

UNIVERSIDAD ABIERTA PARA ADULTOS



Educación superior a distancia virtual

ESCUELA DE NEGOCIOS
CARRERA LICENCIATURA EN MERCADEO

ACTIVIDAD PRÁCTICA PROFESIONAL

PLAN DE DESARROLLO DEL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO ONLINE

MODULO II

PARTICIPANTES

FLORA DEL CARMEN LANTIGUA
LANTIGUA

LEOPOLDO DAMIÁN JIMÉNEZ
YNOA

MATRÍCULA

16-9302

05-0398

DIPLOMADO

FACILITADORA

ELIANA CAMPOS, M.A. /M.G.C.

FECHA Y LUGAR

JULIO 13, 2020

SANTIAGO DE LOS CABALLEROS, REP.DOM.

INDICE

RESUMEN EJECUTIVO	4
INTRODUCCIÓN	6
Antecedentes del sector	6
Planteamiento del problema o necesidades en el mercado	6
Objetivo general	7
Objetivos específicos.	7
Importancia y justificación del proyecto.	7
Metodología	8
Delimitación del proyecto	10
Limitaciones del proyecto	10
SECCIÓN 1: ESTRUCTURA IDEOLÓGICA DEL PROYECTO	11
Descripción de la empresa	11
Imagen Corporativa o Brand Kit.	11
Logo e Isotipo.	11
Eslogan.	12
Colores.	12
Tipografía.	13
Filosofía de negocios.....	13
Misión.....	13
Visión	13
Valores.....	14
Ventajas competitivas	14
Valor agregado	14
Ventajas diferenciales	14
SECCIÓN 2: ESTRUCTURA DEL ENTORNO	15
Análisis FODA del proyecto	15
Fortalezas.....	15
Oportunidades	15
Debilidades	15
Amenazas	15
Análisis de la Competencia	16
Fortalezas.....	16
Debilidades	16

Fortalezas.....	16
DEBILIDADES.....	16
Fortalezas.....	17
Debilidades.....	17
ANALISIS DE LA DEMANDA O CONSUMIDORES.....	18
Resultados de la encuesta realizada a una muestra de 41 emprendedores y pequeños empresarios de diferentes sectores.....	18
SECCIÓN 3: ESTRUCTURA MERCADOLÓGICA.....	33
Mercado Meta.....	33
Estrategias de productos.....	33
Estrategias de precios.....	36
Estrategias de distribución.....	37
Estrategias de comunicación.....	37
SECCION 4: ESTRUCTURA TÉCNICA.....	39
Principales socios claves del proyecto.....	39
Asesores o especialistas de Operaciones.....	40
Organigrama.....	41
SECCION 5: ESTRUCTURA FINANCIERA.....	43
Plan de inversión.....	43
Estado de Flujos de Efectivo Proforma.....	44
Estado de Resultados Proforma.....	45
Plan de Medios Online.....	46
Proyección de ventas por temporadas.....	48
CONCLUSIÓN.....	51
BIBLIOGRAFÍA.....	52
ANEXOS.....	53

RESUMEN EJECUTIVO

Brand Web Marketing, será una agencia de marketing digital que se basará en gestionar a través de las herramientas de marketing on-line, utilizadas de forma especializadas, la construcción de las marcas de los clientes, utilizando el marketing en las redes sociales para generar tráfico hacia las webs de los clientes, generando así, ventas y rentabilidad para ellos y para la agencia. Cubrirá tres provincias de la zona norte del país (Santiago, La Vega y Bonao).

Como agencia online, Brand Web Marketing solucionará los problemas y necesidades de su mercado objetivo, mismas que han sido identificadas mediante investigaciones y herramientas de recopilación de datos, las aspiraciones de exponencia en las redes sociales, tráfico en la web y construcción de marcas exitosas por parte del mercado objetivo, forman esas necesidades, que serán satisfechas por los servicios de la agencia digital.

Dicho plan de negocios encuentra justificación en su construcción y existencia, en el hecho de que las empresas pymes, emprendedores y comercios tradicionales, se han dado cuenta de la importancia del E-commerce como una nueva forma de comercio y en su futuro como modelo de rentabilidad, basado en la generación de propuestas que satisfagan a sus clientes, que sean de forma personalizada y que generen valor a través de los servicios.

Brand Web Marketing ofrecerá servicios de marketing digital, a través de planes diversos, estos planes contienen diversas herramientas de marketing especializadas en el área digital, y además la ejecución de forma estratégica y planeada de esas herramientas, apoyado en un sistema de seguimiento y métrica, para garantizar los objetivos organizacionales de cada cliente.

El avatar de potenciales clientes de Brand Web Marketing estará representado por las pymes, emprendedores y negocios tradicionales, que buscan una mejor posición en el mercado al cual pertenecen y a la vez generar tráfico y ventas de sus productos y servicios. Como objetivo, Brand Web Marketing convertirá las necesidades y aspiraciones de su mercado objetivo en marcas rentables, a la vez que creará rentabilidad y solidez para sus accionistas y colaboradores.

Brand Web Marketing tendrá como ventaja diferenciadora, una propuesta de valor basada en la calidad de los servicios, la flexibilidad de los pagos por parte de los clientes, además del seguimiento personalizado y la analítica web, garantizando una métrica constante de las ejecuciones de marketing, con la intención del flujo de información en tiempo real para los clientes. Además, la opción, basada en esa métrica, de la modificación de las ofertas.

El plan de negocios ofertará estrategias de marketing online, combinadas según la necesidad del cliente, estas estarán estructuradas en planes con distintos precios y el pago de los mismos se efectuará por parte de los clientes a través de depósitos, a la cuenta empresarial de la agencia digital. Los planes digitales

serán ofertados a través de la página web **www.brandwebmarketing.com** y los medios escogidos por la agencia para su promoción y publicidad.

Las tácticas y estrategias de la agencia para generar interés por parte del mercado objetivo, se basarán en un agresivo plan de medios online, unido a la ejecución de la mezcla de marketing. Dicho proyecto será registrado como sociedad de riesgo limitado (SRL.) Y tendrá como socios a la Licda. Flora Del Carmen Lantigua y el Lcdo. Leopoldo Damián Jiménez, como colaboradores lo acompañarán profesionales de distintos outsourcing.

Referente a los aspectos financieros del proyecto online, se proyecta un plan inversión total de RD\$ 54.000.00 pesos, con un flujo de efectivo estimado de RD\$ 119,723.00 pesos, con un total de ingresos proyectado al año (1) de 1, 600,000.00 pesos sin deducción de impuestos. La deducción de impuestos se estima en RD\$ 288,000.00 pesos, arrojando como resultado la ganancia neta de RD\$ 1, 298,390.00 pesos.

El plan de medios de la agencia digital se estima en RD\$ 21,050.00 pesos. Mientras que la proyección anual de ventas se estima en RD\$ 535,000.00 pesos para el primer cuatrimestre del año, RD\$ 525,000.00 segundo cuatrimestre y para el último cuatrimestre se estima en RD\$ 540,000.00 pesos, dando como resultado proyectado en ventas en el primer año de RD\$ 1, 600,000.00 pesos. Proyección que a mediano plazo y en los próximos cinco años (5) pretende ser de mayor generación de ventas e ingresos.

INTRODUCCIÓN

Antecedentes del sector

Se realizó una investigación exhaustiva acerca del sector de las agencias de marketing digital, arrojando informaciones precisas del sector en la actualidad, que pueden interpretarse de crecimiento continuo alrededor del mundo, esto debido a la expansión e importancia del E-commerce, y a la facilidad de la tecnología y herramientas utilizadas para la aplicación de estrategias online de marketing para las pymes y emprendedores, además de las grandes marcas.

Grandes agencias de principalía en el mundo como lo son: Bruce Clay, Straight North, entre otras, han hecho del sector una fuente inagotable de potencial y crecimiento, con lo cual el nuevo modelo de marketing digital aplicado a las empresas y negocios on-line continuará cambiando la forma de ver las marcas. El papel que juegan hoy en día las agencias de marketing digital resulta determinante para la construcción de marca y posicionamiento de las empresas.

En República Dominicana, el sector está en desarrollo, y aunque existe una cantidad respetable de agencias especializadas en marketing digital, todavía existen muchas agencias de publicidad de las tradicionales que están tratando de hacer los cambios hacia lo digital, y otras están tratando de realizar una simbiosis o aleación de lo tradicional y lo digital. De todas formas, la percepción es que, en los años por venir, las agencias digitales tomaran el control.

Planteamiento del problema o necesidades en el mercado

La falta de comunicación entre las marcas y los usuarios y la ausencia de servicio al cliente es uno de los factores que impiden fidelizar a los clientes en su totalidad. Toda empresa desea alcanzar el posicionamiento ideal, para esto la empresa debe alinear sus estrategias con los objetivos que desea alcanzar y procurar que estos sean medibles y a la vez realistas. La competencia es agresiva y el mercado es muy cambiante, por esto la empresa debe preguntarse, si está a la vanguardia con las necesidades del mercado.

Sabiendo esa realidad, el mercado necesita de manera puntual una forma más especializada de tener acceso a sus clientes potenciales, donde tengan la oportunidad de darse a conocer, personalizar sus servicios y productos, generar fidelización y conversión de sus clientes hacia sus marcas. Se han identificado necesidades importantes por parte del mercado de las pymes, emprendedores y empresas tradicionalistas de obtener los servicios profesionales de marketing digital, para lograr presencia en las redes y tráfico hacia la web de sus empresas.

Las empresas pymes, así como las tradicionalistas necesitan una atención de sus marcas y una personalización de las ejecutorias y estrategias a desarrollar, esto con la intención de lograr generar clientes potenciales, y consecuentemente ventas, para lograr rentabilidad, posicionamiento y reconocimiento de marca. Necesitan un seguimiento métrico de las acciones y tácticas y también una flexibilidad importante, tanto en el costo de esos servicios digitales, como en la forma de costearlos.

Objetivo general

Diseñar un plan de negocios sobre el proyecto de emprendimiento online de la agencia especializada en marketing digital, Brand Web Marketing, periodo mayo-agosto 2020.

Objetivos específicos.

- Indicar el contexto inspiracional y filosófico del emprendimiento online de la agencia de marketing digital Brand Web Marketing
- Realizar la evaluación general del entorno interno y externo que inciden en el proyecto de emprendimiento online de la agencia digital Brand Web Marketing
- Presentar el contexto mercadológico, financiero y técnicos del emprendimiento online de la agencia de marketing digital Brand Web Marketing.

Importancia y justificación del proyecto.

La importancia y justificación del proyecto viene dada por varias razones, que van desde lo personal, pasando por lo académico, hasta lo social. Referente a la razón académica, está ampliamente justificado, debido a que el mismo es la culminación de la carrera profesional de quienes lo realizan, además de que representa una competencia y herramienta más, gracias a que servirá para ampliar el curriculum profesional, debido a que a la vez es un diplomado.

