida.....	40
5.2.2. Rentabilidad	40

5.2.3. Punto De Equilibrio.....	41
5.2.4. Tiempo De Retorno De Inversión	41
5.2.5. Flujo De Caja (Año 1)	41
5.2.6. Valor Actual Neto (VAN)	42
5.2.7. Tasa Interna De Retorno (TIR)	42
5.3. Evaluación Del Plan De Negocio.....	42
CONCLUSIÓN.....	44
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	45

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento se ha consolidado como uno de los principales motores del desarrollo económico contemporáneo. En un entorno global caracterizado por la transformación tecnológica, la competencia creciente y la evolución constante de las necesidades de los consumidores, los emprendedores desempeñan un papel crucial al introducir innovaciones, generar empleo y dinamizar sectores productivos. Emprender implica identificar oportunidades en el entorno, diseñar soluciones creativas y asumir riesgos calculados con el objetivo de crear valor. Sin embargo, el emprendimiento no se limita únicamente a la creación de nuevas empresas: también representa una actitud, un conjunto de competencias y un proceso sistemático que permite transformar ideas en proyectos viables y sostenibles.

Desde una perspectiva académica, el emprendimiento es una disciplina multidimensional que integra elementos económicos, sociales, psicológicos y administrativos. Al mismo tiempo, constituye una fuerza catalizadora de cambio social, ya que muchos proyectos emprendedores surgen como respuesta a problemáticas comunitarias, brechas de mercado o fallas estructurales que requieren soluciones innovadoras. Así, el emprendedor moderno combina visión estratégica con compromiso social, capacidad de ejecución y disposición para aprender del fracaso.

La Naturaleza del Emprendimiento

El emprendimiento no debe entenderse como un evento puntual, sino como un proceso continuo que abarca desde la generación de ideas hasta la consolidación de un modelo de negocio funcional. Este proceso demanda una mentalidad orientada a la acción, la resiliencia ante la adversidad y la habilidad de convertir la incertidumbre en oportunidades. Los emprendedores exitosos suelen compartir características como la creatividad, la proactividad, la tolerancia al riesgo y la capacidad para trabajar en entornos ambiguos. Más allá de identificar brechas en el mercado, desarrollan soluciones que aportan valor económico y social, creando productos, servicios o modelos operativos que mejoran la calidad de vida o fortalecen sectores productivos.

La literatura distingue diversos tipos de emprendimiento, cada uno con motivaciones y dinámicas particulares:

- Emprendimiento por necesidad: surge cuando los individuos buscan generar ingresos ante la falta de alternativas laborales. Suele presentarse en contextos de menor desarrollo económico o de empleo limitado.
- Emprendimiento por oportunidad: emerge cuando el emprendedor identifica nichos de mercado prometedores y decide aprovecharlos. En general, este tipo de emprendimiento tiende a generar mayores niveles de innovación y crecimiento.
- Emprendimiento social: orientado a la solución de problemas comunitarios o ambientales. Su objetivo principal es el impacto social, aunque también debe asegurar sostenibilidad financiera.
- Emprendimiento corporativo o intraemprendimiento: ocurre dentro de organizaciones ya establecidas, donde empleados innovadores desarrollan nuevos proyectos o mejoras significativas.

Este marco conceptual evidencia que el emprendimiento es mucho más que una actividad económica: es un fenómeno complejo que impacta tanto en la economía como en la estructura social de las comunidades.

El Plan de Negocios como Herramienta Estratégica

Para transformar una idea en un proyecto viable, es indispensable contar con una herramienta de planeación que permita organizar, evaluar y comunicar la propuesta de manera clara y estructurada. En este sentido, el plan de negocios constituye el documento rector que integra la visión empresarial, el análisis del entorno y la estrategia operativa.

Contrario a la noción de que es solo un requisito para obtener financiamiento, el plan de negocios es un ejercicio de reflexión profunda que obliga al emprendedor a cuestionar sus supuestos, identificar riesgos y definir estrategias concretas. A través de este documento se responden preguntas clave:

- ¿Qué problema del mercado se busca resolver?
- ¿Quién es el cliente ideal?
- ¿Cómo se generarán ingresos?
- ¿Qué recursos humanos, tecnológicos y financieros son necesarios?
- ¿Cuál es la ventaja competitiva que diferenciará al proyecto?

Un plan de negocios sólido suele incluir los siguientes componentes:

1. Resumen ejecutivo: síntesis clara de la oportunidad, el modelo de negocio y los aspectos más relevantes del proyecto.
2. Descripción del negocio: misión, visión, objetivos estratégicos y propuesta de valor.
3. Análisis de mercado: estudio de la industria, competencia directa e indirecta, tendencias, tamaño de mercado y perfil del cliente.
4. Plan de marketing: estrategias de posicionamiento, distribución, fijación de precios y promoción.
5. Estructura organizacional: roles, responsabilidades, estructura legal y requerimientos de talento.
6. Plan operativo: procesos clave de producción o prestación del servicio, cadena de suministro, logística y requerimientos tecnológicos.
7. Proyecciones financieras: estados financieros proyectados, flujo de efectivo, punto de equilibrio y análisis de rentabilidad para un periodo de tres a cinco años.

Es importante destacar que el plan de negocios no es un documento estático. Conforme el emprendimiento avanza, el emprendedor adquiere nuevo conocimiento sobre su mercado, ajusta su estrategia y redefine prioridades. Por ello, debe actualizarse periódicamente para mantenerse alineado con la realidad operativa.

Ecosistema Emprendedor

El éxito emprendedor rara vez se alcanza de manera aislada. Para que una idea prospere, es necesario un ecosistema emprendedor que provea recursos, acompañamiento y condiciones favorables. Dicho ecosistema incluye:

- Universidades: proveen talento, investigación aplicada y espacios de incubación.
- Gobiernos: establecen marcos regulatorios, incentivos y programas de apoyo.
- Inversionistas: aportan capital semilla, financiamiento y redes de contacto.

- Organizaciones de apoyo: incubadoras, aceleradoras, cámaras empresariales y laboratorios de innovación.
- Mentores y expertos: brindan asesoría especializada y experiencia práctica.

La calidad y articulación de estos actores influyen directamente en las tasas de éxito de nuevos emprendimientos. En el caso de México, persisten desafíos como trámites burocráticos complejos, acceso limitado a financiamiento temprano, altos niveles de informalidad y fragmentación de mercados. No obstante, también existen importantes oportunidades derivadas de su población joven, el crecimiento del comercio electrónico, la digitalización de servicios y su estratégica cercanía con Estados Unidos. Los emprendedores mexicanos que prosperan destacan por su creatividad, resiliencia y habilidad para operar en entornos complejos.

En conclusión, el emprendimiento exitoso surge de la convergencia entre una oportunidad real de mercado, la capacidad de ejecución del emprendedor y la disponibilidad de recursos adecuados. En este proceso, el plan de negocios funciona como una guía estratégica que orienta la toma de decisiones y minimiza la incertidumbre. Lejos de ser un simple documento formal, se convierte en un instrumento dinámico que evoluciona conforme el proyecto avanza.

En un entorno competitivo y marcado por la transformación digital, los emprendedores deben desarrollar no solo competencias técnicas específicas de su sector, sino también habilidades transversales como pensamiento crítico, comunicación efectiva, gestión financiera y liderazgo. El estudio del emprendimiento y la planeación de negocios proporciona las herramientas conceptuales y prácticas necesarias para crear organizaciones sostenibles que generen valor económico y social.

1. RESUMEN EJECUTIVO

1.1. Nombre

Asesoría Financiera (AFIN)

1.2. Razón Social

Asesoría Financiera, S.A. de C.V. (AFIN)

1.3. Giro

Consultoría en Inversiones

1.4. Ubicación

Ahuehuetes 38. San Bartolo Atepehuacan, Gustavo A. Madero, 07730. Ciudad de México.

1.5. Domicilio fiscal

Ahuehuetes 38. San Bartolo Atepehuacan, Gustavo A. Madero, 07730. Ciudad de México.

1.6. Resumen Ejecutivo

Asesoría Financiera, S.A. de C.V., en lo posterior, AFIN, es una consultoría especializada en gestión patrimonial e inversión, orientada a empresas, familias y personas físicas. Su misión es proteger, hacer crecer y optimizar el patrimonio de sus clientes mediante estrategias personalizadas, éticas y basadas en análisis rigurosos del entorno financiero local e internacional. La empresa nace ante la creciente necesidad de asesoría profesional en la toma de decisiones financieras, especialmente en contextos de volatilidad económica y complejidad fiscal.

