

UNIVERSIDAD DEL SURESTE
CAMPUS SANCRISTOBAL

LICENCIATURA EN CONTADIURIA PÚBLICA

“Octavo cuatrimestre”

ASIGNATURA:

SEMINARIO DE TESIS

NOMBRE DEL TRABAJO:

PROTOCOLO DE INVESTIGACION

ALUMNO:

KARLA MARIA MOLINA MENDOZA

Facultad de
SANCRISTOBAL DE LAS CASAS,
CHIAPAS

CAPITULO I

PROTOCOLO DE INVESTIGACIÓN

Mercadotecnia y publicidad

Tema

Mercadotecnia y publicidad en las redes sociales para negocios o empresas y sus competitividades basadas en las reforma fiscales.

Titulo

El poder de atracción que genera las plataformas digitales para el público al consumir un producto o servicio, de su interés.

1.- Delimitación del Planteamiento de la Investigación

Hoy en día es muy necesario formar parte de ese mundo digital, las plataformas digitales se han hecho, generado o

concebido como un sistema o sitio web personalizado que su fin es crear un beneficio tanto para el usuario, tanto como el dueño u empresa, en algún momento cuando se escucha hablas de sitios web2.0, más que nada se está refiriendo a las plataformas digitales que tienen la funcionalidad o propósito de negocios específicos, que se dirigen a agilizar los servicios que brindan.

También las plataformas digitales llegan a usar la infraestructura del internet para crear, innovar su propio ecosistema digital, como se podría llamar o conocer más bien una red de colaboración entre plataformas para entenderlo más, donde cada una cumple un propósito específico como para complementarse la una a la otra.

El ecosistema digital es un entorno digital que es más favorable para la creación de un proyecto en internet, el ecosistema digital es la organización que mejora la visibilidad de una página web utilizando distintas ideas de marketing online, el marketing online es simplemente una forma de publicitar, promover y vender productos o servicios a través de la tecnología y medios digitales.

El mundo digital ha innovado mucho desde su aparecimiento su transición ha tomado lugar a finales de los años de 1950 y finales de los 70, con la revolución de las computadoras digitales y el mantenimiento de registros digitales, todo lo que hasta le fecha se sigue utilizando.

Ahorita en nuestra actualidad, se podría denominar como la era digital, en nuestra época actual se ofrece el espacio que todos conocemos como internet, donde todos hoy en día nos comunicamos con una velocidad sorprendente, de una manera que ha transformado el entorno social, nuestra forma de interactuar, a como era antes, nos ha llevado con tal solo un clic en el internet la facilidad de comunicarnos hasta de países distintos de una manera más sencilla, por eso incluso esto ha llegado innovar la estrategias de mercado para las empresas y negocios.

Pero no todo es bueno, también trae consigo riesgos, como los contactos no deseados los accesos a contenidos perjudiciales, la seguridad y el acoso. Es claro decir que los beneficios que traen las nuevas plataformas y eras digitales vendrán de la mano con nuevos riesgos, lo cual es importante prevenirlos evitar a toda medidas daños ya sean personales como ajenos.

Estas eras digitales se han revelado de una manera sorpréndete y creo que todos lo hemos notado, con las nuevas apariciones de empleos, formas de entretenimientos y de información. Y esto ha llevado más que nada afectar los medios de comunicación y entretenimiento. Acatando más la atención de sus usuarios, sin embargo también ha motivado a que ellos planeen nuevas estrategias y maneras de formar parte estas plataformas digitales también uniéndose a las redes sociales. La importancia de las plataformas digitales es parte de mejorar procesos, es buena para empresas en crecimiento, Puede mejorar procesos de producción, organización, ventas y capacitación, para que se vuelvan competitivas. Al contar con mejores procesos, se reduce el trabajo manual y sus errores, por lo que la productividad

aumenta más rapidez y agilidad en estos momentos. Aunque debemos recordar siempre que la plataforma que usemos debemos darle el uso correcto.