En cuanto a la justificación personal e importancia del proyecto, radica en la experiencia que como individuo se gana y se asume, ya que, a través de la construcción de la idea de negocios, convertida en un plan de negocios, para luego ser operado como una empresa de emprendimiento, resulta gratificante, además el desafío que representa en cuanto a los futuros aportes a la economía en general y la rentabilidad, consecuencia de la dedicación al mismo.

En los aspectos sociales, se justifica debido a que los potenciales clientes de la idea de negocios representan un sector importante en nuestro país, como lo son las pymes, emprendedores y empresas tradicionalistas, que como se sabe representan un pilar importante en los aspectos económicos y por consecuencia en los sociales de nuestro país, razón que hace valedero la importancia del proyecto, porque incidirá en el crecimiento del sector, y por ende de la nación.

Metodología

La estructura metodológica del proyecto está compuesta por diversos elementos que son considerados como base matriz para la elaboración del mismo. Siendo el tipo de investigación, técnicas e instrumentos utilizados para la recolección de datos partes dorsales de dicha metodología.

En lo referente al tipo de investigación que se ha realizado, y que se realizará durante el proyecto, pertenecen al tipo de investigación exploratoria o documental, debido al uso de documentos, tales como: artículos, libros, blogs, links, etc. Además de la investigación de campo, debido a que se elaborarán una serie de acciones directas a través de entrevistas, encuestas y observaciones.

Las fuentes de los datos serán primarias y secundarias. Se utilizará el método deductivo, porque se recogerán informaciones relacionadas al proyecto para evaluarlas y ponderarlas como fuente importante de decisiones, también se

utilizará el método inductivo, ya que se manejarán muchas decisiones emanadas de las observaciones y experiencias personales.

Dentro de las técnicas a utilizarse en la recopilación de datos se utilizarán entrevistas a los posibles clientes y se analizarán contenidos de otras agencias, de la misma forma cuestionarios online, con la intención de establecer el perfil y las necesidades de los clientes potenciales y su aceptación o conocimiento de las agencias de marketing digital.

Se utilizó como método en la recolección de datos el método juego de campo, que no es más que una herramienta en donde se puede de manera escalable sintetizar las ideas referentes al emprendimiento, a través de una serie de preguntas y análisis de los sentidos y las motivaciones en la creación del plan de negocios.

Fue utilizado en la etapa temprana de la concepción de la idea de negocios, desglosando de forma práctica una serie de preguntas concerniente a las motivaciones, razones de elección del mercado, conocimiento de la competencia, aspectos relativos a los costos y rentabilidad. Dicho de otra forma, se utilizó de manera preliminar en la concepción y creación de la idea, para luego convertirse en un plan de emprendimiento oficial.

El método Canvas board, es una metodología que ayuda a mejorar los flujos de trabajo en cualquier proceso productivo. Consta de cuatro (4) matrices y nueve (módulos), su utilización tuvo que ver con destacar y visualizar los que son considerados los pilares estructurales de la creación del plan de negocios, estos son: recursos claves, cliente, mercado y viabilidad económica del proyecto. Sirvió dentro del proyecto para determinar las generalidades y componentes que forman parte de la idea de emprendimiento online.

Parte importante de la metodología del proyecto lo es la matriz FODA, que no es más que un análisis estratégico conformado por cuatro variables elementales para analizar la proyección del proyecto, será utilizado para estudiar y ponderar acciones dirigidos a mejorar los aspectos de debilidades del proyecto y a conocer las amenazas y oportunidades, para crear las estrategias y tácticas.

La matriz FD/Competencia, es una herramienta de investigación y analítica que se utilizó para acceder a la estructura interna de la competencia, buscando con esto un mejor entendimiento de su accionar, tanto conociendo sus fortalezas como sus debilidades, estas últimas para ser utilizadas y aprovechadas, con la intención de mejorar la propuesta del proyecto Brand Web Marketing, agencia digital.

El cuestionario estructurado será utilizado para la recopilación de datos e informaciones de los potenciales clientes, contará de preguntas acerca de las agencias de marketing digital y el conocimiento de las mismas, el cuestionario estructurado es un documento formado por un conjunto de preguntas que deben estar redactadas de forma coherente, organizadas y planificadas.

Delimitación del proyecto

Bran Web Marketing se dedicará de manera especial a lograr la construcción de las marcas de los clientes, analizando las inquietudes y aspiraciones de los mismos, poniendo en marcha una serie de acciones con el objetivo de lograr que las necesidades de los clientes sean satisfechas, logrando de esa manera la rentabilidad para ellos y para la agencia como proyecto.

La agencia se manejará desde dos centros operacionales ubicados en dos provincias diferentes, pero que forman parte del Cibao central, esto así porque el mercado objetivo al cual va dirigida la oferta se encuentra en tres provincias de esa zona del país. Tanto Santiago de los Caballeros, la Vega y la provincia de Monseñor Nouel representan el mercado meta o target.

Las operaciones se realizarán tanto en Bonao como en Santiago de los Caballeros. En otro aspecto referente a la delimitación del proyecto, es importante informar que a nivel académico y curricular este proyecto-diplomado se extenderá por cuatro (4) meses, siendo este el tiempo estimado por las autoridades universitarias para su culminación.

Limitaciones del proyecto

Algunas limitaciones del proyecto que podrían ser mencionadas y tomadas en cuenta, serian la cantidad de recursos que se invertirían en la parte inicial del

proyecto, sabiendo que por orden general los primeros meses son de gastos e inversiones, eso hasta que se logre la rentabilidad. Además, en los momentos actuales de cierta incertidumbre económicas debido a la pandemia, de igual forma afecta y limita al proyecto.

También en cuanto a lo referente a las habilidades que hay que desarrollar, que son propias de los recursos claves de acción por parte de los participantes del proyecto, manejo de webs, y otras herramientas analíticas, podrían ser una limitación en el desarrollo temprano de la idea, a eso se puede agregar la proliferación en el sector de las agencias digitales de marketing, situación que pudiera resultar en ciertas limitaciones de oportunidad.

SECCIÓN 1: ESTRUCTURA IDEOLÓGICA DEL PROYECTO

Descripción de la empresa

La idea de negocios de Brand Web Marketing, se basa en gestionar a través de las herramientas de marketing on-line, utilizadas de forma especializadas, la construcción de las marcas de nuestros clientes, utilizando el marketing en las redes sociales para generar tráfico hacia las webs de los clientes, generando así, ventas y rentabilidad para ellos y para la agencia.

La metodología como agencia de marketing digital, se basa en la creación de contenidos que generen interés en las empresas-clientes, con la intención de lograr presencia y tráfico de sus clientes, utilizando estrategias personalizadas y ejecutadas en concordancia con las necesidades de estos, además utilizando la analítica y la métrica como soporte para medir resultados.

Imagen Corporativa o Brand Kit.

Luego de haberse escogido el nombre “Brand Web Marketing” con el fin de representar una marca potente y una oferta diferenciada de servicios de marketing digital, se desglosarán los componentes de dicha imagen

Logo e Isotipo.

Intentando reflejar la filosofía y la propuesta de valor de la empresa, se ha diseñado un logo con una figura moderna con barras, comunicando la misión

vinculada a las necesidades de los clientes. Contiene de forma estratégica las iniciales del nombre de la agencia para posicionarse en la mente del cliente, obteniendo así un imagotipo.



Brand Web Marketing

Transformamos tus aspiraciones en una marca exitosa

Eslogan.

Utilizando el eslogan “Transformamos tus aspiraciones en una marca exitosa” Trata de reflejar una misión visionaria, que capte la atención del cliente potencial, y transmitiendo a través del mismo la fuerza y la promesa que identifica la , que es hacer realidad las aspiraciones de los clientes de convertir sus empresas en una marca fuerte, rentable y trascendental.

Colores.

Mamey:

Su uso Transmite fuerza y energía, es un color que produce la excitación de los sentidos y atrae, representa la creatividad, la aventura, el entusiasmo, el éxito y el equilibrio. El color naranja agrega un poco de diversión. Es utilizado con el objetivo de aumentar su tráfico web o en áreas de tiendas online que quieren destacar para mejorar las conversiones.

Azul

El color azul representa, garantía, certificado de confianza. Asocia la marca con un producto de calidad, confiable y seguro.

Negro y Blanco

El negro representa la modernidad la elegancia que podemos ofrecer y responsabilidad.

La fuente negra sobre fondo blanco es la mejor combinación de colores para favorecer la legibilidad.

Cuando se utilice el fondo negro, la fuente será blanca y cuando el fondo es blanco, la fuente será negra.

Tipografía.

Los tipos de letra utilizados en el logo han sido:

Para Brand Web Marketing, se utilizó el tipo de letra Orbitron, proveniente de la fuente sans serif de la clasificación geométrica. Según la psicología de la tipografía transmiten modernidad, seguridad, alegría y en ciertas ocasiones neutralidad o minimalismo. Su diseñador fue Matt Mcnerney.

Para el eslogan se utilizó la tipografía Merienda la cual pertenece a la familia de fuentes tipográfica Bold. Tiene formas suaves, está ligeramente condensada y tiene un ritmo que es una invitación a leer pequeños textos. Es ideal para titulares que requieren altura, ya que sus trazos se asemejan a los de un pincel, brindan frescura y un toque dinámico en el desarrollo de las palabras.

Para el centro del imagotipo se utilizó para las iniciales el tipo de letra Montserrat subrayada, otra tipografía perteneciente a la familia sans serif el cual transmite modernidad, seguridad y profesionalidad

Filosofía de negocios

Misión

Interpretar y convertir las necesidades y aspiraciones empresariales de nuestros clientes en marcas líderes y rentables

Visión

Ser la solución como agencia de marketing digital de nuestro mercado meta en l a construcción de sus marcas.

Valores

- Excelencia
- Calidad
- Compromiso
- Puntualidad
- Honestidad
- Innovación

Ventajas competitivas

Valor agregado

- Análisis de la empresa sin costo alguno.
- Quince (15) días libre de costo una vez establecido el contrato de trabajo
- Supervisión personalizada de manera física en las empresas/clientes.
- 25% de descuento por pronto pago.

Ventajas diferenciales

- Una oferta de valor que represente en realidad las necesidades del cliente.
- Una métrica y analítica constante de las acciones de marketing digital.
- Derecho del cliente de prescindir el contrato si lo juzga conveniente.
- Acuerdos de pagos en caso de ser requeridos por el cliente.

SECCIÓN 2: ESTRUCTURA DEL ENTORNO

Análisis FODA del proyecto

Fortalezas

- Conocimiento profesional del marketing.
- Costo presupuestario asequible.
- Gran número de contactos, en cartera de cliente.
- Disponibilidad a la capacitación constante y la innovación en la oferta.