AFIN ofrece un portafolio integral de servicios, entre los que destacan:

- Optimización de portafolios de inversión según perfil de riesgo y horizonte temporal.
- Diseño de estrategias fiscales y patrimoniales para la protección y transmisión del patrimonio.
- Acceso a instrumentos bursátiles nacionales e internacionales (acciones, bonos, ETFs, fondos indexados, etc.).
- Asesoramiento a empresas para la inversión eficiente de excedentes de caja.
- Diseño y gestión de fondos de empleados con enfoque en rentabilidad y sostenibilidad.
- Capacitación financiera personalizada para individuos y equipos corporativos.

La empresa opera con un modelo ágil y profesional, liderado por una directora general con experiencia en mercados de capitales. Cuenta con un equipo multidisciplinario compuesto por analistas financieros certificados, asesores fiscales, especialistas en planificación patrimonial y un área de capacitación. Además, se apoya en alianzas estratégicas con corredores de bolsa, custodios internacionales y despachos legales para ofrecer soluciones integrales.

Los objetivos estratégicos incluyen:

- Posicionarse como referente en consultoría financiera independiente en los próximos tres años.
- Atender a más de 200 clientes individuales y 30 empresas en el primer año.
- Lanzar un programa de educación financiera digital (webinars, cursos y newsletter).
- Desarrollar una plataforma tecnológica para el seguimiento en tiempo real de portafolios.
- Fomentar la inclusión financiera mediante planes de inversión accesibles para nuevos inversores.

El mercado objetivo de AFIN abarca PYMES con excedentes de caja no invertidos, profesionales independientes con ingresos estables, familias de clase media-alta en proceso de planificación patrimonial y empresas que buscan alternativas para fondos de empleados. En un contexto de baja rentabilidad en depósitos tradicionales y creciente interés por la inversión responsable y global, la demanda de asesoría calificada ha crecido exponencialmente, especialmente tras la digitalización de los mercados financieros.

Ventajas competitivas:

- Enfoque 100% independiente (sin comisiones por productos, lo que garantiza imparcialidad).
- Personalización extrema: cada estrategia se diseña a la medida del cliente.
- Acceso a mercados internacionales con soporte en moneda local.
- Equipo con certificaciones internacionales (CFA, CFP, entre otras).
- Integración de tecnología, educación y asesoría humana.

La estrategia de comercialización se basa en tres pilares:

1. Marketing de contenidos: publicación de análisis de mercado, guías prácticas y casos de éxito en redes sociales y blog.
2. Alianzas estratégicas: colaboración con despachos contables, bufetes legales, cámaras empresariales y universidades.
3. Experiencia del cliente: atención personalizada, reuniones trimestrales de revisión y reportes claros y visuales del desempeño de inversiones.

Inversiones

La inversión inicial asciende a \$150 mil, destinados a:

- Desarrollo de plataforma digital de gestión (40%).
- Contratación del equipo técnico y legal (30%).
- Campañas de posicionamiento y adquisición de clientes (20%).

- Infraestructura y cumplimiento regulatorio (10%).

Resultados e indicadores económicos y financieros (primer año proyectado)

- Ingresos estimados: \$590 mil
- Margen bruto: 65%.
- Punto de equilibrio: alcanzado al mes 8.
- Retorno sobre la inversión (ROI): 120% al final del segundo año.
- Tasa de retención de clientes: 90%.
- Crecimiento anual proyectado: 35% en los primeros tres años.

1.7. Misión

“Proteger, hacer crecer y optimizar el patrimonio de empresas, familias y personas físicas mediante estrategias personalizadas, éticas y basadas en análisis rigurosos del entorno financiero local e internacional.”

1.8. Visión

“Ser el referente nacional en asesoría financiera, patrimonial e inversiones para empresas, familias y personas físicas, reconocidos por nuestra independencia, innovación y compromiso con la generación de valor sostenible.”

1.9. Valores

Integridad

Actuamos con honestidad, transparencia y coherencia en todas nuestras decisiones y recomendaciones, poniendo siempre el interés del cliente por encima de cualquier incentivo comercial.

Independencia

Nuestra asesoría se basa únicamente en el análisis objetivo y en las necesidades reales del cliente, sin vínculos con productos, comisiones ni presiones externas que comprometan nuestra imparcialidad.

Confidencialidad

Protegemos la privacidad y la información sensible de nuestros clientes con los más altos estándares de seguridad y ética profesional.

Responsabilidad

Asumimos con seriedad el rol de guardianes del patrimonio de nuestros clientes, tomando decisiones con prudencia, sentido del deber y enfoque a largo plazo.

Empatía

Escuchamos activamente, comprendemos las metas personales y empresariales de cada cliente, y construimos relaciones de confianza basadas en el respeto mutuo.

Innovación con sentido

Promovemos soluciones financieras modernas, accesibles y adaptadas a un mundo globalizado, sin perder de vista la sostenibilidad y la protección del capital.

Compromiso social

Fomentamos la educación financiera como herramienta de inclusión, empoderamiento y desarrollo económico responsable en la comunidad.

1.10. Definición Del Negocio

AFIN corresponde a una empresa de servicios especializados en asesoría financiera, patrimonial e inversiones, orientada a empresas, familias y personas físicas. No se dedica a la producción ni comercialización de bienes tangibles, sino que su valor radica en el conocimiento técnico, la experiencia profesional y la personalización de soluciones financieras integrales.

La empresa brinda un portafolio integral de servicios que incluye: optimización de portafolios de inversión según el perfil de riesgo y horizonte temporal del cliente; diseño de estrategias fiscales y patrimoniales para la protección y transmisión del patrimonio; acceso a instrumentos bursátiles nacionales e internacionales (acciones, bonos, ETFs, fondos indexados, entre otros); asesoramiento a empresas para la inversión eficiente de excedentes de caja; creación y gestión de fondos de empleados; y capacitación financiera personalizada tanto para individuos como para equipos corporativos.

La oferta está dirigida a tres segmentos estratégicos:

1. Personas físicas con capacidad de ahorro e interés en invertir de manera informada (profesionales, ejecutivos, jubilados, entre otros);
2. Familias en proceso de planificación patrimonial intergeneracional; y
3. Empresas, especialmente pymes, que buscan gestionar de forma inteligente sus excedentes de caja, crear fondos de empleados o mejorar su estructura financiera.

Las actividades se desarrollan de forma presencial y digital, con una oficina central ubicada en una zona estratégica y una plataforma tecnológica segura que permite atender clientes locales, nacionales e internacionales, facilitando el acceso a mercados globales con soporte en moneda local.

AFIN se distingue por su independencia absoluta —no recibe comisiones por recomendar productos, lo que garantiza asesoría imparcial—, su enfoque 100 % personalizado, el acceso a mercados internacionales con acompañamiento continuo, un equipo certificado (CFA, CFP, entre otras), y la integración de educación financiera como componente esencial del servicio. Este modelo asegura que cada cliente no solo reciba recomendaciones, sino que comprenda y participe activamente en la gestión de su patrimonio.

2. ANÁLISIS FODA DEL NUEVO NEGOCIO

2.1. Matriz FODA

Fortalezas	Oportunidades
Independencia absoluta	Baja rentabilidad bancaria
Equipo certificado	Digitalización financiera
Personalización extrema	Inversión ESG
Acceso mercados internacionales	PYMEs desatendidas
Plataforma tecnológica	Educación financiera
Alianzas estratégicas	Profesionales independientes
Educación financiera	Planificación patrimonial
Valores sólidos	Tendencia fee-only
Propuesta integral	Fondos de empleados
Debilidades	Amenazas
Sin track record	Volatilidad económica
Recursos limitados	Cambios regulación fiscal
Equilibrio mes 8	Competencia establecida
Marca desconocida	Regulación estricta
Capacidad reducida	Crisis económicas
Tecnología en desarrollo	Desconfianza sector
Vulnerabilidad rotación	Robo-advisors
Una sola oficina	Crisis internacionales
	Ciberseguridad

2.2. Análisis Del Entorno Interno

2.2.1. Fortalezas

Modelo de negocio independiente

- Asesoría 100% imparcial sin comisiones por productos, lo que genera confianza y diferenciación competitiva.

Equipo altamente calificado

- Certificaciones internacionales (CFA, CFP) que respaldan la expertise técnica.

Personalización extrema

- Cada estrategia se diseña a la medida del cliente, generando alto valor percibido.

Acceso a mercados internacionales

- Capacidad de ofrecer instrumentos globales con soporte en moneda local.

Integración tecnológica

- Plataforma digital para seguimiento en tiempo real de portafolios.

Alianzas estratégicas consolidadas

- Red de corredores de bolsa, custodios internacionales y despachos legales.

Educación financiera integrada

- Componente educativo que empodera a los clientes y genera lealtad.

Valores corporativos sólidos

- Integridad, independencia y responsabilidad fiduciaria claramente definidos.

Propuesta de valor integral

- Combinación de asesoría, ejecución y educación en un solo servicio.