Últimamente también se ha escuchado las figuras públicas (personas del medio artístico) o influencer, y de estas dos la más innovadora son los influencer pueden pensar que tal vez es lo mismo pero no, no es así, las figuras públicas más conocidas como actores, reporteros, cantantes, modelos etc. Son personas conocidas mundialmente al menos la mayoría, son esa imagen fuerte que se ve en todos lados, plataformas, redes, televisión, publicidad en la calle en todos lados, más fáciles de ubicar, y los influencer se podría categorizar como figuras públicas pero un nivel más bajo, ojo no todos pero si la mayoría que solo son conocidos de donde son originalmente, de su estado lugar donde viven o incluso nacional, ellos trabajan más con marcas pequeñas, locales, o en algunos casos nacionales igual, inspiran a personas del mismo entorno, motivan y de algunas manera ayudan, ellos se dedican a grabar y subir contenidos de la marca con la que laboran, promocionado obviamente el producto o servicio que manejan, pero también existe el caso que cualquiera se llama influencer cuando no lo son, simplemente muchos hacen esto creyendo que es fácil que solo es grabar contenido y subir si tener en cuenta si puede afectar o apoyar a los usuarios.

Se han realizado encuestas donde se dice que el 64% de esto ha sido un canal de riesgo. Ya sea por la fuga de información interna, así como el fraude y robo de identidad.

Los influencer tienen un alcance un impacto muy grande con los compradores y eso genera que el proceso de afectación en tomar una decisión sea más sencillo, De hecho, hay estudios que demuestran que el 84% de los

consumidores hacen una compra en base a un post de un blog. Y cabe aclarar que yo he caído en esa táctica del marketing, al ver algo nuevo al ver que lo usan a uno le genera curiosidad y caemos en el objetivo que el influencer y empresa quiere.

Ser influencer tiene sus ventajas así como aumento de las marcas en redes sociales, aumentos de comentarios positivos en la empresa, una buena relación con negocio, sucursal u empresa, si bien lo saben trabajar bien, pueden llegar a generar mucho dinero y no solo eso si no contar con patrocinios, viajes, regalos de marcas, eventos especiales. Pero sin el fin de perder el objetivo que es hacer que la gente quiera comprar lo que ellos promocionan o te venden en la publicidad, pero también hay algunas desventajas como vender un producto o servicio que no resulte ser buenos como ellos lo dicen porque ha habido el caso que si sucede eso y eso también va afectando tanto la empresa como al influencer en su persona, y así al mismo tiempo devaluando su trabajo por reseñas falsas u ofensivas a lo prometido.

2.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Últimamente el mundo se mueve a través de dispositivos y eso ha beneficiado mucho sin embargo, también ha llevado a desarrollar maneras en como afectar a los usuarios a

través de ello, actualmente las plataformas digitales que son Facebook cuenta con más de 5,000 millones de descargas e instagam tiene un rango de más de 1,000 millones de descargas actualmente, hasta el día de hoy es una de las cifras más aproximadas con las que cuenta cada una de estas plataformas, Menciono estas ya que son las más utilizadas y conocidas por empresas y negocios, ya que también hoy en día una búsqueda se realiza más seguida a través de estas plataformas digitales, también hablando profundamente de las siguientes plataforma que son Mercado libre y Amazon, también de las más conocidas hoy en día, y así una gran variedad de plataformas digitales para el uso de servicios o productos, pero esto también ha llevado al mal uso de ellas, como ha habido los caso de manipulación, chantajes, y robos digitales, y eso ha sido uno de las problemáticas más grande que se presentan en estas plataformas como en cualquier otras.

Las diferentes problemáticas en cada una de ellas es también que en Facebook se encuentra entre las red social más alta con creación de perfiles falsos, no tiene un control de la manera de seguridad muy alto y a veces afecta con el fin de utilizar el perfil en cuestiones negativas, a lo mismo que instagram de lo más común que ha presentado esta red social es la publicidad engañosa, ya que es más fácil promocionar algo en ella y eso a echo que los usuarios caigan en las mentiras, No hay forma de controlarlo, por lo tanto, los usuarios están expuestos a ella de forma completa.