Oportunidades

- Sector en desarrollo en las agencias de marketing
- Tendencia del mercado objetivo, hacia el mercado digital.
- Operatividad en una región con pocas agencias de marketing.
- Mayor credibilidad y confianza en los negocios digitales.

Debilidades

- Ser debutante en el mercado de las agencias de marketing.
- Poco reconocimiento de nuestra marca.
- Relación costo –ingreso en las primeras etapas del proyecto.
- Reto de cubrir mercado objetivo (Santiago, la vega y Bonaó).

Amenazas

- Crecimiento de competencia en el sector de las agencias de marketing digital.
- Inestabilidad en los costos y ofertas debido a la inestabilidad cambiaria.
- Tendencia a la incertidumbre política.
- Debilidad en el aspecto jurídico empresarial en el ecommerce.

Análisis de la Competencia

En lo referente e al estudio que se realizó relativo a la competencia, se llegó a conclusiones basadas en investigaciones pormenorizadas, que arrojaron los siguientes datos e informaciones:

En la provincia monseñor Noel, específicamente del municipio cabecera Bonaó, se cuentan con lo que se considera la competencia directa del proyecto. Agencia que lleva por nombre **28GRADOS**. A continuación, se desglosará las fortalezas y debilidades de la misma.

Fortalezas

- Más de 5 años ofertando servicio.
- Amplia cartera de cliente en la provincia
- Excelente imagen corporativa.

Debilidades

- Altos precios en los servicios digitales.
- Seguimiento deficiente de los trabajos realizados.
- Poca presencia en la publicidad de la agencia.

Agencia de marketing digital **GENIAL SENSE** está ubicada en la provincia de la Vega.

Fortalezas

- De las primeras agencias de dicha provincia
- Ubicación de la misma agencia en zona empresarial.
- Precios asequibles en los servicios.

DEBILIDADES

- Diseño de página web poco atractivo.
- Poca presencia promocional en las redes sociales.
- Limitación en el horario de laboral.

A+E es una agencia publicitaria y de consultoría ubicada en Santiago.

Fortalezas

- Manejo de crisis
- Creaciones de manuales de crisis empresariales.
- Posicionamiento de la marca

Debilidades

- Altos precios en las propuestas de marketing
- Seguimiento cuestionable con relación a las redes sociales
- Pocas ofertas y especiales en lo referente a los paquetes publicitarios

ANÁLISIS DE LA DEMANDA O CONSUMIDORES.

Resultados de la encuesta realizada a una muestra de 41 emprendedores y pequeños empresarios de diferentes sectores.

Pregunta No 1. Género

Tabla no.1



Fuente: Cuadro 1, Pregunta1 del cuestionario aplicado a los encuestados.

En la tabla no.1, se aprecia que el 47,50% de los encuestados son del sexo masculino, mientras que 52,50% son del sexo femenino.

Pregunta No 2. Ocupación de los encuestados

Tabla no.2

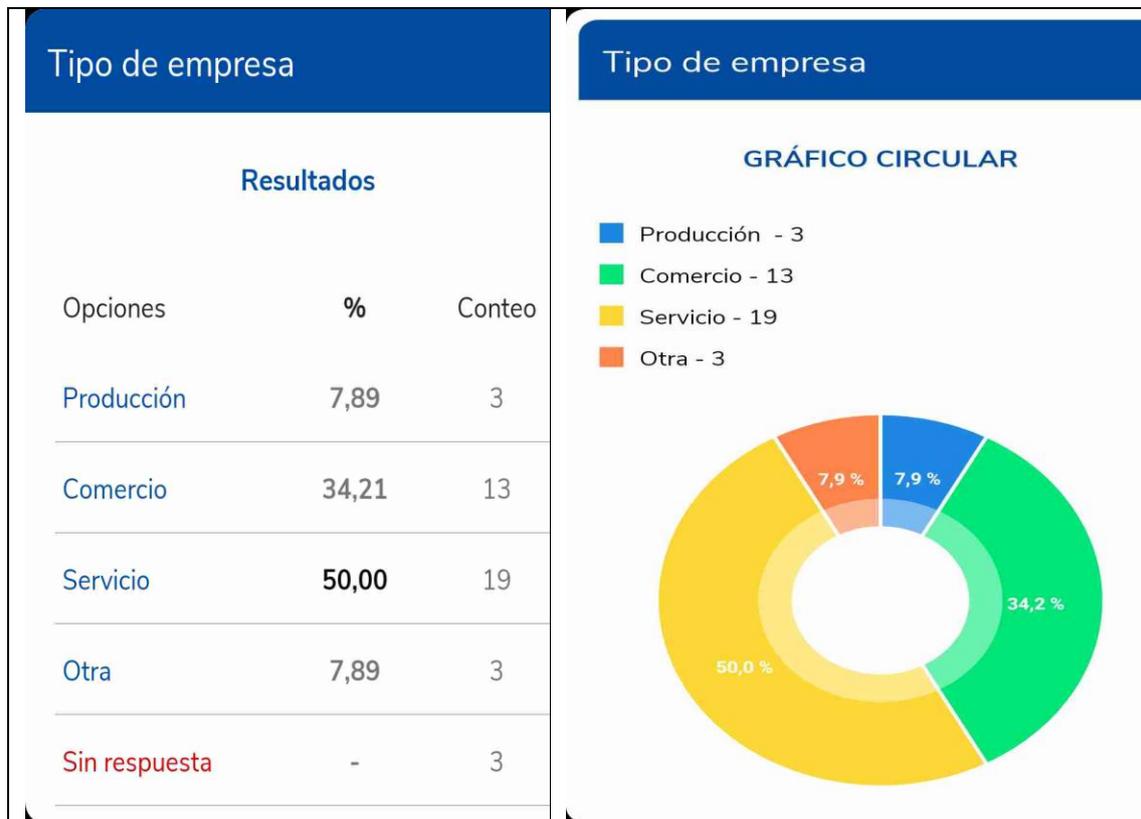


Fuente: Pregunta 2 del cuestionario aplicado a los encuestados.

El 42,11% son emprendedores, seguido de un 31,58% de los encuestados que son empleados privados, mientras el 26,32% son empresarios consolidados.

Pregunta No 3. Tipo de empresa de los encuestados

Tabla No.3

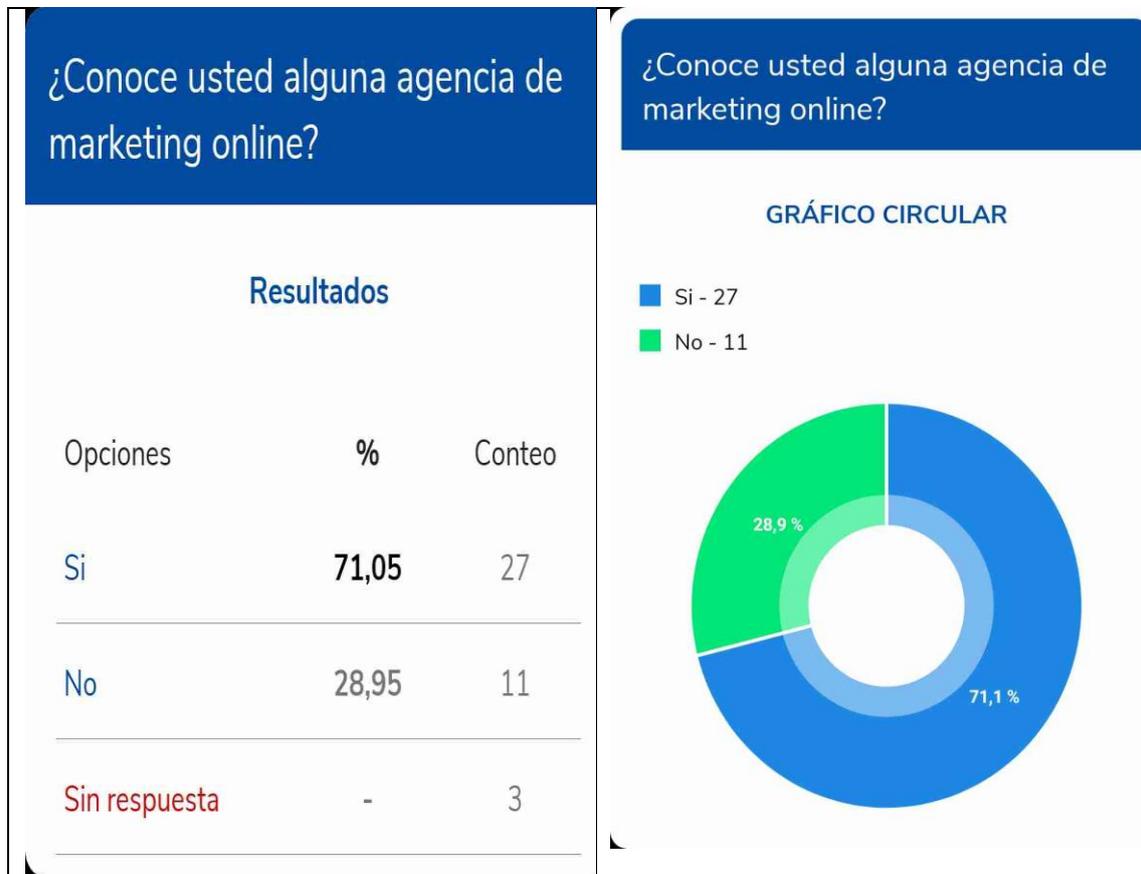


Fuente: Pregunta 3 del cuestionario aplicado a los encuestados.

En la tabla no. 3 se aprecia que el 50% de los encuestados pertenecen al sector servicio, seguido del 34% al sector comercio, y con 7,89% al sector producción al igual con 7,89% pertenecen a otros sectores.

Pregunta No 4. Conocimiento de los encuestados sobre las agencias de marketing online

Tabla No.4



Fuente: Pregunta 4 del cuestionario aplicado a los encuestados.

En la tabla No. 4 se aprecia que el 71,05% de los encuestados conoce alguna agencia de marketing online, mientras que el 28,95% no reconoce ninguna agencia de marketing online.

Pregunta No 5. ¿Ha utilizado usted los servicios de marketing online?