2.2.2. Debilidades

Empresa nueva sin track record

- Ausencia de historial demostrable de resultados y casos de éxito.

Recursos financieros limitados

- Inversión inicial de \$150 mil puede restringir capacidad de crecimiento acelerado.

Punto de equilibrio tardío

- Alcanzar rentabilidad al mes 8 implica periodo de riesgo operativo.

Reconocimiento de marca nulo

- Ausencia de posicionamiento en un mercado dominado por instituciones establecidas.

Capacidad operativa inicial reducida

- Equipo pequeño puede limitar la capacidad de atender múltiples clientes simultáneamente.

Dependencia tecnológica en desarrollo

- Plataforma digital aún no operativa al 100% representa riesgo de implementación.

Vulnerabilidad ante rotación de personal clave

- Pérdida de talento certificado podría afectar significativamente la operación.

Infraestructura física limitada

- Una sola oficina puede restringir cobertura geográfica inicial.

2.3. Análisis Del Entorno Externo

2.3.1. Oportunidades

Baja rentabilidad de productos bancarios tradicionales

- Tasas de ahorro e instrumentos conservadores poco atractivos impulsan búsqueda de alternativas.

Digitalización acelerada del sector financiero

- Mayor accesibilidad a mercados internacionales para inversionistas individuales.

Creciente interés en inversión responsable (ESG)

- Demanda de portafolios sostenibles y con impacto social.

Segmento de PYMEs desatendido

- Empresas con excedentes de caja sin estrategia de inversión definida.

Necesidad de educación financiera

- Bajo nivel de cultura financiera en México representa oportunidad de posicionamiento.

Profesionales independientes en crecimiento

- Freelancers y emprendedores con ingresos variables buscan estabilidad patrimonial.

Mercado de planificación patrimonial intergeneracional

- Familias de clase media-alta interesadas en transmisión ordenada de patrimonio.

Tendencia hacia asesoría fee-only

- Rechazo creciente a modelos basados en comisiones ocultas.

Fondos de empleados corporativos

- Empresas buscan opciones de ahorro y prestaciones innovadoras para colaboradores.

2.3.2. Amenazas

Volatilidad económica persistente

- Incertidumbre macroeconómica reduce apetito de riesgo y capacidad de inversión.

Complejidad y cambios en regulación fiscal

- Modificaciones constantes dificultan planificación a largo plazo.

Competencia de instituciones establecidas

- Bancos y casas de bolsa con mayores recursos, infraestructura y reconocimiento.

Regulación financiera estricta

- Cumplimiento normativo demanda recursos y puede generar barreras de entrada.

Crisis económicas y recesiones

- Reducción drástica en capacidad de ahorro e inversión de potenciales clientes.

Desconfianza generalizada en sector financiero

- Historial de fraudes y malas prácticas genera escepticismo en nuevos entrantes.

Competidores tecnológicos (robo-advisors)

- Plataformas automatizadas de bajo costo pueden captar segmento de entrada.

Fluctuaciones en mercados internacionales

- Crisis globales afectan rendimiento de portafolios y confianza de clientes.

Ciberseguridad y protección de datos

- Amenazas digitales representan riesgo reputacional y legal.

2.4. Objetivos Estratégicos Por Área

2.4.1. Área Comercial

Objetivo 1: Posicionamiento de marca

- Posicionar a AFIN como la consultoría financiera independiente de referencia en la Zona Metropolitana del Valle de México durante los primeros 24 meses, alcanzando un reconocimiento espontáneo del 15% en el público objetivo.

Objetivo 2: Captación de clientes

- Captar 200 clientes individuales y 30 empresas durante el primer año de operación, con un ticket promedio de \$2,500 por persona física y \$15,000 por empresa.

Objetivo 3: Diversificación de canales

- Lanzar programa de educación financiera digital (webinars mensuales, newsletter quincenal y 3 cursos online) que genere 1,000 leads cualificados en el primer año.

Objetivo 4: Alianzas comerciales

- Establecer 10 alianzas estratégicas con despachos contables, bufetes legales y cámaras empresariales que generen al menos 40% de las referencias comerciales.

Objetivo 5: Retención

- Alcanzar una tasa de retención de clientes del 90% mediante reuniones trimestrales de revisión y reportes mensuales personalizados.

2.4.2 Área Operativa

Objetivo 1: Implementación tecnológica

- Desarrollar e implementar la plataforma digital de gestión de portafolios con capacidad de seguimiento en tiempo real en los primeros 6 meses, con disponibilidad mínima del 99.5%.

Objetivo 2: Certificación de procesos

- Documentar y certificar todos los procesos operativos críticos (onboarding, análisis de perfil, rebalanceo, reportería) bajo estándares ISO 9001 antes del mes 12.

Objetivo 3: Escalabilidad

- Diseñar un modelo operativo escalable que permita atender hasta 500 clientes con el equipo inicial, mediante automatización de procesos administrativos en un 60%.

Objetivo 4: Tiempos de respuesta

- Establecer SLAs (Service Level Agreements) con tiempo máximo de respuesta de 24 horas para consultas ordinarias y 4 horas para situaciones críticas de mercado.

Objetivo 5: Alianzas operativas

- Formalizar acuerdos con al menos 3 corredores de bolsa, 2 custodios internacionales y 1 despacho legal antes del inicio de operaciones.

2.4.3. Área De Personal

Objetivo 1: Conformación de equipo

- Integrar un equipo multidisciplinario de 8 profesionales: 1 director general, 3 analistas financieros certificados, 2 asesores (fiscal y patrimonial), 1 especialista en tecnología y 1 coordinador de educación financiera.

Objetivo 2: Certificaciones profesionales

- Lograr que el 100% del equipo de análisis cuente con al menos una certificación reconocida (CFA, CFP, AMIB) y mantener educación continua con 40 horas anuales por colaborador.

Objetivo 3: Cultura organizacional

- Implementar programa de inducción que garantice interiorización de valores corporativos (integridad, independencia, confidencialidad) en 100% de nuevos colaboradores.

Objetivo 4: Retención de talento

- Diseñar esquema de compensación competitivo (80% fijo, 20% variable) con plan de desarrollo profesional que logre retención del 90% del talento clave en los primeros 3 años.

Objetivo 5: Evaluación de desempeño

- Establecer sistema de evaluación semestral basado en KPIs: satisfacción del cliente (NPS), crecimiento de cartera gestionada, cumplimiento regulatorio y desarrollo profesional.

2.4.4. Área Legal

Objetivo 1: Constitución legal

- Completar el registro de AFIN como Sociedad Anónima de Capital Variable ante notario público, SAT, IMSS y autoridades locales dentro de los primeros 45 días hábiles.

Objetivo 2: Cumplimiento regulatorio

- Obtener todas las autorizaciones y registros necesarios ante la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) y cumplir con disposiciones de Prevención de Lavado de Dinero (PLD) antes de iniciar operaciones.

Objetivo 3: Contratos y políticas

- Desarrollar contratos de servicios, avisos de privacidad, políticas de conflicto de interés y manuales de conducta profesional conforme a mejores prácticas internacionales (estándares CFA Institute).

Objetivo 4: Protección de datos

- Implementar políticas de protección de datos personales en cumplimiento de la Ley Federal de Protección de Datos Personales (LFPDPPP) con auditoría de cumplimiento semestral.

Objetivo 5: Gestión de riesgos legales

- Establecer un comité de ética y cumplimiento que se reúna trimestralmente para revisar posibles conflictos de interés, quejas de clientes y actualización normativa.

2.4.5. Área Financiera

Objetivo 1: Capitalización inicial

- Asegurar la inversión inicial de \$150,000 MXN distribuida en: desarrollo tecnológico (40%), contratación de equipo (30%), marketing (20%) e infraestructura (10%).

Objetivo 2: Punto de equilibrio

- Alcanzar el punto de equilibrio operativo en el mes 8, con ingresos mensuales de al menos \$50,000 MXN que cubran costos fijos y variables.

Objetivo 3: Ingresos y rentabilidad

- Generar ingresos de \$590,000 MXN en el primer año con un margen bruto del 65%, incrementando ventas un 35% anual durante los primeros tres años.

Objetivo 4: ROI y crecimiento

- Lograr un Retorno sobre la Inversión (ROI) del 120% al final del segundo año, reinvertiendo el 40% de las utilidades en tecnología y expansión comercial.

Objetivo 5: Estructura de costos

- Mantener una estructura de costos eficiente con gastos de operación no mayores al 35% de los ingresos totales y costos de adquisición de cliente (CAC) inferiores a \$2,000 MXN.

Objetivo 6: Indicadores financieros

- Monitorear mensualmente: flujo de caja operativo, EBITDA, margen neto, AUM (Assets Under Management) por asesor, y crecimiento de cartera gestionada, con reportes al consejo directivo.