Hoy en día a pesar de esas advertencias y casos, es muy necesario formar parte de ese mundo digital, y es lo más recomendable, aunque debemos recordar siempre que la plataforma que usemos debemos darle el uso correcto. Dedicarle el tiempo adecuado, ya que como usuarios siempre estamos pendientes de toda actualización que se presente

Es por ello que mucha gente utiliza herramientas externas que se encargan de monitorizar las redes sociales por ellos. Además, ayudan a gestionar tu reputación online y a

detectar posibles crisis de reputación online. Y así llegar a muchos más clientes de manera fácil y más segura y no hablamos de un público pequeño, ni nacional esto ha crecido tanto hasta internacionalmente para las empresas, incluso para algunos emprendedores con sus propias marcas pequeñas haciendo un buen uso en ellas.

Cabe recalcar que cualquier persona con dispositivo móvil puede hacer uso de estas plataformas, entrar y obtener la búsqueda del producto o servicio que ocupa con tan solo un clic, hoy en día también se cuenta con figuras públicas, influencer o personas del medio artístico, que son parte de estas estrategias de mercadotecnia y publicidad, ya que son una parte fundamental hacia el público, la manera de convencer el usar los productos o servicio que le brindan, es la manera de convencer en día a los usuarios que observan a través de la pantalla todo esto, realmente esto ha generado un gran rendimiento hacia las empresas, negocios incrementando sus ventas o su imagen al público, así mismo elevando sus estándares e innovaciones para el mejoramiento de lo que ofrecen.

Desde mi punto vista contable, esto ha llevado a innovar incluso las ideas, formas y estrategias de trabajo de los contadores, cabe recalcar que en el 2020 salió el tema o el rumor que se incrementarían nuevas reformas fiscales donde ya entra rigor el tema de las redes y plataformas digitales. No fue hasta principios de enero del año 2021 que se dieron a

Conocer dichos cambios, ojo cabe recalcar que estos impuestos no abarcan en todas las plataformas, sino más bien en las de uso común donde se solicita algún servicio, pero eso no descarta la posibilidad que en algunos

momentos las demás plataformas sean incluidas. En este caso las plataformas de transporte privado o entregas a domicilio, las plataformas de hospedajes, y como ultimo los servicios de enajenación de bienes y prestaciones de servicios, son los que estará atados a la retención del impuesto sobre la renta.

Explicare las oportunidades de las plataformas digitales que van trabajando juntos con las redes sociales, en sus estrategias de mercado y a la vez la forma en la que entra la base fiscal en ellas por brindar sus servicios, buscando sus ventajas y desventajas, para que así lleguemos a la conclusión de la forma en la que se trabajaría correctamente uniendo estas estrategias para el uso de empresas, negocios o incluso beneficio de uno mismo.

En estos momentos ha sido un éxito constante el servicio a domicilio hablando de Ubers eats, los Ubers que son una semejanza a los taxis que todos conocemos, la plataforma de mercados, que con solo apretar un botón nos llega hasta la puerta de nuestras casa lo solicitado, y eso nos ahorrado mucho como personas, el ahorrar tiempo, gastos de más, dudas, es tan solo con un echo obtener tan fácil lo que ocupamos a la hora eso son de los resultados que obtenemos de todo esto, a lo que me gusta llamarle servifacil, una expresión que realmente aclara todo lo que trato de explicar.

Sin embargo la competencia en este mercado ha crecido y lo sigue haciendo, así generando que las empresas o negocios se innoven en nuevas estrategias, y conforme van creciendo creando más competencias, también se ira cambiados las reformas fiscales, ese es un cambio que se garantiza que se verá en el futuro, no se necesita ser adivino para saber eso.

LEY DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA 2020			LEY DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA 2021	
Monto ingreso mensual	Tasa de retención	Servicio de enajenación de bienes y prestación de servicios	Tasa única del 2.4%	
Hasta \$1,500	0.40%			
Hasta \$5,000	0.50%			
Hasta \$10,000	0.90%			
Hasta \$25,000	1.10%			
Hasta \$100,000	2.00%			
Mas de \$100,000	5.40%			
Monto ingreso mensual	Tasa de retención	Servicio de prestación de hospedaje	Tasa única del 5%	
Hasta \$5,000	2%			
Hasta \$15,000	3%			
Hasta \$35,000	5%			
Mas de \$35,000	10%			
Monto ingreso mensual	Tasa de retención	Servicio de transporte terrestre de pasajeros y de entrega de bienes	Tasa única del 2.8%	
Hasta \$5,500	2%			
Hasta \$15,000	3%			
Hasta \$21,000	4%			
Mas de \$21,000	8%			

Régimen fiscal para personas físicas con actividad en plataformas digitales, A partir del 1 de junio de 2020 entró en vigor el nuevo esquema mediante el cual las empresas extranjeras que prestan servicios digitales a usuarios en México por medio de aplicaciones, están obligadas al pago del Impuesto al Valor Agregado (IVA) por sus servicios.