Tabla No.5

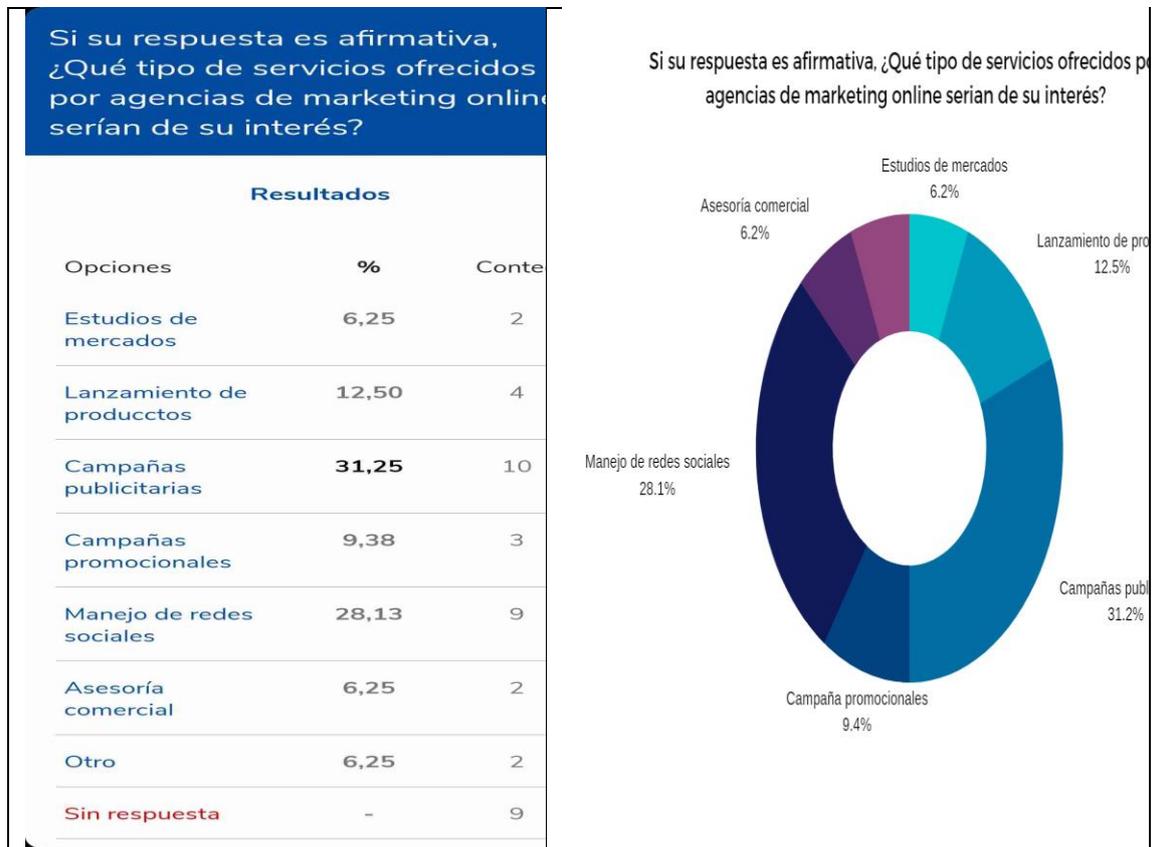


Fuente: Pregunta 5 del cuestionario aplicado a los encuestados.

63,16% de los encuestados ha utilizado los servicios de marketing online, mientras que 36,84% no los ha utilizado.

Pregunta No 6. Sí. Su respuesta es afirmativa ¿Qué tipo de Servicios ofrecidos por agencias de marketing online serian de su interés.

Tabla No. 8



Fuente: Pregunta 6 del cuestionario aplicado a los encuestados.

De los tipos de servicios ofrecidos por las agencias de marketing, los resultados arrojados por la encuesta fueron de un 31,25% Campañas publicitarias; 28,13% Manejo de redes sociales; 12,50% Lanzamiento de productos; 9,38% Campaña promocionales; 6,25% Estudios de mercados; 6,25 asesoría comercial 6,25% otros.

Pregunta No 7. ¿Cómo prefiere que se coticen estos servicios?

Tabla No.7



Fuente: Pregunta 7 del cuestionario aplicado a los encuestados.

En cuanto a la preferencia de los encuestados en la forma de cotización de los servicios un 44,74% prefirió por iguala mensual el 31,58% prefirió pago contra entrega mientras que el 21,05% Pago inmediato 2,63% Otro

Pregunta No 8 ¿Cuáles aspectos considera importante en una agencia de marketing online?

Tabla No.8

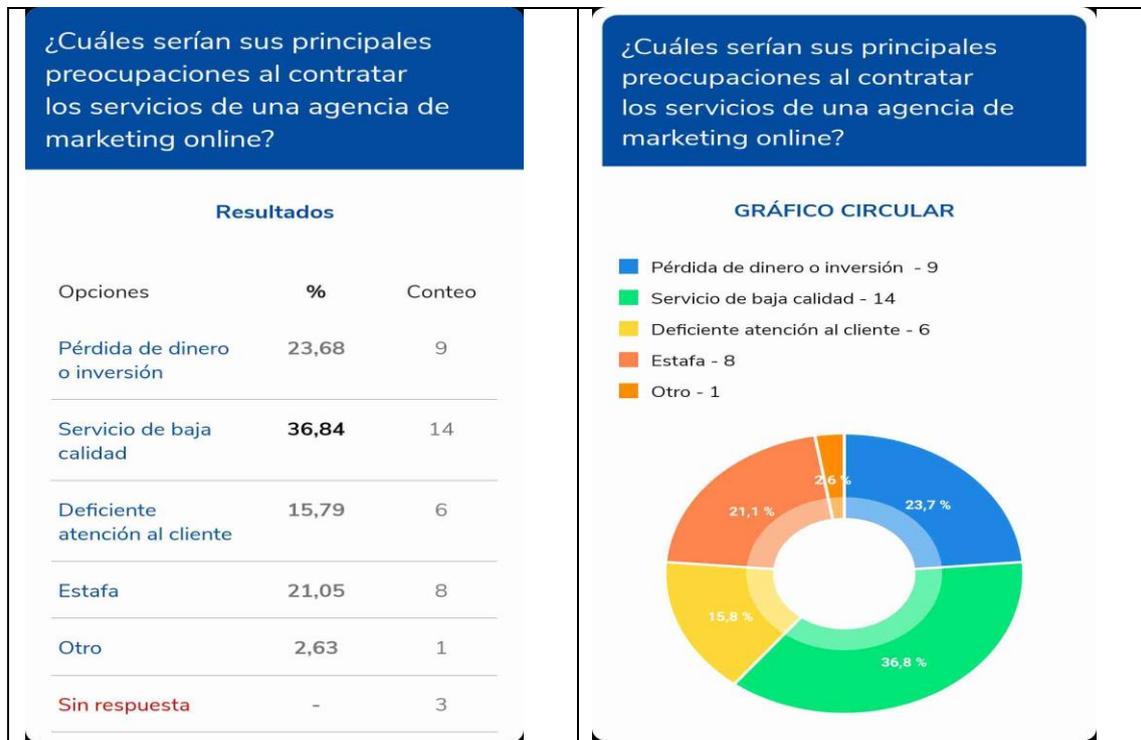


Fuente: Pregunta 8 del cuestionario aplicado a los encuestados.

Como se aprecia un 52,63% considera importante de las agencias la Calidad de los servicios; un 42,11% la Innovación, un 5,26% en Puntualidad en la entrega de los encuestados.

Pregunta No 9 ¿Cuáles serían sus principales preocupaciones al contratar los servicios de una agencia de marketing online?

Tabla No.9

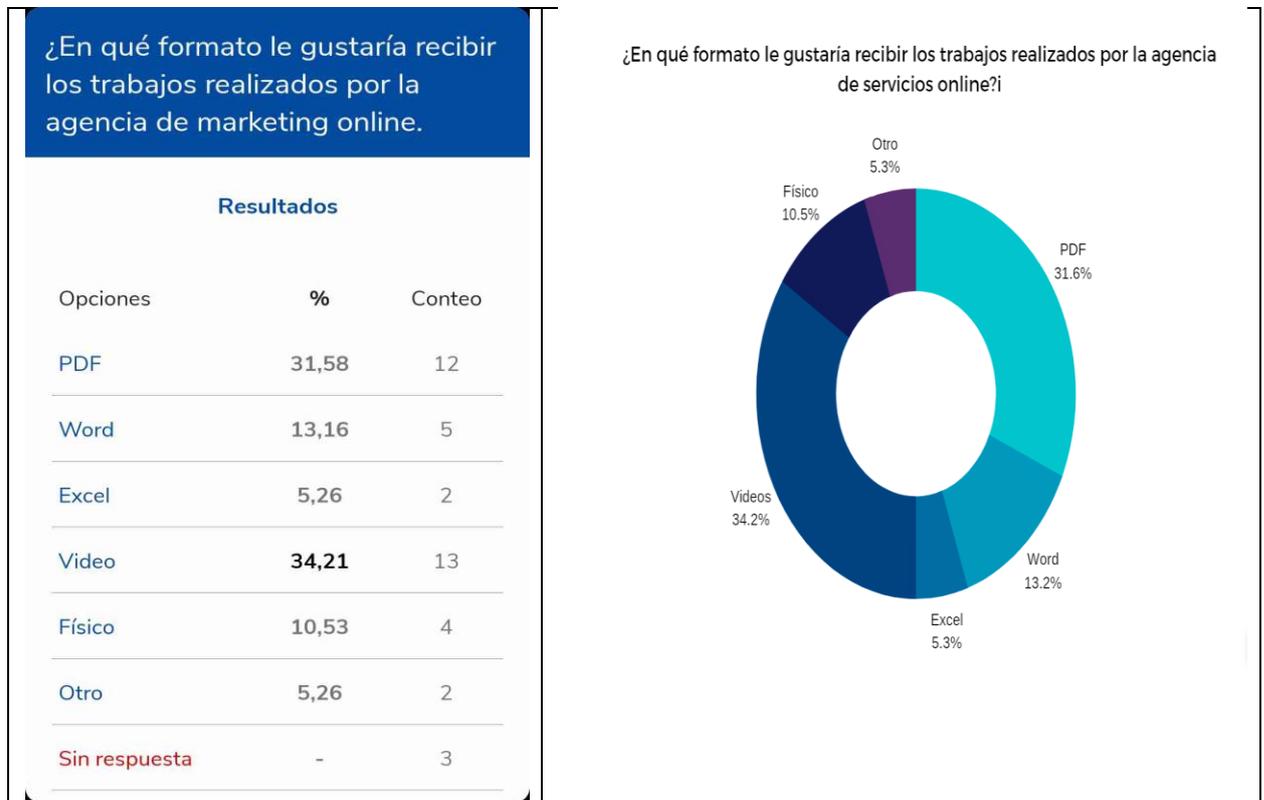


Fuente: Pregunta 9 del cuestionario aplicado a los encuestados.

Un 36,84% de los encuestados resaltó que las principales preocupaciones al contratar los servicios de una agencia lo son los Servicios de baja calidad; 23,68% Pérdida de dinero o inversión; 15,79% Deficiente atención al cliente 21,05% Estafa; y un 2,63% Otro.