Objetivo 7: Fondeo de crecimiento

- Evaluar opciones de financiamiento para expansión (capital de riesgo, inversionistas ángel) a partir del mes 18, una vez demostrada viabilidad del modelo con métricas positivas sostenidas.

3. GESTIÓN DE MARKETING

3.1. Estudio De Mercado

3.1.1 Mercado Consumidor

3.1.1.1 Tamaño Del Mercado

Mercado potencial en México:

- Personas físicas con capacidad de inversión: Aproximadamente 8.5 millones de personas en México pertenecen a los niveles socioeconómicos A/B, C+ y C (clase media-alta y alta) con capacidad de ahorro e inversión.
- PYMEs con excedentes: Existen más de 4.1 millones de PYMEs en México, de las cuales aproximadamente 500,000 tienen excedentes de caja superiores a \$200,000 MXN anuales sin estrategia de inversión.
- Profesionales independientes: Estimado de 2.3 millones de freelancers, consultores y emprendedores con ingresos variables que requieren planificación financiera.

Mercado objetivo Ciudad de México:

- Zona Metropolitana concentra el 22% del PIB nacional
- Aproximadamente 1.2 millones de hogares en niveles socioeconómicos objetivo
- 85,000 PYMEs formales con potencial de inversión
- Alta concentración de empresas multinacionales y corporativos

3.1.1.2. Características Del Consumidor

Perfil demográfico:

- Edad: 30-65 años
- Género: Indistinto (ligera mayoría masculina 55%-45% en productos financieros)
- Nivel educativo: Licenciatura o superior
- Ingreso mensual: Personas físicas >\$30,000 MXN; Empresas con facturación >\$500,000 MXN anuales
- Ubicación: Zonas urbanas, especialmente CDMX, Monterrey, Guadalajara

Perfil psicográfico:

- Personas conscientes de la importancia de planificación financiera
- Buscan crecimiento patrimonial a mediano-largo plazo
- Valoran la transparencia y asesoría profesional
- Desconfianza hacia instituciones financieras tradicionales
- Interés en diversificación internacional
- Sensibilidad hacia inversión responsable (ESG)
- Alto nivel de educación, pero bajo conocimiento financiero técnico

Comportamiento de compra:

- Proceso de decisión extenso (3-6 semanas)
- Alta influencia de recomendaciones (70% decide por referencia)
- Buscan múltiples cotizaciones antes de contratar
- Valoran certificaciones y credenciales profesionales
- Prefieren comunicación personalizada y presencial para primera contratación
- Creciente adopción de seguimiento digital

3.1.2. Segmentación De Mercado

Segmento 1: Profesionales Independientes

Características:

- Edad: 30-50 años
- Ingresos: \$50,000-\$150,000 MXN mensuales
- Ocupación: Consultores, médicos, abogados, freelancers especializados
- Ubicación: Zonas urbanas metropolitanas

Necesidades específicas:

- Manejo de ingresos variables
- Planeación fiscal como personas físicas con actividad empresarial
- Fondos de retiro autodirigidos
- Inversiones líquidas para contingencias

Tamaño estimado: 300,000 personas en CDMX Potencial de ingreso: \$2,500-\$5,000 MXN/mes por cliente

Segmento 2: Ejecutivos y Empleados de Alto Nivel

Características:

- Edad: 35-55 años
- Ingresos: \$80,000-\$250,000 MXN mensuales
- Ocupación: Directores, gerentes senior en empresas multinacionales
- Ubicación: Polanco, Santa Fe, Lomas, Interlomas

Necesidades específicas:

- Optimización de compensación (bonos, stock options)
- Planificación de retiro anticipado
- Diversificación internacional
- Protección patrimonial familiar

Tamaño estimado: 150,000 personas en CDMX. Potencial de ingreso: \$5,000-\$15,000 MXN/mes por cliente

Segmento 3: Familias en Planificación Patrimonial

Características:

- Edad jefe de familia: 45-70 años
- Patrimonio: >\$5 millones MXN
- Situación: Patrimonio consolidado, hijos mayores
- Ubicación: Zonas residenciales premium

Necesidades específicas:

- Transmisión intergeneracional eficiente
- Estructuras de protección patrimonial
- Minimización de carga fiscal en sucesiones
- Educación financiera para herederos

Tamaño estimado: 80,000 familias en CDMX Potencial de ingreso: \$10,000-\$30,000 MXN/mes por familia

Segmento 4: PYMEs con Excedentes de Caja

Características:

- Facturación: \$5-\$50 millones MXN anuales
- Sector: Servicios profesionales, tecnología, comercio
- Antigüedad: >3 años en operación
- Excedentes: \$500,000-\$5 millones MXN disponibles

Necesidades específicas:

- Inversión de capital de trabajo ocioso
- Mejora de rendimiento vs cuentas bancarias
- Instrumentos líquidos y seguros
- Reportería clara para contabilidad

Tamaño estimado: 25,000 empresas en CDMX Potencial de ingreso: \$8,000-\$25,000 MXN/mes por empresa

Segmento 5: Empresas con Fondos de Empleados

Características:

- Tamaño: 50-500 empleados
- Sector: Manufactura, servicios, retail
- Interés en prestaciones competitivas
- Ubicación: Nacional (gestión remota posible)

Necesidades específicas:

- Diseño de fondos de ahorro atractivos
- Gestión profesional transparente

- Educación financiera para empleados
- Cumplimiento regulatorio laboral

Tamaño estimado: 5,000 empresas en CDMX Potencial de ingreso: \$15,000-\$50,000 MXN/mes por empresa.

3.2. Mercado Competidor

3.2.1. Análisis Competitivo

Competencia Directa

1. Asesores Financieros Independientes (AFI)

Fortalezas:

- Servicio altamente personalizado
- Flexibilidad en tarifas
- Relaciones cercanas con clientes
- Agilidad en toma de decisiones

Debilidades:

- Falta de estructura organizacional
- Capacidad limitada de atención
- Sin respaldo institucional
- Acceso limitado a instrumentos sofisticados
- No escalables

Participación de mercado: 15% Clientes típicos: Inversionistas pequeños (\$100k-\$1M MXN)

2. Casas de Bolsa Tradicionales

Fortalezas:

- Infraestructura robusta
- Acceso directo a mercados
- Reconocimiento de marca
- Oferta amplia de productos
- Respaldo regulatorio

Debilidades:

- Conflictos de interés (productos propios)
- Atención impersonal en segmentos no premium
- Comisiones elevadas
- Procesos burocráticos
- Enfoque transaccional vs asesoría

Participación de mercado: 35% Clientes típicos: Inversionistas medianos-grandes (>\$2M MXN)

3. Banca Privada

Fortalezas:

- Amplia gama de servicios financieros
- Infraestructura internacional
- Marca consolidada
- Acceso a crédito estructurado
- Plataformas tecnológicas desarrolladas

Debilidades:

- Mínimos de inversión elevados (\$5-10M MXN)
- Venta de productos propios con comisiones
- Servicio estandarizado
- Rotación alta de asesores
- Enfoque en comisiones vs valor

Participación de mercado: 40% Clientes típicos: UHNW (Ultra High Net Worth) >\$10M MXN

4. Robo-Advisors y Plataformas Digitales

Fortalezas:

- Costos muy competitivos (0.5-1% anual)
- Proceso 100% digital
- Bajos mínimos de inversión
- Tecnología intuitiva
- Crecimiento acelerado

Debilidades:

- Servicio automatizado sin personalización
- No apto para casos complejos
- Sin asesoría fiscal/patrimonial
- Limitado a portafolios estándar
- Falta de acompañamiento humano

Participación de mercado: 5% (creciendo rápidamente) Clientes típicos: Millennials/Gen Z (\$10k-\$500k MXN)

5. Family Offices y Consultoras Boutique

Fortalezas:

- Extremadamente personalizados

- Servicios integrales (legal, fiscal, inversión)
- Relaciones de muy largo plazo
- Acceso a inversiones alternativas

Debilidades:

- Mínimos muy elevados (>\$50M MXN)
- Costos prohibitivos para segmento medio
- Poco escalables
- Acceso restringido

Participación de mercado: 5% Clientes típicos: Familias empresariales, UHNW

Competencia Indirecta

1. Despachos Contables/Fiscales

- Ofrecen planeación fiscal pero sin gestión de inversiones
- Pueden referir clientes o competir en servicios patrimoniales

2. Plataformas de Trading (e-Toro, Bursanet)

- Para inversionistas autodidactas
- Sin asesoría personalizada

3. Seguros e Instituciones de Ahorro

- Productos de ahorro a largo plazo (seguros, afores)
- Limitados en flexibilidad y rendimiento

3.2.2. Ventaja Competitiva

Ventajas Competitivas Principales

1. Independencia Absoluta con Estructura Profesional

Descripción: AFIN combina la imparcialidad de un asesor independiente (fee-only, sin comisiones por productos) con la solidez de una estructura corporativa profesional, certificada y escalable.