De igual forma, si las plataformas tecnológicas nacionales o extranjeras, además de prestar servicios digitales prestan servicios de intermediación, tendrán la obligación de retener tanto el Impuesto sobre la Renta (ISR) como el Impuesto al Valor Agregado (IVA) a las personas físicas que enajenen bienes o presten servicios incluidos los servicios de hospedaje, así como enterar estas retenciones al SAT, a más tardar el 17 del mes siguiente a aquel en que se efectuó el cobro.

Si eres persona física con actividad empresarial que enajenan bienes, prestan servicios o concedes el uso o goce temporal de bienes a través de Internet mediante plataformas tecnológicas, aplicaciones informáticas y similares, esquema facilita y simplifica el cumplimiento de

tus obligaciones fiscales, al contar con la opción de que las plataformas tecnológicas te retengan el ISR e IVA de forma definitiva y los paguen directamente al SAT, de esta forma ya no presentas declaraciones mensuales, en virtud de que las retenciones que te efectúe la plataforma tecnológica tienen el carácter de pago definitivo.

Para que puedas optar por considerar la retención de impuestos que realice la plataforma tecnológica como pago definitivo, tus ingresos en el ejercicio no deben exceder de 300 mil pesos (incluyendo salarios e intereses).

Las personas físicas que obtienen ingresos de plataformas tecnológicas, por esos ingresos no pueden tributar en el Régimen de Incorporación Fiscal.

Toma en cuenta que, la retención del ISR se efectúa sobre el total de los ingresos que percibas sin considerar el IVA, mientras que la retención del IVA es de 50% del impuesto trasladado, siempre y cuando estés inscrito en el RFC.

Obligaciones de las personas físicas

Deberán ofertar el precio de sus bienes y servicios manifestando en forma expresa y por separado el monto del impuesto al valor agregado que corresponda.

Las personas físicas que hubieren obtenido ingresos hasta por un monto de \$300,000.00 (incluye salarios e intereses) en el ejercicio inmediato anterior por las actividades realizadas con la intermediación de las personas, podrán ejercer la opción a que se refiere el artículo 18-M, siempre que no reciban ingresos por otros conceptos, con excepción de los ingresos a que se refieren los Capítulos I y VI del

Título IV de la Ley del Impuesto sobre la Renta, en cuyo caso sí podrán ejercer la opción mencionada.

Deberán inscribirse en el Registro Federal de Contribuyentes ante el Servicio de Administración Tributaria. No tendrán derecho a efectuar acreditamiento o disminución alguna por sus gastos e inversiones respecto del impuesto calculado con la tasa de 8%.

Conservarán el comprobante fiscal digital por Internet de retenciones e información de pagos que les proporcionen las personas que les efectuaron la retención del impuesto al valor agregado.

Expedirán el comprobante fiscal digital por Internet a los adquirentes de bienes o servicios.

Presentarán un aviso de opción ante el Servicio de Administración Tributaria, conforme a las reglas de carácter general que para tal efecto emita dicho órgano, dentro de los treinta días siguientes a aquel en el que el contribuyente perciba el primer cobro por las actividades celebradas por conducto de las personas a que se refiere el artículo 18-J de esta Ley. Quedarán relevados de presentar declaraciones informativas.

NOTA: En el caso de que la persona física cobre directamente a sus clientes por las operaciones que realiza a través de las plataformas de intermediación, debe pagar el ISR e IVA directamente al SAT, aplicando según sea el caso:

Los esquemas aplicables al ISR de PFAE o el régimen general del IVA, o bien,

Determinar el ISR aplicando a los ingresos totales (los recibidos por la plataforma antes de la retención y los cobrados directamente), con las tasas de retención previstas en las tablas que corresponda a la actividad realizada en términos del artículo 113-A de la Ley del ISR. Tratándose del IVA podrán aplicar la tasa del 8% a los actos o actividades cobrado directamente. En ambos casos el pago se considerará como definitivo.¹

3.-Pregunta de investigación

¿Cómo ha resultado en la mercadotecnia y publicidad mediante las plataformas digitales para las empresas y que beneficios han obtenidos?