Pregunta No10 ¿En qué formato le gustaría recibir los trabajos realizados por la agencia de servicios online?

Tabla No 10

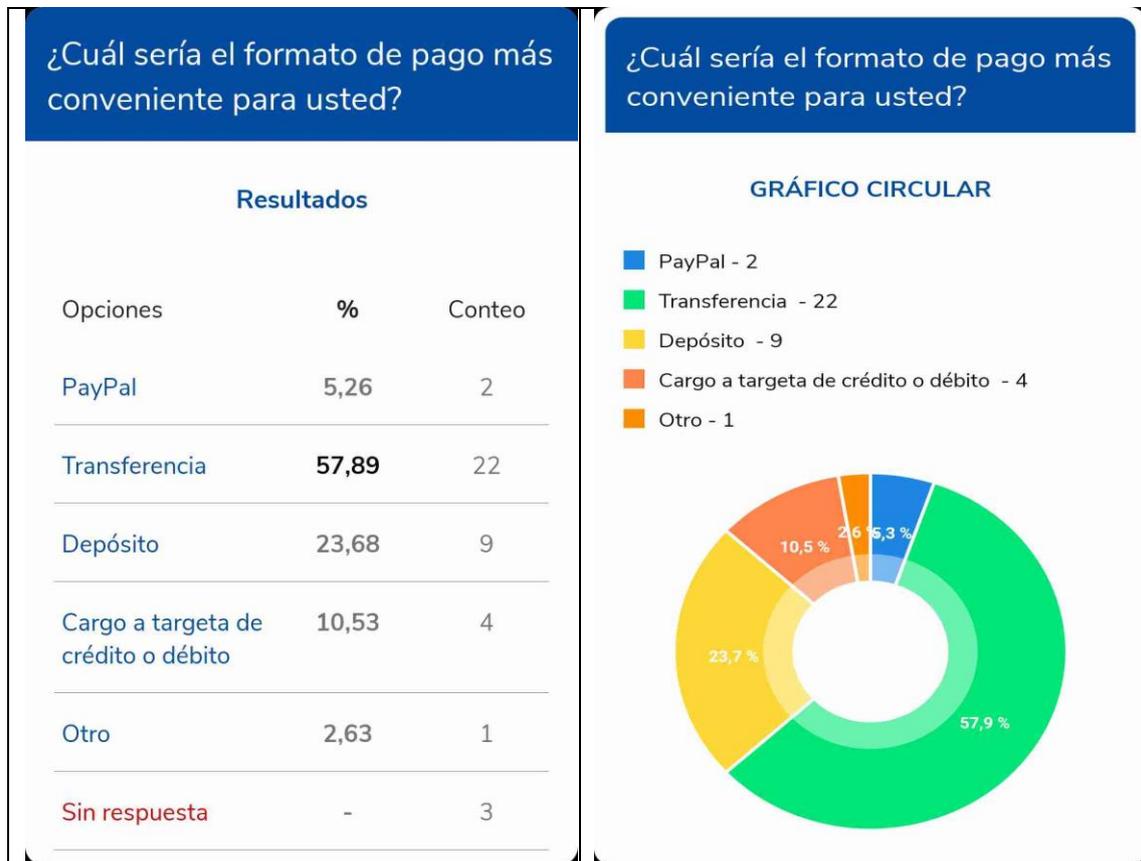


Fuente: Pregunta 10 del cuestionario aplicado a los encuestados.

El 34,21% de los encuestados prefiere recibir los resultados en formato de Videos un 31,58% en PDF, además de un 13,16% en Word, un 10,53% en Físico; 5,26% Excel, y 5,26% en Otro formato.

Pregunta No 11 ¿Cuál sería el formato de pago más conveniente para usted?

Tabla No 11



Fuente: Pregunta 11 del cuestionario aplicado a los encuestados.

El 57,89% prefirió la Transferencia; un 23,68% en Depósito; el 10,53% con Cargo a tarjeta de crédito o débito, un 5,26% PayPal y 2,63% en otra forma de pago.

Pregunta No.12 ¿Cuál plataforma virtual de acceso prefieres para acceder a los servicios de la agencia de marketing online?

Tabla No.12

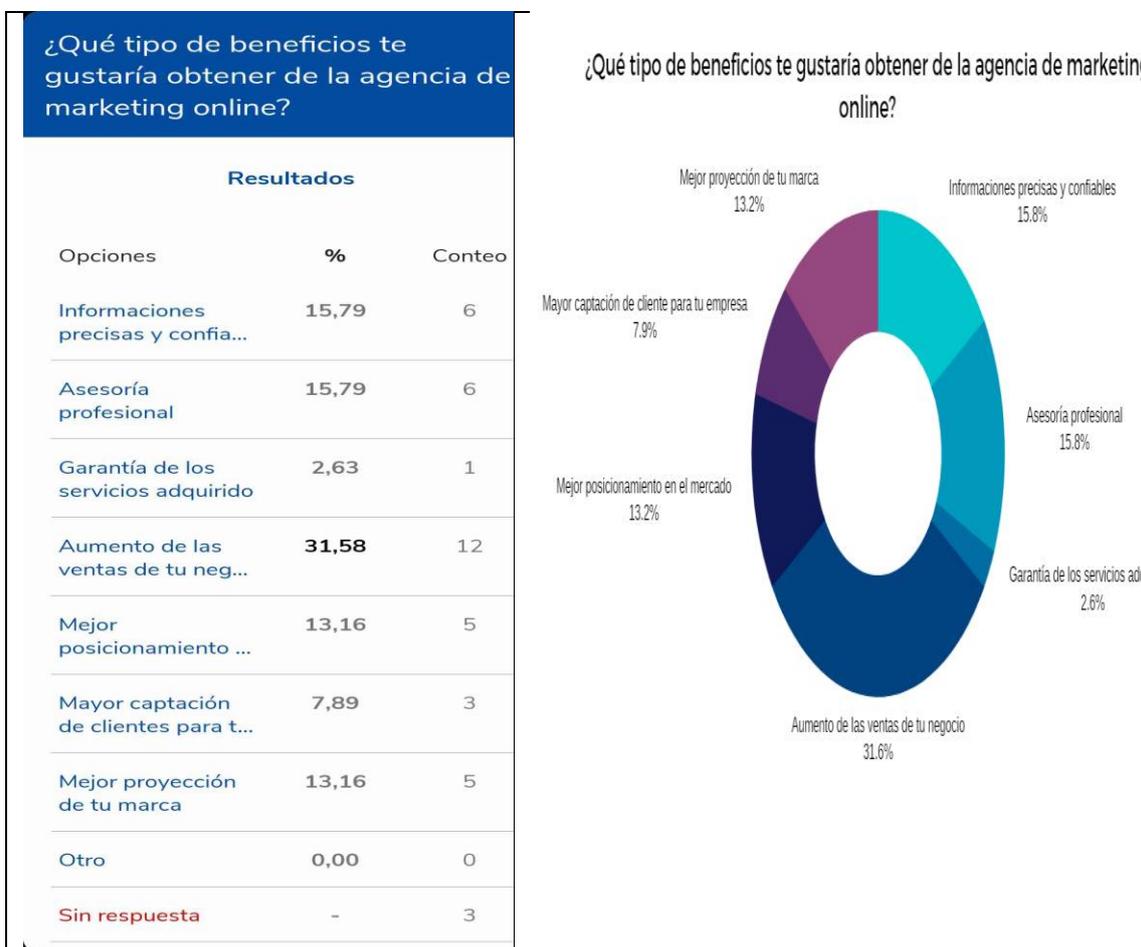


Fuente: Pregunta 12 del cuestionario aplicado a los encuestados.

Un 57,89% de los encuestados prefirió Redes sociales; el 26,32% Página Web; mientras que un 15,79%Aplicación Digital.

Pregunta No. 13 ¿Qué tipo de beneficios te gustaría obtener de la agencia de marketing online?

Tabla No13



Fuente: Pregunta 13 del cuestionario aplicado a los encuestados.

El 31,58% afirmó que el beneficio que le gustaría obtener sería en el aumento de las ventas de su negocio; el 15,79% Informaciónes precisas y confiables, para un 15,79% en Asesoría profesional, el 13,16% en Mejor proyección de su marca; un 13,16% en Mejor posicionamiento en el mercado; para un 7,89% prefiere, Mayor captación de cliente para su empresa, Garantía de los servicios adquiridos con un 2,63% de los encuestados.

Pregunta No. 14 ¿Cuáles son tus principales expectativas sobre la atención recibida de la agencia de servicios online?

Tabla No.14



Fuente: Pregunta 14 del cuestionario aplicado a los encuestados.

Referente a las expectativas sobre las agencias 71,05% de los encuestados confirmó Calidad y Excelencia, 15,79% Servicios personalizados; 10,53% Atención al cliente de primera; 2,63 Otro; 0% Precios competitivos o accesibles.

Pregunta No.15 Si tu experiencia es satisfactoria, ¿Recomendarías la agencia de servicios de marketing online con tus colegas y clientes?

Tabla No.15



Fuente: Pregunta 15 del cuestionario aplicado a los encuestados.

El 97,44% dijo que, si la recomendaría, mientras que el 2,56% dijo que no, hubo dos sin respuestas. Dos estuvieron sin respuestas.

SECCIÓN 3: ESTRUCTURA MERCADOLÓGICA

Mercado Meta

En lo referente al género tomado en la muestra, los ejecutivos y empresarios consolidados, así como los emprendedores que forman parte del mercado objetivo, se podría decir que son equitativos, tanto hombres como mujeres, ubicándose los mismos en las tres provincias en donde se llevará a cabo el proyecto (La Vega, Santiago y Bonao). En cuanto a su nivel de ingresos, los empresarios consolidados se ubican dentro del rango de ingresos altos y los emprendedores en nivel medio. Nivel académico entre profesionales, técnicos y cursantes, con grado de estatus considerado clase alta, media y clase media alta, gusto por la tecnología como respuesta a sus inquietudes empresariales.

El mercado objetivo, quiere un servicio que tenga como finalidad construir una marca exitosa y rentable, teniendo como herramientas principales servicios tales como: campañas publicitarias, manejo de la marca en redes sociales, posicionamiento en los buscadores y otros. Al preferir los servicios mencionados, de igual forma prefieren cotizar estos servicios principalmente en iguales mensuales y pago contra entregas. La calidad y la innovación son los principales aspectos valorados por estos. Relativo a los trabajos que le realicen, el mercado objetivo prefiere en generalidad que sean en Pdf y Videos, además del Word.