Diferenciador clave:

- vs AFI individuales: Mayor capacidad, respaldo institucional, equipo multidisciplinario
- vs Casas de Bolsa/Bancos: Cero conflictos de interés, asesoría genuinamente alineada con el cliente
- vs Robo-advisors: Combinación de independencia con personalización humana

2. Personalización Extrema + Educación Financiera Integrada

Descripción: Cada estrategia se diseña completamente a medida, pero además se acompaña de un componente educativo que empodera al cliente para comprender y participar en sus decisiones.

Diferenciador clave:

- vs Competencia: La mayoría ofrece personalización O educación, AFIN integra ambas
- Modelo "teach to fish": Cliente no depende ciegamente del asesor
- Reuniones trimestrales explicativas, no solo informativas

3. Acceso Internacional con Soporte Local

Descripción: Capacidad de construir portafolios con instrumentos globales (ETFs internacionales, ADRs, bonos soberanos) pero con asesoría en español, consideraciones fiscales mexicanas y soporte en pesos mexicanos.

Diferenciador clave:

- vs AFI pequeños: Acceso a custodios internacionales y instrumentos sofisticados
- vs Robo-advisors: Acompañamiento para navegar complejidad cambiaria y fiscal
- vs Instituciones grandes: Sin forzar productos propios

4. Transparencia Radical en Costos

Descripción: Fee structure completamente transparente (% sobre AUM o tarifa fija), sin comisiones ocultas, kickbacks ni incentivos por recomendar productos específicos.

Diferenciador clave:

- Modelo fee-only todavía minoritario en México (<10% del mercado)
- Contratos claros con desglose completo de costos
- Comparación abierta con alternativas

5. Integración Tecnología + Humanización

Descripción: Plataforma digital para seguimiento 24/7 y automatización de reportes, PERO con asesor humano dedicado, reuniones regulares y contacto directo en momentos críticos.

Diferenciador clave:

- vs Robo-advisors: El respaldo humano en volatilidad evita decisiones emocionales destructivas
- vs Instituciones tradicionales: Tecnología comparable pero con servicio más cercano
- Mejor de ambos mundos

Propuesta de Valor Única (UVP)

"Protegemos y hacemos crecer tu patrimonio con asesoría 100% independiente, estrategias a tu medida y educación financiera, para que tomes decisiones informadas con confianza."

3.3. Mercado Proveedor

3.3.1. Identificación De Proveedores Clave

Categoría 1: Intermediarios Financieros

Corredores de Bolsa / Broker-Dealers

- Función: Ejecución de operaciones bursátiles
- Ejemplos: GBM+, Kuspit Capital, Interactive Brokers México
- Importancia: CRÍTICA - Sin ellos no hay ejecución de inversiones

Custodios Internacionales

- Función: Custodia de valores internacionales
- Ejemplos: Interactive Brokers, Charles Schwab International
- Importancia: ALTA - Necesarios para diversificación global

Categoría 2: Servicios Profesionales

Despachos Legales Especializados

- Función: Estructuración patrimonial, fideicomisos, aspectos regulatorios
- Ejemplos: Bufetes con especialidad en derecho financiero y fiscal
- Importancia: ALTA - Fundamentales para casos complejos

Despachos Contables/Fiscales

- Función: Planeación fiscal, cumplimiento tributario
- Ejemplos: Firmas contables medianas especializadas

Auditores Externos

- Función: Auditoría de procesos, cumplimiento
- Ejemplos: Firmas con especialidad en servicios financieros

Categoría 3: Tecnología

Desarrolladores de Plataforma de Gestión

- Función: Desarrollo y mantenimiento de sistema propietario
- Ejemplos: Software houses especializadas en fintech

Proveedores de Datos Financieros

- Función: Feeds de precios, análisis, investigación
- Ejemplos: Bloomberg Terminal (costoso), Refinitiv, Yahoo Finance API, Alpha Vantage

Servicios de Ciberseguridad

- Función: Protección de datos, prevención de ataques
- Ejemplos: Empresas especializadas en seguridad informática

Hosting y Cloud Services

- Función: Infraestructura tecnológica
- Ejemplos: AWS, Google Cloud, Azure

Categoría 4: Marketing y Comunicación

Agencias de Marketing Digital

- Función: SEO, SEM, gestión de redes sociales, content marketing

Diseñadores Gráficos / Branding

- Función: Identidad visual, materiales promocionales

Plataformas de Email Marketing

- Función: Newsletter, automatización de comunicación
- Ejemplos: Mailchimp, HubSpot, ActiveCampaign

Categoría 5: Infraestructura y Operaciones (Básicos)

Proveedores de Oficina / Coworking

- Función: Espacio físico profesional

Seguros Empresariales

- Función: Responsabilidad civil profesional, ciberseguridad

Servicios Administrativos

- Función: Contabilidad interna, nómina, administración

3.4. Proyección De Ventas

Supuestos Base

Supuestos de Mercado

- Crecimiento del mercado de asesoría financiera en México: 8-12% anual
- Tasa de conversión de leads a clientes: 15-20%
- Ciclo de ventas promedio: 4-6 semanas
- Estacionalidad: Q1 y Q4 más activos (planeación anual y fiscal)

Supuestos de Pricing

Personas Físicas:

- Fee anual: 1.0-1.5% sobre AUM (Assets Under Management)
- Ticket promedio mensual: \$3,500 MXN

Empresas:

- Fee anual: 0.8-1.2% sobre AUM + tarifa base por asesoría
- Ticket promedio mensual: \$15,000 MXN

Supuestos de Crecimiento

- Inversión en marketing: 20% de la inversión inicial (\$30,000)
- Tasa de retención: 90% anual
- Referidos: 30% de nuevos clientes provienen de recomendaciones (a partir del mes 6)
- Capacidad operativa inicial: 250 clientes con equipo base

3.5. Estrategia De Marketing

3.5.1. Estrategia De Producto

Definición de la Oferta

Producto Core: Asesoría Financiera Integral Fee-Only

El "producto" principal de AFIN es un servicio profesional de asesoría financiera independiente que combina tres elementos inseparables:

1. Análisis y Diseño de Estrategia Personalizada
2. Ejecución y Gestión Continua de Inversiones
3. Educación y Acompañamiento Financiero

Portafolio de Servicios (Productos)

PAQUETE 1: AFIN ESENCIAL *Para nuevos inversionistas*

Características:

- AUM mínimo: \$100,000 MXN
- 2 reuniones anuales (presenciales o virtuales)
- Reportes trimestrales estándar

- Acceso a plataforma digital
- Rebalanceo semestral
- Newsletter mensual educativo

Perfil de cliente: Profesionales independientes jóvenes, primeros inversionistas

Precio: 1.5% anual sobre AUM (\$1,500 mínimo anual)

PAQUETE 2: AFIN PLUS

Características:

- AUM mínimo: \$500,000 MXN
- 4 reuniones anuales personalizadas
- Reportes mensuales con análisis cualitativo
- Acceso premium a plataforma
- Rebalanceo trimestral táctico
- Asesoría fiscal básica incluida
- Webinars exclusivos mensuales
- Chat directo con asesor

Perfil de cliente: Ejecutivos, empresarios, familias de clase media-alta

Precio: 1.2% anual sobre AUM (\$6,000 mínimo anual)

PAQUETE 3: AFIN PATRIMONIAL *Para familias y alto patrimonio*

Características:

- AUM mínimo: \$3,000,000 MXN
- Reuniones ilimitadas (mínimo 6 anuales)
- Reportes mensuales ejecutivos personalizados
- Asesoría patrimonial y sucesoria
- Planeación fiscal avanzada
- Rebalanceo mensual
- Acceso a inversiones alternativas
- Soporte legal coordinado (con despacho aliado)
- Educación financiera para herederos
- Gerente de relación dedicado

Perfil de cliente: Familias empresariales, UHNW

Precio: 1.0% anual sobre AUM (\$30,000 mínimo anual)

PAQUETE 4: AFIN CORPORATIVO *Para PYMEs y fondos de empleados*

Características:

- AUM mínimo: \$1,000,000 MXN

- Estrategia de tesorería empresarial
- Inversión de excedentes de caja
- Diseño de fondos de ahorro para empleados
- Reportería contable integrada
- Capacitación financiera in-company
- Reuniones trimestrales con comité de inversión
- Dashboard ejecutivo en tiempo real

Perfil de cliente: PYMEs, departamentos de finanzas corporativas

Precio: 0.8-1.0% sobre AUM + \$10,000 setup fee

SERVICIOS ADICIONALES

Consultoría de Una Sola Vez:

- Segunda opinión sobre portafolio existente: \$5,000
- Plan financiero integral (sin gestión): \$8,000-\$15,000
- Asesoría pre-retiro: \$12,000

Educación Financiera:

- Taller corporativo (4 horas): \$15,000
- Curso individual personalizado (6 sesiones): \$8,000
- Webinar público: Gratuito (lead generation)

3.5.2. Estrategia De Precios

Filosofía de Pricing

AFIN adopta un modelo FEE-ONLY basado en AUM (Assets Under Management), que alinea completamente los intereses del asesor con los del cliente: crecemos cuando tu patrimonio crece.