4.- Preguntas de la investigación

¿Será importante formar parte de este mundo digital, para las estrategias de mercadotecnia y publicidad?

¿Hay alguna desventaja en retención del impuesto sobre la renta?

¿Qué benéfico ha traído esto de las plataformas digitales?

http://omawww.sat.gob.mx/plataformastecnologicas/Paginas/PersonasFisicas/personasfisicas_inicio.html

¿Cómo es la competitividad mediante este tema?

5.-Objetivo General

Conocer los beneficios que se han obtenido mediante las empresas, negocio, y régimen fiscal base a las plataformas digitales, como los usuarios le damos el uso con nuestras necesidades que se nos presentan día a día, y las estrategias de mercadotecnia y publicidad, en el internet.

6.- Objetivos Específicos

1. observar las estrategias de mercadotecnia y publicidad de las empresas o negocios en las plataformas digitales, y en las redes sociales e ideas o innovaciones para los usuarios.
2. Describir o conocer los beneficios de las redes, el trabajo de influencer, figuras públicas, como benefician en ellas y porque es bueno trabajar con ellos.

3. Las ventajas y desventajas al conocer que algunas plataformas ya son parte de las reformas fiscales, y como pueden trabajar con ellas de manera correcta, para evitar alguna sanción o mal entendido.

7.- Justificación

Todos queremos innovar, crear, ser el número uno en atraer más clientes, el primero en recomendar, ser la primer opción, la mejor calidad, es válido creer así todas las empresas negocios es su objetivo, es una guerra constante para ver cuál es la mejor idea, quien lo emplea mejor, porque todos pueden pensar igual, pero no todos trabajarlo de la misma manera incluso similar pero siempre hay un detalle que es el que más destaca en esta área.

De esto se trata este proyecto, de dar a conocer las mejores cualidades, una forma única de trabajarlo, de crear, de innova. De imaginar, trabajando todo limpiamente, como debe ser, bajo la responsabilidad y disciplina adecuada para alcanzar los objetivos que se requieren.

Basados a las investigaciones que he llevado a cabo para recopilar los datos específicos de fuentes 100% confiables, para aclarar dudas, puntos de vistos validos agregando también los míos, de una manera entendible, donde todos podamos captar el mensaje e información que quiero compartir y hacer interesante, ya que sabemos que este tema es de los fundamentales en el que mueve todo el mundo día a día, y así estar más adentrado a ello y lograr obtener una capacidad comprensible y dominio del tema.

Lo que trato de dar entender es que todos somos capaces de crear contenido bueno mediante las plataformas y redes sociales digitales, esa manera de llegar hacia las personas, de convencer, de venderles el producto o servicio que le estamos ofreciendo.

También presentar los riesgos que se presentan en cada una de estos temas tanto en las plataformas digitales, el mal uso de las leyes en ellas, como el no llevar el control de lo que damos a ver puede dañar la reputación tanto de la persona que lo sube como de la marca u negocio que lo presenta si no se le da el uso debido correspondiente.

Como se decía, el mercado es grande y mientras más se vaya extendiendo más innovaciones e ideas se van presentando y ahí es donde debemos desarrollar, ampliar nuestros horizontes, de la misma manera que crece, ir abarcando nuevas áreas que se vayan presentando, evaluar las problemáticas que se pueden llegar a aparecer, la solución de problemas, con qué facilidad podemos resolver esto, sin dejar atrás que lo esencial del tema es la mercadotecnia y publicidad dentro de las plataformas digitales y régimen fiscal.



² <https://www.antevenio.com/blog/2020/12/tendencias-de-marketing-digital-en-2021>

8.- Hipótesis

Sabemos que una hipótesis inicia siendo una proposición que aún no ha sido corroborada lo cual nos lleva a la realización de una investigación, para afirmar que puede ser cierto y que no, donde está fundamentada ya se de manera argumentada, datos y otras investigaciones del tema que estamos hablando.