Las preocupaciones tomadas de la muestra del mercado objetivo son básicamente baja calidad en los servicios, pérdida de dinero en la inversión y deficiente atención. El beneficio esperado por la generalidad es el incremento de las ventas, mientras que dentro de las expectativas, la más esperada son la calidad y la excelencia. El método de pago de los servicios preferido es el de transferencia y depósito, y la plataforma escogida para acceder a los servicios de la agencia, casi a manera de totalidad, lo es a través de las redes sociales.

Estrategias de productos.

Dentro de los servicios escogidos para que sean de los pilares de la agencia, se encuentra el **Brand Marketing** que como se sabe, es el conjunto de acciones estratégicas, para la construcción de una sólida imagen de la marca. Es una herramienta de posicionamiento. Se creará tomando en cuenta la perspectiva de los consumidores y de cómo la empresa será percibida. Entre sus características está la de brindar una excelente experiencia al cliente, por medio del ofrecimiento de un servicio diferenciado, o por los productos o servicios que oferta, la cual generará conexiones inconscientes y conscientes con la audiencia. Creando como beneficio un diseño simple, llamativo, potente y memorable para transmitir la imagen deseada por su empresa, que tendrá como ventaja servicios de calidad que serán ofrecidos y adquirida por nuestra página web empresarial y través de las redes sociales, en formatos de videos informativos sobre la construcción de la marca. Además de las informaciones de quienes colaboran para la construcción de la marca, todo esto como valor agregado. Estos servicios serán ofrecidos y adquiridos por nuestra página web empresarial, como a través de las redes sociales. Como garantía se estará rediseñando la estrategia en caso de ser necesario.

El **Social media Marketing** que no son más que estrategias, contenidos, gestión, mantenimiento y medición de la comunidad en las principales redes sociales. Se caracteriza por la posibilidad amplia de captación de clientes potenciales, para generar tráfico hacia las páginas webs, como beneficio posee las herramientas necesarias para generar incremento en el reconocimiento de marca, las ventajas de la misma radica, entre otras, en que al generar presencia en las redes, se logra potencializar consumidores, y que estos visiten las webs, en donde se incrementarán las posibilidades de generar ventas y fidelización. Además del uso del Mobile marketing: Estrategias utilizadas para la captación y conversión a través de dispositivos móviles. Obteniendo como beneficios el incremento del reconocimiento de la marca y la fidelización del cliente. La agencia contará con un equipo de trabajo con experiencia, que asumirá un plan estratégico de relación con el cliente, generando contenido creativo con el fin enganchar al usuario y convertirlo en cliente. Estos servicios serán ofrecidos y adquiridos por nuestra página web empresarial, como a través de las redes sociales. Como garantía se estará en la disposición de rediseñar las estrategias.

Otro de los pilares entre los servicios de la agencia lo será el **Posicionamiento Web**, que se refiere a la colocación privilegiada en los buscadores de las empresas. Se caracteriza por utilizar básicamente dos herramientas para lograr el posicionamiento de los clientes. Estas serán: SEO (Search Engine Optimization): optimización web, indexación y posicionamiento en buscadores, así como otras técnicas de Inbound Marketing. SEM (Search Engine Marketing): diseño y gestión de campañas de anuncios y enlaces patrocinados en los motores de búsqueda como Google Ads, como beneficio se podría hacer mención a los procesos de optimización y mejora de la visibilidad y presencia de una página web dentro de los resultados de los buscadores más famosos, además optimizar la página web de tal manera, que cuando el cliente busque algún tipo de información en relevancia con la marca o producto del cliente, se sitúe en el listado de resultados de búsqueda por encima de las de la competencia. Como ventaja, logrará mayor posibilidades de visibilidad para los clientes que busquen determinados servicios y productos ofrecidos por estos. Como valor agregado, se contará con un equipo de profesionales, además de que los servicios serán ofrecidos y adquirida por nuestra página web empresarial a través de las redes sociales con fotos y videos expositivos, explicando la importancia y los beneficios del uso de las herramienta de posicionamiento web. Estos servicios serán ofrecidos y adquirida por nuestra página web empresarial como a través de las redes sociales. Como garantía se estará en la disposición de rediseñar la campaña en caso de que el cliente lo entienda necesario. Como garantía se estará en la disposición de rediseñar la estrategia.

.El cuarto pilar de los servicios estrella de la agencia lo será la **Campaña Publicitaria**, que como sabemos es un conjunto de estrategias comerciales, que tienen como objetivo dar a conocer el producto o servicio que buscas ofrecer. Se caracteriza por una serie de anuncios secuenciados, que se relacionan entre sí, en un periodo determinado. Su beneficio radica en que logra impactar de manera agresiva en un segmento amplio del mercado, la ventaja de lo mencionado es que se pueden generar ventas a corto plazo y generar presencia de marca. Como valor agregado se utilizará E-mail marketing y CRMs: campañas automatizadas para clientes fidelizados. La idea es la de crear campañas de publicidad en Internet más atractivas para los negocio. Ya que se pueden medir

fácilmente gracias a las herramientas que existen en la red. Se pueden utilizar imágenes, vídeos y texto para alcanzar el target en cualquier momento permitiendo lograr un alto impacto en el público objetivo al que se dirige la campaña. Ofreciendo un servicio de calidad e innovadora. Estos servicios serán ofrecidos y adquirida por nuestra página web empresarial y a través de las redes sociales. Como garantía se estará en la disposición de rediseñar la campaña en caso de que el cliente lo entienda necesario.

Estrategias de precios

Dentro de los costos en los servicios que se ofertarán, se encuentran los honorarios por servicios de: fotógrafo, el cual realizará una sección fotográfica que se tomará como banco de fotos, para cada una de las marcas que contraten la agencia Brand Web Marketing, este servicio tendrá un costo estipulado entre cinco mil (RD\$ 5.000.00) y ocho mil pesos (RD\$ 8.000.00) según las cantidades de fotos requeridas. Diseñador Gráfico prestará sus servicios por ajuste dependiendo de la complejidad y la participación en los paquetes de ofertas, los costos oscilarán entre dos mil pesos (RD\$ 2.000.00) a seis mil pesos (RD\$6.000.00). En cuanto a los mercadólogos encargados de la ejecución de las actividades y estrategias dispuestas en los planes a las empresas y emprendedores, los costos de adquisición de estos como retribución a su trabajo, formaran parte de los beneficios, ya que ambos mercadólogos, son a la vez copropietarios de la agencia Brand Web Marketing.

El margen de beneficio oscilará entre 70% a 80% dependiendo el tipo de plan escogido por el cliente, teniendo en cuenta que habrá tres tipos de planes bases, pero que están sujetos a cambios en los servicios si el cliente lo cree conveniente. En lo referente al precio de ventas de los planes de servicios la agencia Brand web marketing ofrecerá tres planes e diferentes escalas, dependiendo de la cantidad de servicios y la complejidad de los mismos, en función del valor entregado a los clientes. El plan básico tendrá un precio de diez mil pesos (RD\$10.000.00), el plan intermedio quince mil pesos (RD\$15.000.00) y el plan Premium treinta mil pesos (RD\$30.000.00). Cuando exista un nivel elevado de integración con el cliente y este tenga conciencia sobre los beneficios que le ha ofrecido la agencia se espera utilizar una estructura de precio más

personalizada basada en valor. Referente a los precios promocionales a las empresas que contraten la agencia Brand web marketing por seis meses o más, se le asignará un descuento de un 5% por cada mes. El formato de pago lo será mensual, a través de depósitos y transferencia .los descuentos se ejecutarán por pago anticipado, y los porcentajes de descuentos dependerán del plan escogido. Se aplicará el impuesto de ley (18% de ITBIS) sobre los precios bases de los planes.

Estrategias de distribución

En cuanto a la distribución de los servicios, entre los canales que se ofrecerán estará el SEO, para que los contenidos sean los primeros que aparezcan en los buscadores de los posibles clientes, social media marketing ,para llegar a los diferentes objetivos mediante la participación directa o contacto personal , dentro de este canal se utilizará ,Facebook, Instagram y LinkedIn, el email marketing, para mantener en cliente informado y comprometido, a través de las acciones realizadas en la web. Marketing de contenido, se utilizarán las campañas de marketing digital, el mismo se desarrollará a través de las redes sociales (Facebook, Instagram).también se realizaran estas ventas y distribución de manera física, es decir, de manera presencial asistiendo al lugar de la empresa y/o emprendedor. La página web de la agencia **www.brandwebmarketing@gmail.com** será el punto principal de venta de los servicios, en tanto que las redes sociales (Facebook Instagram) lo serán para utilizarse como punto de exhibición del proyecto.

Estrategias de comunicación

Como táctica promocional se utilizarán las ofertas. Por la adquisición por parte de los clientes del plan Premium, se le ofertará cinco post por mes sin costo alguno, además como oferta para los clientes de los planes más módico, se le ofertará diseño y programación de diez post en un mes, adicional, esto con la intención de motivar al cliente a adquirir planes más extenso en cobertura de los servicios que se ofrecen. Se ofrecerá la cobertura de dos eventos sin costo alguno para la empresa/cliente. En cuanto a los descuentos por planes estos se realizarán a las empresas/clientes que contraten los servicios de la agencia por

un mínimo de tres meses. Se utilizará de igual forma como táctica promocional, un demo que contendrá una orientación del uso de las agencias para el logro de los objetivos organizacionales. Como bono se utilizarán códigos de promoción, en donde las empresas/clientes obtendrán un bono de valor, equivalente a uno de nuestros planes de servicio. En lo referente a las tácticas promocionales relativas a los días festivos, la agencia elaborará promociones de las empresas/clientes en las redes sociales, sin costo alguno.

Entre las tácticas publicitarias se utilizarán los flyers en las redes sociales de mayor impacto y tráfico, como lo son, Instagram, Facebook y la red empresarial LinkedIn, estos flyers tendrán como objetivo dar a conocer y promocionar los principales servicios digitales de la agencia. Se utilizarán spots digitales, en las redes sociales (Facebook, Instagram) y en la página web de la agencia(**brandwebmarketing@gmail.com**), tanto en audio, video y escrito, con la intención de dar a conocer la marca y para convencer y estimular la contratación de la agencia por parte de los clientes/empresas, este recurso de los spots es uno de los más eficaces y su duración será corta, pero impactante, reflejará los valores y la responsabilidad social que tendrá la agencia en relación con el entorno. Los minis videos se utilizarán con testimonios de los clientes satisfechos, esto con la intención de promocionar la agencia, y se presentarán en las principales plataformas y redes sociales (Facebook, Instagram)

Las tácticas publicitarias deberán ser dadas a conocer a través de los medios tales como: Facebook donde se presentarán tanto los flyers, como los infomerciales, además de los spots de audio, en Instagram se colocarán los spots y mini videos, conjuntamente con los flyers, mientras que en WhatsApp business (809-319-8080) se colocará un flyers destacando los servicios que se ofrecen. Con la base de dato de la agencia, de manera continua y sistematizada, con permiso de los clientes y a través del correo empresarial, se le facilitará informaciones, ofertas y orientaciones a los mismos. A través de la página web de la agencia se utilizará la herramienta del remarketing, esto con el objetivo de mostrar los anuncios a personas que previamente hayan visitado la página web.

En cuanto a las tácticas de ventas se utilizará la página para generar ventas, utilizando el catálogo oficial de la agencia, los correos electrónicos de los

clientes/empresas serán utilizados para ofertar los diferentes paquetes, y que a través de los mismos puedan adquirir los diferentes planes, otro espacio de venta lo serán las visitas personalizadas, en donde se podrá llegar a acuerdos de trabajo y contratos. Se utilizarán fotos y videos de a través de las redes sociales (Facebook, Instagram), estos exponiendo los trabajos realizados por la agencia para los clientes.

Referente a las relaciones públicas habrá participaciones en eventos de negocios, además de ferias del sector empresarial y emprendedurismo. De la misma forma se establecerán donaciones para sectores necesitados, esto con la intención de tomar un roll social que vaya de alguna manera a mejorar el entorno en el área de acción de la agencia. De igual manera se dedicarán fondos obtenidos de los beneficios, para donaciones, esto se hará bajo la supervisión y coordinación de entidades no lucrativas. Los foros de conversación formarán parte de las relaciones públicas, estos estarán habilitados en el sitio web de la agencia, y servirán para que los clientes comenten sus experiencias de los servicios que han obtenido.

SECCION 4: ESTRUCTURA TECNICA

Principales socios claves del proyecto

El proyecto de agencia virtual de marketing digital Brand Web Marketing, será constituido como una sociedad de responsabilidad limitada (SRL), tendrá como socios accionistas y a la vez inversionistas, a **Flora Del Carmen Lantigua** y

Leopoldo Damián Jiménez Inoa, ambos socios con un 50% de las acciones equitativamente. Tendrá como proveedores un diseñador independiente, un programador de web site, un fotógrafo y un encargado del soporte técnico. Las plataformas online que servirán de soporte para la agencia Brand Web Marketing lo serán: la página web www.brandwebmarketing.com, Facebook, Instagram, LinkedIn y google+.

Asesores o especialistas de Operaciones.

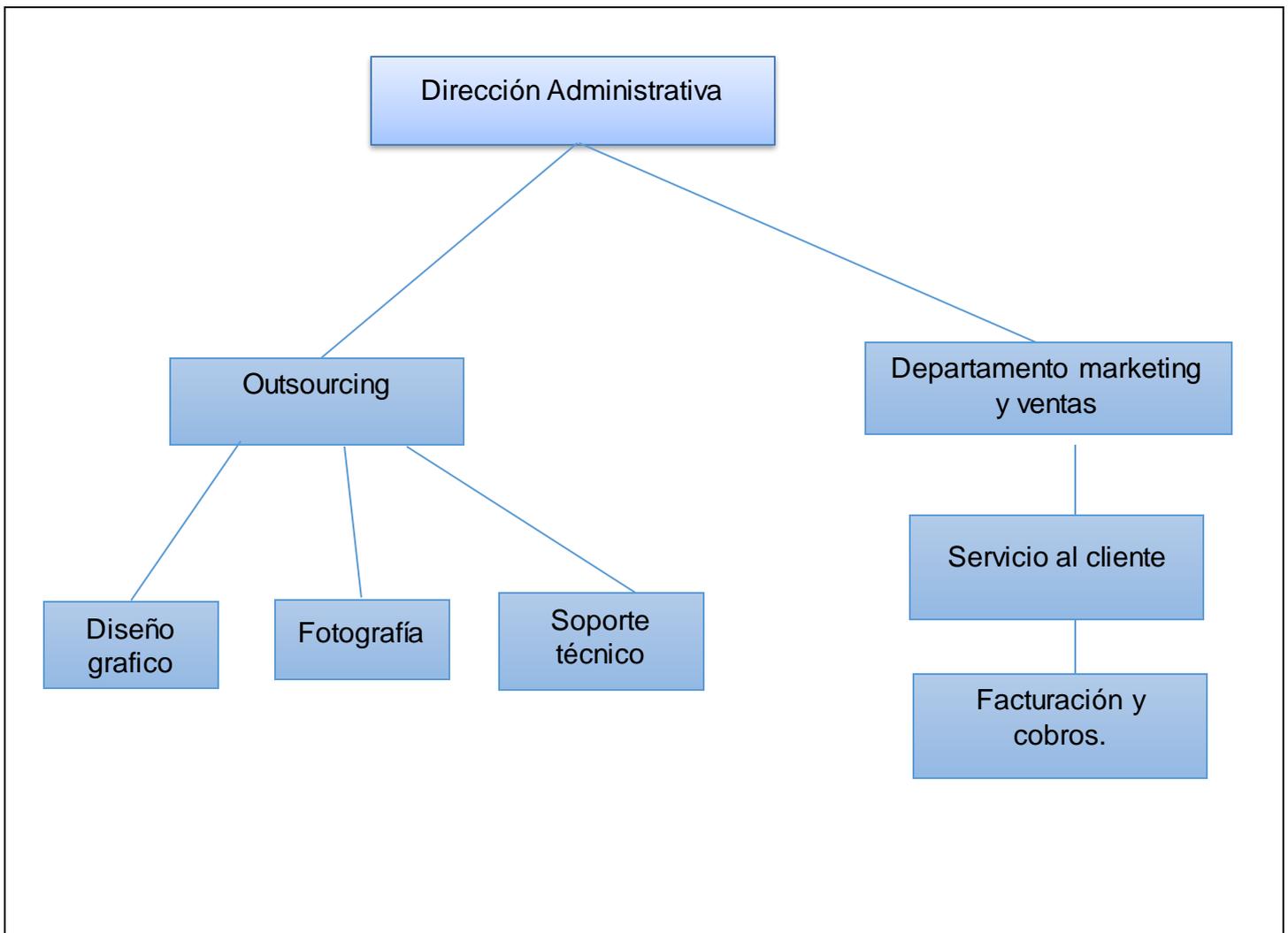
Dentro de la asesoría y apoyo operacional del proyecto Brand Web Marketing se contará con Omar Quezada, experimentado diseñador gráfico que cuenta en su aval con colaboraciones para agencias de principalía de la zona norte del país, entre al cual se puede destacar Conacex y diseñador oficial de Asadero Doña Pula. Para el soporte técnico se contará con los servicios profesionales de José Yonelvi Raputa, ingeniero en software, egresado de la universidad abierta para adultos (UAPA), y que cuenta con su propia empresa.

En lo referente al manejo del web site, estará a cargo de la Lcda. Flora Del Carmen Lantigua, la creación de contenido y las estrategias de marketing, tanto para la promoción y publicidad de la agencia, como para los clientes estará a cargo de los dos mercadólogos del proyecto, que a su vez son accionistas del mismo, y para fotografías Erick A. Gullón fotógrafo de trayectoria.

En lo que concierne a los aspectos administrativos del proyecto. El Lcdo. Leopoldo Damián Jiménez estará en la gerencia administrativa, en los servicios de atención al cliente accionarán ambos socios- accionistas, en cuanto a las ventas y gestión, de igual forma será asistido por ambos socios accionistas, la facturación y los cobros estarán a cargo de Flora Del Carmen Lantigua, mientras que la contabilidad será manejada por un licenciado en contabilidad externo, al igual que los aspectos legales, que serán manejados por una agencia de outsourcing.

En cuanto a la actualización de contenido online de la agencia Brand Web Marketing para sus clientes y empresas, tales acciones serán ejecutadas por los socios accionistas y mercadólogos Flora Del Carmen y Leopoldo Damián Jiménez.

Organigrama



Cuadro: Fuente propia

Las asistencias a los clientes y potenciales clientes contarán con una atención que se extenderá desde las 8 .a .m hasta las 6.00 p.m. utilizando todos los medios dispuesto para tales fines.

Dentro de la política general de la agencia de marketing digital Brand Web Marketing, se podría hacer mención de varios aspectos considerados estructura dorsal del proyecto, como lo son: brindar un servicio de alta calidad, basado en el compromiso con las necesidades y perspectiva de nuestros clientes, mantener un alto grado de respeto entre compañeros, lograr una interacción solida con nuestros clientes, basado en la funcionalidad, seguimiento y resultados medibles, los reclamos serán atendidos por el personal administrativo y estos tomarán las medidas que se entiendan necesarias.

Como compromiso, la agencia desarrollará facilidades para la capacitación constante y actualizada de sus colaboradores, con la intención de mejorar nuestra propuesta de negocios constantemente. Los medios digitales de la agencia virtual, estarán limitados solamente para el uso, seguimiento y respuesta para los clientes, atendiendo sus solicitudes y necesidades. Los departamentos de la agencia operarán de forma sincronizada, en un ambiente de colaboración e integración, de cara a los objetivos organizacionales. En lo relativo a la privacidad en el manejo de los datos y perfiles de los clientes, la agencia se compromete a la mayor de la seguridad, tanto de los clientes como de la agencia en sí. El compromiso con el medio ambiente, la bioseguridad y la ética laboral formarán parte sensible de las políticas.

Relativo a las normas laborales que habrán de aplicarse, se utilizará de manera obligatoria el calendario de trabajo de la agencia, este se renovará anualmente y cumplirá con los requisitos establecidos por la ley referente a los días laborales y festivos, se contará con un plan de prevención de riesgos laborales, amparado en la ley de la seguridad social, la empresa debe de acceder a un reconocimiento médico de parte de los colaboradores y una revisión médica anualmente. En caso de contratación de personal, la agencia estará obligada a informar a la TSS, al igual si hay una suspensión de contrato de algún colaborador.

En lo concerniente a los pagos de salarios y/o comisiones por parte de la agencia, la misma está en la obligación de otorgar un recibo de pago, en donde quede registrado de manera legal la operación, también ejecutar y cumplir algún tipo de adelanto de sueldo o cualquier acción financiera, se establecerá la fecha de vacaciones de los colaboradores con los días correspondientes, basados en el código de trabajo del país. Se establecerán las condiciones en que un colaborador puede justificar la ausencia al trabajo, además de los permisos y los derechos a estos, siempre y cuando se consideren justificados.

SECCION 5: ESTRUCTURA FINANCIERA

Plan de inversión

BRAND WEB MARKETING

Descripción	Costo	Total
Ordenador de mesa o laptop	\$ 13,900.00	\$ 13,900.00
Impresora de inyector de tinta	\$ 4,300.00	\$ 18,200.00
Mobiliario de oficina	\$ 1,900.00	\$ 20,100.00
Dispositivo móvil o Tablet	\$ 5,000.00	\$ 25,100.00
Aire acondicionado*	\$ 13,000.00	\$ 38,100.00
Hosting y dominio web	\$ 3,000.00	\$ 41,100.00
Software especializados	\$ 3,000.00	\$ 44,100.00

Soporte técnico	\$ 3,500.00	\$ 47,600.00
Diseñador grafico	\$ 5,000.00	\$ 52,600.00
Equipos y maquinarias*	\$ -	\$ 52,600.00
Insumos y materiales	\$ -	\$ 52,600.00
Materia prima*	\$ -	\$ 52,600.00
Mercancía*	\$ -	\$ 52,600.00
Suministro electricidad	\$ 900.00	\$ 53,500.00
Servicios de data o internet	\$ 500.00	\$ 54,000.00
Embalaje o empaques	\$ -	\$ 54,000.00
Otros especifique	\$ -	\$ 54,000.00
TOTAL		\$ 54,000.00

Estado de Flujos de Efectivo Proforma
BRAND WEB MARKETING

Cuentas por cobrar

Ventas al contado mensual	\$133,333.00	
Ventas a crédito mensual		
Otros ingresos	\$ -	
Total cuentas por cobrar		\$133,333.00

Gastos Operacionales

Servicio de luz eléctrica	\$ 900.00
Plan de teléfono fijo y móvil	\$ 1,000.00
Plan de internet fijo y móvil	\$ 1,000.00

Transporte	\$	5,000.00	
Otros	\$	-	
Total Gastos Operacionales			\$ 7,900.00
Costos Operacionales			
Hosting y dominio	\$	250.00	
Software seguridad	\$	210.00	
Software especializados	\$	250.00	
Diseño grafico o contenido web	\$	5,000.00	
Embalaje	\$	-	
Envíos	\$	-	
Otros	\$	-	
Total Costos Operativos			\$ 5,710.00
Préstamos o financiamientos			
Tarjeta de crédito	\$	-	
Prestamos independiente	\$	-	
Financiamiento bancario	\$	-	
Otros	\$	-	
Total Prestamos o financiamientos			\$ -
Total			\$119,723.00

Estado de Resultados Proforma
BRAND WEB MARKETING

Ingresos por ventas anuales

Plan básico	\$730,000.00
Plan intermedio	\$630,000.00
Plan Premium	\$240,000.00

Total de ingresos		\$1,600,000.00
		0
Costos		
Costos directos	\$	-
Costos indirectos	\$	-
Costos fijos	\$	7,900.00
Costos variables	\$	5,710.00
		\$
Total costos		13,610.00
Intereses sobre préstamos o imp.		
Financiamientos bancarios	\$	-
Tarjeta de crédito	\$	-
Prestamos independientes	\$	-
Impuestos =1,600,000*0.18	\$	288,000.00
		\$
Total intereses o impuestos		288,000.00
Ganancia o Pérdida Neta		\$1,298,390.00
		0

Plan de Medios Online

BRAND WEB MARKETING

Contenido online	Cantidad	Costo	Importe total
Flyers	10	\$ 500.00	\$ 5,000.00

Videos	4	\$	750.00	\$	3,000.00
Tutoriales	0	\$	-	\$	-
Catálogos	1	\$	4,500.00	\$	4,500.00
Fotos	30	\$	150.00	\$	4,500.00
Artículos	0			\$	-
Infomerciales	0			\$	-
Publicidad en YouTube	5	\$	150.00	\$	750.00
Publicidad en redes sociales	30	\$	60.00	\$	1,800.00
Capsulas informativas	2	\$	750.00	\$	1,500.00
Otros	0	\$	-	\$	-
Total		\$	6,860.00	\$	21,050.00

Observaciones

Las empresas online deben dar un mantenimiento diario o semanal en todos sus escenarios virtuales. Por tanto, deben contar con un presupuesto o plan de medios online calendarizado para poder controlar esos elementos.

Proyeccion de ventas por temporadas

BRAND WEB MARTING

Producto/Servicio	Precio Unitario	MES 1		MES 2		MES 3		MES 4	
		Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta
Plan básico	\$10,000.00	8	\$ 80,000.00	7	\$ 70,000.00	5	\$ 50,000.00	5	\$ 50,000.00
Plan intermedio	\$15,000.00	5	\$ 75,000.00	4	\$ 60,000.00	2	\$ 30,000.00	2	\$ 30,000.00
Plan Premium	\$30,000.00	2	\$ 60,000.00	1	\$ 30,000.00	0	\$ -	0	\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
Totales	\$55,000.00	15	\$215,000.00	12	\$160,000.00	7	\$ 80,000.00	7	\$ 80,000.00

Producto/Servicio	Precio Unitario	MES 5		MES 6		MES 7		MES 8	
		Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta
Plan básico	\$10,000.00	7	\$ 70,000.00	6	\$ 60,000.00	6	\$ 60,000.00	5	\$ 50,000.00
Plan intermedio	\$15,000.00	4	\$ 60,000.00	3	\$ 45,000.00	4	\$ 60,000.00	4	\$ 60,000.00
Plan Premium	\$30,000.00	1	\$ 30,000.00	1	\$ 30,000.00	0	\$ -	0	\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
Totales	\$55,000.00	12	\$160,000.00	10	\$135,000.00	10	\$120,000.00	9	\$110,000.00

Producto/Servicio	Precio Unitario	MES 9		MES 10		MES 11		MES 12	
		Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta
Plan básico	\$10,000.00	5	\$50,000.00	5	\$50,000.00	6	\$ 60,000.00	8	\$ 80,000.00
Plan intermedio	\$15,000.00	3	\$45,000.00	3	\$45,000.00	3	\$ 45,000.00	5	\$ 75,000.00
Plan Premium	\$30,000.00	0	\$ -	0	\$ -	1	\$ 30,000.00	2	\$ 60,000.00
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
Totales	\$55,000.00	8	\$95,000.00	8	\$95,000.00	10	\$135,000.00	15	\$215,000.00

Primer cuatrimestre \$ 535,000.00
Segundo cuatrimestre \$ 525,000.00
Tercer cuatrimestre \$ 540,000.00
Total proyección de ventas \$ **1,600,000.00**

CONCLUSIÓN

Como resultado de la investigación y la propuesta del plan de marketing llevada a cabo, referente a la agencia de marketing digital Brand Web Marketing, se concluye de forma categórica, que la justificación de dicho proyecto, tiene como base dar respuestas a las necesidades de un mercado objetivo, que está integrado por clientes que aspiran a la construcción de la marca que representan y la rentabilidad de la misma.

Todo esto sobre un contexto de respuesta que la agencia digital Brand Web Marketing, mediante una propuesta de valor y diferenciación estará en la disposición y condición de ofertar. Conociendo mediante investigaciones y métricas, el gran vacío existente en las agencias de marketing digital, que oferten una propuesta, que dé seguimiento y resultados personalizados a un mercado que aspira al crecimiento en las redes y el tráfico en la web, para generar con ello, mayor demanda de sus productos y servicios, se hace notorio el plan de negocios propuesto por la agencia de marketing digital.

La utilización de las herramientas y tácticas más vanguardistas del marketing digital, estructuradas en un proceso de planeación estratégica, personalización de las ofertas, métrica y seguimiento, Brand Web Marketing garantizará los objetivos organizacionales de los clientes que conforman el mercado objetivo estudiado.

Dada las proyecciones financieras consolidadas de manera estratégica y bien planificadas en relación al plan de inversión, las ventas proyectadas al año, además de los ingresos de ventas, las ganancias netas y el agresivo plan de medios online para garantizar el tráfico y generar demanda como propuesta de negocios, proyectan una rentabilidad y afianzamiento a futuro de la agencia digital Brand Web Marketing.

BIBLIOGRAFÍA

ELDIA.ES. (2020). Los top 5 referentes en el mundo del marketing digital. JUNIO 15, 2020, de América Retail Sitio web: <https://www.america-retail.com/estudios>.

López A.. (2015). ESUMEN DE LA EVOLUCIÓN DEL MARKETING DIGITAL EN UNIBE. JUNIO 15, 2020, de Arturo López Valerio Sitio web: <https://arturolopezvalerio.com/>

ANEXOS

CUESTIONARIO

1. Género

- a. Masculino
- b. Femenino

2. Ocupación

- a. Empleado privado
- b. Empresario consolidado
- c. Emprendedor

3. Tipo de empresa

- a. Producción
- b. Comercio
- c. Servicio
- d. Otra

4. ¿Conoce usted alguna agencia de marketing online?

- a. Si
- b. No

5. ¿Ha utilizado usted los servicios de agencias de marketing online?

- a. Si
- b. No

6. Si su respuesta es afirmativa, ¿Qué tipo de servicios ofrecidos por agencias de marketing online serian de su interés?

- a. Estudios de mercados
- b. Lanzamiento de productos
- c. Campañas publicitarias
- d. Campaña promocionales
- e. Manejo de redes sociales
- f. Asesoría comercial

g. Otro

7. ¿Cómo prefiere que se coticen estos servicios?

a. Por iguala mensual

b. Pago contra entrega

c. Pago inmediato

d. Otro

8. ¿Cuáles aspectos considera importante en una agencia de marketing online?

a. Calidad de los servicios

b. Puntualidad en la entrega

c. Innovación

d. Otro

9. ¿Cuáles serían sus principales preocupaciones al contratar los servicios de una agencia de marketing online?

a. Pérdida de dinero o inversión

b. Servicios de baja calidad

c. Deficiente atención al cliente

d. Estafa

e. Otro

10. ¿En qué formato le gustaría recibir los trabajos realizados por la agencia de servicios online?

a. PDF

b. Word

c. Excel

d. Videos

e. Físico

f. Otro

11. ¿Cuál sería el formato de pago más conveniente para usted?

a. PayPal

b. Transferencia

c. Depósito

- d. Cargo a tarjeta de crédito o débito
- e. Otro

12. ¿Cuál plataforma virtual de acceso prefieres para acceder a los servicios de la agencia de marketing online?

- a. Página Web
- b. Redes sociales
- c. Aplicación Digital
- d. Otro

13. ¿Qué tipo de beneficios te gustaría obtener de la agencia de marketing online?

- a. Informaciones precisas y confiables
- b. Asesoría profesional
- c. Garantía de los servicios adquiridos
- d. Aumento de las ventas de tu negocio
- e. Mejor posicionamiento en el mercado
- f. Mayor captación de cliente para tu empresa
- g. Mejor proyección de tu marca
- h. Otro

14. ¿Cuáles son tus principales expectativas sobre la atención recibida de la agencia de servicios online?

- a. Servicios personalizados
- b. Precios competitivos o accesibles
- c. Atención al cliente de primera
- d. Calidad y Excelencia
- e. Otro

15. Si tu experiencia es satisfactoria, ¿Recomendarías la agencia de servicios de marketing online con tus colegas y clientes?

- a. Si
- b. No