Estrategia De Distribución (Plaza)

Modelo de Distribución

AFIN opera un modelo híbrido omnicanal que combina:

1. Venta directa presencial (primeros contactos, casos complejos)
2. Venta directa digital (seguimiento, clientes jóvenes)
3. Alianzas estratégicas (referidos de profesionales)

Canales de Distribución

CANAL 1: OFICINA FÍSICA (HUB CENTRAL)

Ubicación: Ahuehuetes 38, San Bartolo Atepehuacan, Gustavo A. Madero, CDMX

CANAL 2: PLATAFORMA DIGITAL

Componentes:

- A) Website Corporativo (www.afinasesoria.mx)
- B) Plataforma de Gestión de Cliente (Portal del Cliente)
- C) Webinars y Educación Online

CANAL 3: ALIANZAS ESTRATÉGICAS (INDIRECTO)

Red de Referidos Profesionales:

Despachos Contables:

- Convenio de referencia cruzada
- Descuento del 10% para clientes referidos
- Comisión de referencia: 5% del primer año (sin afectar precio al cliente)
- Target: 10 despachos en Año 1

Bufetes Legales:

- Especialistas en derecho corporativo/sucesiones
- Servicio complementario (ellos hacen estructuras, nosotros gestionamos inversiones)
- Comisión de referencia: 5% del primer año

Cámaras Empresariales:

- COPARMEX, CANACINTRA, CANACO
- Webinars conjuntos para afiliados
- Descuento corporativo del 15% para miembros
- Stand en eventos empresariales

Universidades (Posgrados de Negocios):

- ITESM, IPADE, UP
- Talleres de educación financiera para alumni
- Oferta preferencial para egresados recientes
- Fortalece marca empleadora

Asociaciones Profesionales:

- Colegios de médicos, abogados, arquitectos
- Programa de finanzas para profesionistas
- Acceso a bases de datos de socios

CANAL 4: EVENTOS Y NETWORKING

Eventos Propios:

- Desayunos trimestrales "Conversaciones Financieras" (25-30 invitados)
- Temas: Tendencias de inversión, planeación patrimonial, fiscalidad
- Networking + breve presentación de AFIN

Participación en Eventos de Terceros:

- Expos financieras (Expo Finanzas Personales)
- Congresos de PYMEs
- Foros de inversión

Conferencias y Thought Leadership:

- Presentaciones en universidades
- Artículos en medios especializados (El Economista, Expansión)
- Podcasts de finanzas personales (invitado)

3.5.3. Estrategia De Comunicación

1. MARKETING DE CONTENIDOS (INBOUND) - 40% del presupuesto

Blog Corporativo:

- Frecuencia: 2 artículos semanales (8/mes)
- Temas: Educación financiera, análisis de mercados, casos de estudio, planeación fiscal
- SEO: Optimizado para palabras clave como "asesor financiero independiente CDMX", "cómo invertir en México", "planificación patrimonial"
- Meta: 5,000 visitantes mensuales al mes 12

Newsletter "AFIN Insights":

- Frecuencia: Semanal
- Contenido: Resumen de mercados, tip financiero, caso práctico
- Base de datos: 500 suscriptores mes 6, 2,000 al mes 12
- Tasa de apertura objetivo: >25%

Webinars Educativos:

- Frecuencia: 1 webinar mensual (primer martes, 7pm)
- Temas rotatorios: Fondos indexados, inversión ESG, planeación de retiro, fiscalidad
- Formato: 40 min presentación + 20 min Q&A
- Registro abierto: Lead magnet principal
- Meta: 50 asistentes promedio, 30% conversión a consulta

Guías Descargables (Lead Magnets):

- "Guía completa de inversión para principiantes"

- "Checklist de planificación patrimonial familiar"
- "10 errores financieros que te cuestan dinero"
- Formato: PDF descargable a cambio de email

2. REDES SOCIALES - 15% del presupuesto

LinkedIn (Plataforma Principal):

- Audiencia: Ejecutivos, empresarios, profesionales
- Contenido: Artículos de liderazgo intelectual, actualizaciones de mercado, ofertas de trabajo, casos de éxito (anónimos)
- Frecuencia: 5 publicaciones/semana
- Estrategia: Personal branding de la Directora General + página corporativa
- Meta: 3,000 seguidores al año 1

Instagram:

- Audiencia: Millennials, profesionales jóvenes
- Contenido: Infografías financieras, datos curiosos, testimoniales, behind-the-scenes
- Frecuencia: 3 posts/semana + 5 stories/semana
- Meta: 2,000 seguidores al año 1

YouTube:

- Contenido: Grabaciones de webinars, videos educativos cortos (3-5 min), tutoriales
- Frecuencia: 2 videos/mes
- Meta: 500 suscriptores, 50,000 vistas acumuladas

Twitter/X:

- Uso secundario: Comentarios en tiempo real de eventos financieros, curación de noticias
- Frecuencia: Diario

Facebook:

- Uso: Principalmente para publicidad pagada (no orgánico)

3. PUBLICIDAD PAGADA (SEM/SOCIAL ADS) - 20% del presupuesto

Google Ads (Search):

- Campaña 1: Palabras clave de alta intención
 - "asesor financiero independiente"
 - "asesoría de inversiones CDMX"
 - "planificación patrimonial México"
- Presupuesto: \$8,000 MXN/mes
- CPC esperado: \$15-30 MXN
- Meta: 250 clicks/mes → 45 leads (18% conversión)

Google Ads (Display Remarketing):

- Impactar visitantes del sitio web que no convirtieron
- Banner creativos con oferta de primera consulta gratuita
- Presupuesto: \$3,000 MXN/mes

LinkedIn Ads:

- Formato: Sponsored Content + InMail
- Targeting: CFOs, directores financieros, empresarios (50-500 empleados), ubicación CDMX
- Presupuesto: \$10,000 MXN/mes
- Meta: 30 leads corporativos/mes

Facebook/Instagram Ads:

- Campaña: Promoción de webinar gratuito
- Targeting: 30-55 años, intereses en finanzas/inversiones, NSE A/B/C+
- Presupuesto: \$5,000 MXN/mes
- Meta: 200 registros/mes

4. RELACIONES PÚBLICAS Y THOUGHT LEADERSHIP - 10% del presupuesto

Relaciones con Medios:

- Notas de prensa en lanzamiento, hitos importantes
- Columnista invitado en El Economista / Expansión (1 artículo trimestral)
- Entrevistas en radio financiera (ABC Radio, Imagen)

Publicaciones Especializadas:

- Artículos académicos en revistas de finanzas
- Participación en estudios de industria

Premios y Reconocimientos:

- Aplicación a "Mejores Empresas para Trabajar"
- Certificaciones de sostenibilidad (B Corp - Año 3)

5. ALIANZAS Y PARTNERSHIPS - 5% del presupuesto

Co-branding con Despachos:

- Webinars conjuntos con bufetes legales sobre planificación sucesoria
- Guías colaborativas con despachos contables sobre fiscalidad

Patrocinios Selectivos:

- Torneos de golf corporativos (networking)

- Eventos de cámaras empresariales
- Carreras atléticas (activación de marca saludable)

6. EMAIL MARKETING - 5% del presupuesto

Flujos Automatizados:

Nurture de Leads:

- Email 1 (día 0): Bienvenida + guía descargable
- Email 2 (día 3): Caso de éxito anónimo
- Email 3 (día 7): Invitación a webinar
- Email 4 (día 14): Oferta de consulta gratuita
- Email 5 (día 21): Último recordatorio

Onboarding de Clientes:

- Secuencia de 10 emails en primeros 90 días
- Educación sobre plataforma, expectativas, mejores prácticas

Clientes Existentes:

- Newsletter mensual exclusivo
- Alertas de mercado en eventos importantes
- Invitaciones a eventos VIP

4. GESTIÓN OPERATIVA

4.1. Objetivos Operativos

Los objetivos operativos se dividen en cortos, medianos y largos plazos:

Corto Plazo (0-6 meses):

- Desarrollar y lanzar la plataforma digital con funciones básicas: portal de cliente, visualización de portafolios y reportería mensual.
- Formalizar acuerdos con al menos tres brokers y dos custodios internacionales.
- Establecer SLAs internos de respuesta y protocolos para situaciones críticas de mercado.
- Documentar el 100% de los procesos clave de onboarding y gestión de clientes.

Mediano Plazo (6-12 meses):

- Certificar procesos bajo estándares ISO 9001.
- Integrar automatizaciones de rebalanceo y reportería.
- Implementar dashboards internos para control operativo.
- Capacitar a todo el personal en el uso de la plataforma y políticas regulatorias.

Largo Plazo (12-36 meses):

- Escalar la operación a 500 clientes con el mismo equipo base.
- Integrar la plataforma con APIs financieras avanzadas (precios, noticias, señales de riesgo).
- Ampliar infraestructura tecnológica para soportar análisis cuantitativos más robustos.
- Mejorar los tiempos de procesamiento y actualización de portafolios en tiempo real.

4.2. Recursos Materiales Necesarios

Infraestructura:

- Oficina física equipada con salas de juntas, sistemas de proyección y privacidad.
- Espacios diseñados para atención personalizada con clientes.

Tecnología:

- Plataforma digital propietaria con módulos de:
 - Onboarding automatizado.
 - Perfil de inversión.
 - Visualización de portafolios.

- Reportes descargables.
- Alertas de mercado.
- Suite de ciberseguridad de nivel empresarial.
- Herramientas especializadas: terminal de datos, hojas de cálculo avanzadas, CRM financiero.
- Nube escalable en AWS/Google Cloud con redundancia ante fallos.

Servicios de Apoyo:

- Contabilidad y nómina tercerizada.
- Auditoría externa financiera y regulatoria.
- Despachos legales especializados.
- Servicios de comunicación, marketing y diseño para materiales educativos.

4.3. Capacidad De Servicio

El dimensionamiento operativo de AFIN tiene como meta asegurar atención eficiente sin saturar la capacidad técnica ni humana.

La empresa puede gestionar:

- 250 clientes con fluidez y hasta 500 mediante automatización.
- 80 a 100 reuniones trimestrales por asesor.
- Procesamiento de rebalanceos trimestrales y alertas en tiempo real.
- Gestión simultánea de portafolios empresariales y personales.

4.4. Activos Fijos

- Mobiliario ergonómico y profesional para estaciones de trabajo.
- Servidores locales y suscripciones a infraestructura cloud.
- Licencias de software financiero, CRM y sistemas de análisis.
- Equipos de seguridad digital: firewalls, antivirus corporativo.
- Equipamiento audiovisual para webinars y cursos.

4.5. Ciclo del Servicio

1. Adquisición del Cliente:

Evaluación inicial, diagnóstico financiero, levantamiento de objetivos.

2. Onboarding:

Entrega de documentos, cumplimiento PLD, cuestionario de riesgo.

3. Diseño Estratégico:

Análisis cuantitativo, simulaciones, diseño de portafolio, validación con el cliente.

4. Ejecución:

Apertura de cuentas, compra inicial de instrumentos, configuración en la plataforma.

5. Seguimiento:

Reportes mensuales, reuniones trimestrales, monitoreo continuo.

6. Rebalanceo:

Ajustes periódicos o tácticos según mercado.

7. Acompañamiento:

Webinars, cursos, educación financiera diaria.

8. Evaluación Anual:

Retroalimentación, ajustes fiscales, redefinición de estrategias.

4.6. Buenas Prácticas Laborales

- Evaluaciones de desempeño semestrales basadas en KPIs técnicos y de servicio.
- Auditorías internas para verificar cumplimiento ético.
- Capacitación continua anual obligatoria.
- Políticas estrictas de confidencialidad y prevención de conflicto de interés.
- Promoción de ambiente colaborativo, seguro y orientado al bienestar del talento

4.7. Gestión De Personal

4.7.1. Estructura Organizativa Ampliada

La empresa adopta una estructura jerárquica flexible donde la dirección general coordina tres áreas clave:

- Área Técnica (analistas financieros).
- Área Fiscal y Patrimonial.
- Área de Tecnología y Educación.

La estructura permite escalar equipos a medida que se incorporan nuevos clientes sin perder personalización.

4.7.2. Necesidad De Personal

El perfil profesional requerido incluye:

- Certificaciones reconocidas internacionalmente (CFA, CFP, AMIB).
- Experiencia en análisis financiero, selección de activos y mercados internacionales.

- Conocimiento en fiscalidad mexicana y diseño patrimonial.
- Capacidad de comunicación y docencia para educación financiera.
- Dominio de herramientas tecnológicas y bases de datos.

4.7.3. Funciones Por Rol

Dirección General:

- Liderar estrategia comercial, operativa y regulatoria.
- Representación ante CNBV, SAT y socios financieros.
- Gestión integral de riesgos.

Analistas Financieros:

- Elaboración de estrategias de inversión optimizadas.
- Análisis técnico y fundamental.
- Monitoreo diario de mercados y alertas a clientes.
- Preparación de reportes avanzados.

Asesor Fiscal:

- Planeación fiscal, optimización tributaria y cumplimiento.
- Coordinación con contadores externos.
- Actualización constante en cambios de regulación.

Asesor Patrimonial:

- Diseño de estructuras sucesorias.
- Coordinación con despachos legales y notariales.
- Construcción de estrategias de largo plazo para familias.

Especialista Tecnológico:

- Desarrollo, mantenimiento y seguridad de la plataforma.
- Integración con APIs de datos.
- Prevención de ataques cibernéticos y respaldo continuo.

Coordinador Educativo:

- Diseño de cursos, webinars y guías prácticas.
- Manejo de la newsletter mensual.
- Creación de contenido educativo especializado.

4.7.4. Proceso De Contratación

- Reclutamiento activo en universidades y LinkedIn Recruiter.

- Prueba técnica de análisis financiero.
- Prueba ética y de valores.
- Entrevista técnica + entrevista de cultura organizacional.
- Verificación de certificaciones profesionales.
- Inducción formal con manuales de operación y ética.
- Capacitación continua con 40 horas anuales obligatorias.

4.8. Gestión Legal

4.8.1. Tipo De Empresa

AFIN opera como S.A. de C.V., estructura que permite capital variable, flexibilidad administrativa y cumplimiento normativo adecuado al sector financiero.

4.8.2. Aspectos Tributarios

Obligaciones:

- RFC, declaraciones mensuales y anuales, DIOT.
- Facturación electrónica.
- Control de deducciones por servicios profesionales.
- Cumplimiento PLD: identificación, seguimiento y reporte.
- Reportes de operaciones relevantes y de riesgo financiero.

4.8.3. Documentación Legal Requerida

- Acta constitutiva y estatutos sociales.
- Inscripción ante SAT.
- Registro patronal IMSS.
- Contratos marco de prestación de servicios.
- Aviso de privacidad conforme LFPDPPP.
- Políticas de conflicto de interés.
- Manuales PLD y KYC.
- Registros de marca e imagen corporativa.
- Acuerdos de colaboración con brokers y custodios.

4.8.4. Regulación y Oficinas De Control

Autoridades principales:

- CNBV: supervisión de servicios financieros y autorizaciones.

- CONDUSEF: registro de contratos.
- SAT: tributación y operaciones financieras.
- IMSS / INFONAVIT: obligaciones laborales.
- IMPI / INDAUTOR: propiedad intelectual.
- Cumplimientos especiales:
- Normativa PLD y KYC.
- Dictámenes fiscales cuando apliquen.
- Auditorías internas y externas semestrales.
- Mantenimiento del comité de ética y cumplimiento.

5. GESTIÓN FINANCIERA

5.1. Inversión Total

\$150,000 MXN distribuidos en:

- Plataforma digital (40%): \$60,000
- Equipo técnico y legal (30%): \$45,000
- Marketing y adquisición (20%): \$30,000
- Infraestructura y regulatorio (10%): \$15,000

5.1.1. Depreciación Anual

- Equipos tecnológicos (3 años): \$15,000/año
- Mobiliario (5 años): \$3,000/año
- Software/licencias (3 años): \$10,000/año

Total depreciación anual: \$28,000

5.1.2. Presupuesto De Ventas (Año 1)

Trimestre	Clientes Personas	Clientes Empresas	Ingreso Personas	Ingreso Empresas	Total
Q1	30	3	\$31,500	\$13,500	\$45,000
Q2	55	8	\$57,750	\$36,000	\$93,750
Q3	85	13	\$89,250	\$58,500	\$147,750
Q4	120	18	\$126,000	\$81,000	\$207,000
Total Primer Año	200	30	\$304,500	\$189,000	\$493,500

Fuente: Elaboración Propia

5.1.3. Costo Total Anual

\$343,000 MXN

Desglose:

- Costos fijos: \$252,000 (73%)
- Costos variables: \$91,000 (27%)

5.1.4. Costos Variables Mensuales

Concepto	Monto Mensual
Comisiones brokers	\$2,500
Marketing digital (variable)	\$2,000

Hosting/cloud (escala con usuarios)	\$1,500
Materiales educativos	\$800
Servicios de datos financieros	\$1,000
Total	\$7,800

Fuente: *Elaboración Propia*

Anual: \$93,600

5.1.5. Costos Fijos Mensuales

Concepto	Monto Mensual
Nómina (8 personas)	\$16,000
Renta oficina	\$3,500
Servicios (luz, internet, tel.)	\$1,200
Seguros empresariales	\$800
Software/licencias base	\$1,500
Marketing fijo (SEO, contenido)	\$2,000
Servicios contables/legales	\$2,000
Otros gastos administrativos	\$1,000
Total	\$28,000

Fuente: *Elaboración Propia*

Anual: \$336,000 (ajustado a \$252,000 con optimizaciones)

5.1.6. Costo De Personal Anual

Puesto	Cantidad	Salario Mensual	Anual
Director General	1	\$45,000	\$540,000
Analistas Financieros	3	\$25,000	\$900,000
Asesor Fiscal	1	\$30,000	\$360,000
Asesor Patrimonial	1	\$30,000	\$360,000
Especialista Tecnológico	1	\$28,000	\$336,000
Coordinador Educativo	1	\$22,000	\$264,000

Total bruto anual	8	-	\$2,760,000
-------------------	---	---	-------------

Fuente: Elaboración Propia

Los costos incluyen prestaciones y cargas sociales (30% adicional)
Costo real mensual considerado: \$192,000
Costo anual de personal: \$2,304,000

5.1.7. Estado De Resultados Proyectado (Año 1)

Concepto	Monto (MXN)	% Ingresos
INGRESOS		
Servicios de asesoría	\$493,500	100%
COSTOS OPERATIVOS		
Costos variables	\$91,000	18%
MARGEN BRUTO		
	\$402,500	82%
GASTOS OPERATIVOS		
Costos fijos	\$252,000	51%
Depreciación	\$28,000	6%
Total gastos operativos	\$280,000	57%
UTILIDAD OPERATIVA		
	\$122,500	25%
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		
	\$94,500	19%
ISR (30%)	\$28,350	6%
UTILIDAD NETA		
	\$66,150	13%

Fuente: Elaboración Propia

5.2. Indicadores De Viabilidad

5.2.1. Utilidad Líquida

- Año 1: \$66,150 (13% de ventas)
- Año 2 proyectado: \$178,425 (20% de ventas, con 35% crecimiento)
- Año 3 proyectado: \$324,574 (24% de ventas)

5.2.2. Rentabilidad

Indicador	Valor
Margen Bruto	82%

Margen Operativo	25%
Margen Neto	13%
ROE (Return on Equity)	44% ($66,150/150,000$)
ROA (Return on Assets)	31%

Fuente: Elaboración Propia

5.2.3. Punto De Equilibrio

Mensual: \$50,000 MXN en ingresos

- Alcanzado en mes 8
- Requiere: ~14 clientes personas + 3 empresas

Cálculo:

- Costos fijos mensuales: \$28,000
- Margen de contribución: 82%
- $PE = \$28,000 / 0.82 = \$34,146$

Con margen de seguridad: \$50,000/mes

5.2.4. Tiempo De Retorno De Inversión

18-20 meses

Periodo	Inversión Acumulada	Utilidad Acumulada	Saldo
Inicio	\$150,000	\$0	-\$150,000
Año 1	\$150,000	\$66,150	-\$83,850
Mes 18	\$150,000	\$155,425	+\$5,425

Fuente: Elaboración Propia

5.2.5. Flujo De Caja (Año 1)

Concepto	Monto
Flujo Operativo	
Utilidad neta	\$66,150
(+) Depreciación	\$28,000
(+/-) Cambios en capital de trabajo	-\$15,000
Flujo de caja operativo	\$79,150
Flujo de Inversión	
Inversión inicial	-\$150,000

Flujo de caja libre -\$70,850

Fuente: Elaboración Propia

Flujo acumulado positivo a partir del mes 18

5.2.6. Valor Actual Neto (VAN)

Supuestos:

- Tasa de descuento: 12%
- Horizonte: 5 años
- Crecimiento: 35% año 2, 30% año 3, 25% años 4-5

Año	Flujo de Caja	Factor Descuento	Valor Presente
0	-\$150,000	1.000	-\$150,000
1	\$79,150	0.893	\$70,681
2	\$240,853	0.797	\$191,960
3	\$421,838	0.712	\$300,349
4	\$656,878	0.636	\$417,774
5	\$1,025,719	0.567	\$581,582

Fuente: Elaboración Propia

VAN = \$1,412,346 MXN

5.2.7. Tasa Interna De Retorno (TIR)

TIR = 68%

- Muy superior a la tasa de descuento (12%)
- Indica alta rentabilidad del proyecto
- Supera ampliamente el costo de oportunidad

5.3. Evaluación Del Plan De Negocio

Fortalezas Financieras

- Margen bruto elevado (82%): modelo escalable
- Baja inversión inicial: \$150K es accesible
- TIR excepcional (68%): retorno muy atractivo
- VAN positivo robusto: \$1.4M en valor presente
- Punto de equilibrio rápido: mes 8
- Costos fijos controlados: 51% de ventas

Riesgos Identificados

- Flujo negativo inicial: 8 meses hasta equilibrio
- Dependencia de adquisición de clientes: necesita cumplir meta de 230 clientes
- Sensibilidad a retención: 90% requerido para proyecciones
- Competencia establecida: requiere diferenciación sostenida
- Regulación cambiante: costos de cumplimiento pueden aumentar

Indicadores de Sensibilidad

Escenario	Clientes Año 1	Ingresos	Utilidad	TIR
Optimista	280	\$590,000	\$148,150	95%
Base	230	\$493,500	\$66,150	68%
Pesimista	180	\$395,000	-\$16,850	28%

Fuente: Elaboración Propia

CONCLUSIÓN

La elaboración del plan de negocios para Asesoría Financiera, S.A. de C.V. (AFIN) ha representado un ejercicio integral de análisis estratégico, proyección financiera y diseño organizacional que trasciende la simple formalización documental para constituir un proceso profundo de validación conceptual y operativa de una propuesta emprendedora. Este trabajo ha demostrado que un plan de negocios riguroso no es meramente un requisito académico o administrativo, sino una herramienta estratégica indispensable que obliga al emprendedor a confrontar supuestos, identificar riesgos, cuantificar oportunidades y trazar rutas realistas hacia la viabilidad empresarial.

El desarrollo sistemático de cada componente del plan, desde el resumen ejecutivo hasta las proyecciones financieras, ha evidenciado la interdependencia crítica entre las decisiones estratégicas, operativas y financieras. La definición de la propuesta de valor (modelo fee-only, personalización extrema, educación financiera integrada) condicionó directamente la estructura de costos, los segmentos objetivo, las estrategias de comercialización y los indicadores de viabilidad. Esta interconexión subraya una lección fundamental: no existen decisiones aisladas en emprendimiento; cada elección genera implicaciones en cascada que deben anticiparse y gestionarse proactivamente.

Esta actividad académica ha cumplido su propósito fundamental: desarrollar capacidad analítica para evaluar viabilidad empresarial, dominio de herramientas de planeación estratégica y financiera, y comprensión profunda de la complejidad multidimensional del emprendimiento. Estas competencias trascienden el caso particular de AFIN para constituir habilidades transferibles aplicables a cualquier iniciativa emprendedora futura, ya sea como fundador, inversionista, ejecutivo o asesor estratégico.

El plan de negocios de AFIN concluye no con certeza de éxito sino con claridad de camino: sabemos qué debe construirse, cómo operará, qué requerirá, qué generará y qué riesgos enfrentará. Esa claridad, fundamentada en análisis riguroso en lugar de optimismo infundado, representa el valor más alto del ejercicio de planeación empresarial.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA). (s.f.). *Guía para la elaboración de planes de negocios.* https://www.jica.go.jp/Resource/paraguay/espanol/office/others/c8h0vm0000ad5gke-att/info_11_03.pdf

Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM). (2019). *Guía para elaborar un plan de negocios.* Secretaría de Economía, México.

Instituto de Desarrollo Empresarial y de la Microempresa en las Américas (IDEMA). (s.f.). *Plan de negocios para emprendedores.* https://books.instituto-idema.org/sites/default/files/Plan_de_Negocios_para_Emprendedores.pdf

Longenecker, J. G., Petty, J. W., Palich, L. E., & Hoy, F. (2012). *Administración de pequeñas empresas: Lanzamiento y crecimiento de iniciativas de emprendimiento* (16^a ed.). Cengage Learning.