Para en este caso en proyecto de investigación que estoy presentando es una guía donde especifico del tema mencionado que es la mercadotecnia y publicidad en plataformas digitales y régimen fiscal, donde dejare en claro el uso adecuado beneficios, rumores dichos y toda la manera de la explicación del dominio del tema y comprobando lo que digo con los fundamentos necesarios para despejar dudas.

Aquí les dejo mi hipótesis:

Se dice que la era nueva que estamos a punto de presenciar es la era digital donde todos conocemos un poco del tema, pero esto crecerá y abarcará más entornos tanto sociales, económicos y fiscales, y a decir verdad esto da un poco de miedo, no sabemos con qué nuevas estrategias y tecnologías estaremos presenciando usando o trabajándola

bajo el control adecuado para el mercado en redes y plataformas digitales si harán nuevas naciendo, la forma del marketing, la competencia que se aproxima, y las modificaciones que puede llegar hacer el gobierno mediante a ellas también ara beneficios de las reformas fiscales.

Capítulo II

Marco Referencial

1- Conceptual

Plataformas digitales:

Las plataformas digitales o plataformas virtuales, son espacios en Internet que permiten la ejecución de diversas aplicaciones o programas en un mismo lugar para satisfacer distintas necesidades.

Cada una cuenta con funciones diferentes que ayudan a los usuarios a resolver distintos tipos de problemas de manera automatizada, usando menos recursos.

El principal objetivo que cumplen las plataformas digitales es facilitar la ejecución de tareas a través de programas o aplicación en un mismo lugar en la web.

Como existe una gran variedad de plataformas digitales, los objetivos específicos de cada una de ellas varían de acuerdo con la necesidad de los usuarios. Existe una infinidad de tipos de plataformas digitales. Con cada problemática se puede generar un tipo de plataforma digital diferente. Plataformas educativas, plataformas sociales, Plataformas de comercio electrónico, Plataformas especializadas.

Realizar una estrategia de marketing digital sin la ayuda de una plataforma virtual es una tarea bastante difícil, que va a generar más gastos y menos resultados.

Las plataformas digitales pueden traer una gran cantidad de ventajas a cualquier estrategia de marketing.

Te ahorran tiempo

Una estrategia automatizada te ahorra mucho tiempo y trabajo. Con la ayuda de una plataforma digital tu equipo podrá enfocarse en la estrategia en sí, en lugar utilizar ese tiempo para ejecutarla.

Te permiten trabajar con un equipo reducido

Gracias a esto, no necesitas contar con muchas personas para realizar todo el compendio de tareas; la herramienta se ocupa de ejecutarlas.

Es fácil medir su desempeño

Las plataformas digitales de automatización te muestran los resultados en vivo. Tu equipo solo será responsable de hacer el análisis adecuado para dirigir los próximos pasos de la estrategia.

Hay una gran variedad

Hoy en día encuentras una gran variedad de plataformas que te permiten escogerlas de acuerdo a tus necesidades reales.

Reducen el margen de error

El error humano es mucho más frecuente de lo que puedes imaginar. Al usarlas el margen de error disminuye notablemente. No necesitas ser un experto en informática

Las plataformas digitales hoy en día son bastante intuitivas por lo que no necesitas conocer profundamente sobre ellas para empezar a utilizarlas.

Son más económicas

Existen plataformas gratuitas y pagas. Pero sus beneficios superan en gran medida los costos de adquirirla.

-Desventajas Digitales:

-Redes Sociales

-Publicidad engañosa

-Reputación online

-Estrategias de mercadotecnia y publicidad

-Impuestos en plataformas

2. Marco Histórico

En este apartado mencionado veremos un sustento sobre los datos que he recopilado y una forma de aclarar más lo temas presentados, con más sustento e información metodológica, con base a diferentes investigaciones tesis de nivel licenciatura presentadas y aclaradas. Así extendiendo más puntos oficiales que corroboren la información adecuada.

1.- Nombre de la investigación: La influencia de los medios sociales digitales en el consumo. La función prescriptiva de los medios sociales en la decisión de compra de bebidas refrescantes en España.

Área: Tesis doctoral

Universidad de referencia: Universidad complutense de Madrid.

Año de publicación: 2017

Objetivo General de la investigación: