

"PROYECTO DE CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORÍA EN MERCADEO DE BASE DE DATOS Y SU APLICACIÓN EN EMPRESAS COMERCIALES DE GUAYAQUIL"



Introducción

- Con la globalización se han producido importantes cambios en el entorno competitivo a nivel de nuestro país.
- Empresas y pequeños negocios deben usar un enfoque más profundo de mercadeo.



Diagnóstico de comercios guayaquileños

- Mayor número de centros comerciales
- Modernización de la ciudad



Logo y Slogan



“Transformando tus datos en información útil para tu negocio”



Definición del servicio

- Segmentación y selección de grupos objetivos
- Mercadeo Directo mediante la implementación de base de datos
- Diseño de Programas de fidelización del cliente
- Reducción de costos de publicidad y promociones



Misión

- Ofrecer a los comercios una forma diferente de promocionar sus productos o servicios, buscando la fidelización de sus clientes, ser el enlace efectivo de marketing que permita el mejoramiento de las relaciones comerciales entre estas y sus clientes mediante la transformación de datos en información.



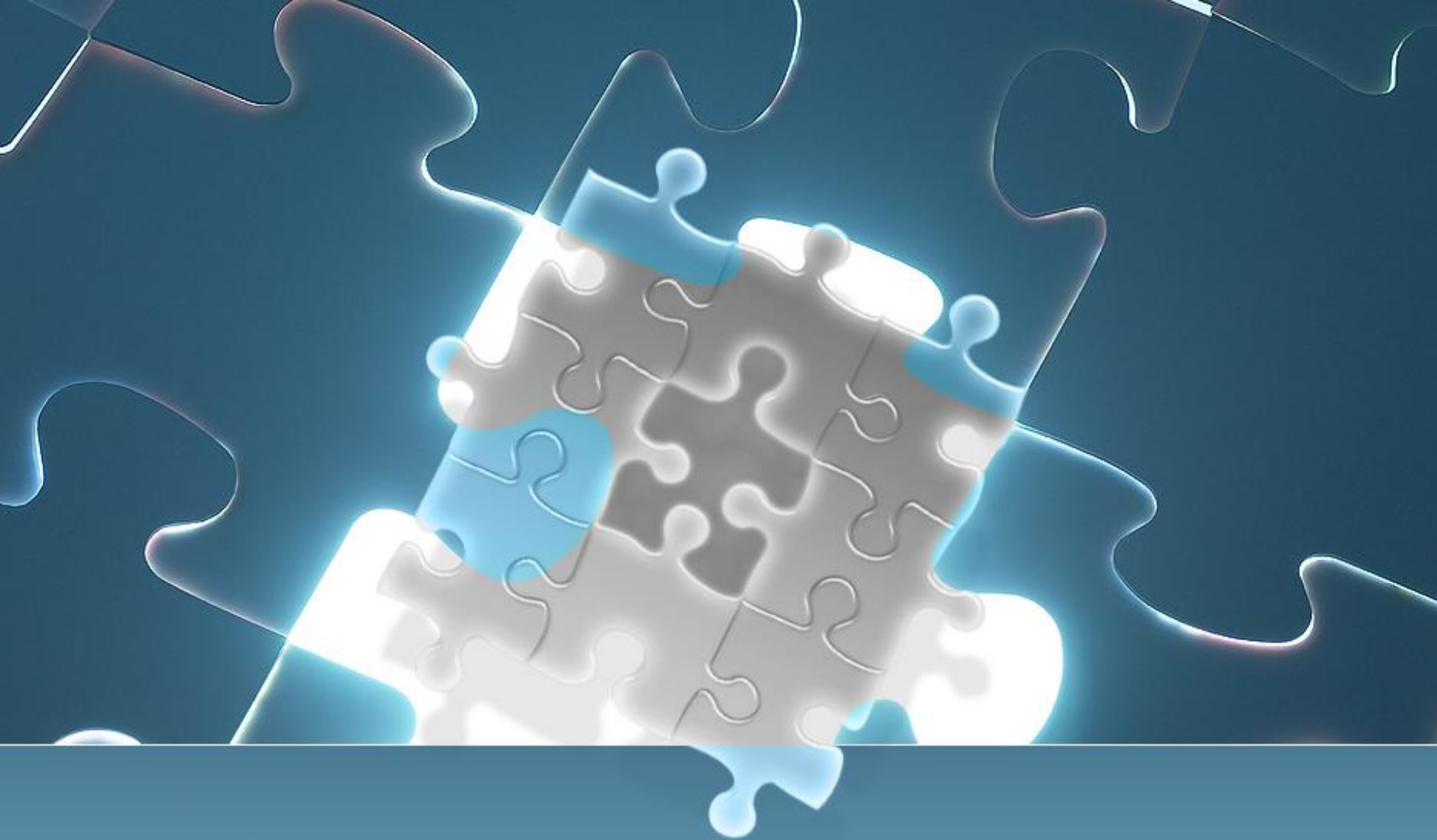
Visión

- Ser reconocidos como una de las mejores consultoras con una sólida organización en la ciudad de Guayaquil junto al crecimiento colectivo de nuestros clientes y de la empresa para mejorar el bienestar común utilizando herramientas tecnológicas que permitan potenciar la capacidad actual de ventas.



Personal requerido

CARGO	CANTIDAD
Gerente	1
Asesor de marketing	2
Asistente	1



ESTUDIO DE MERCADO



Propósito

- **Determinar si es viable la creación de una empresa asesora de mercadeo de base de datos**



Objetivos de la investigación

- Determinar el potencial, el perfil y la conducta de mercado, con la relación a este servicio.
- Determinar el grado de aceptación del servicio de asesoría en mercadeo directo.
- Determinar si los comercios de Guayaquil consideran costoso contratar una empresa asesora.



Mercado Meta

- Los negocios pequeños dedicados a la actividad comercial que no tienen un presupuesto alto ni aplican estrategia en publicidad y promoción.



Definición de la hipótesis

Comprobar que el 50% de los Pequeños comercios en la ciudad de Guayaquil:

- No concentran su publicidad y promociones en su mercado objetivo.
- Estarían dispuestos a utilizar los servicios "DC Datos".
- Han tenido problemas en su comunicación por falta de una asesoría de su publicidad y promoción.



Tamaño de la muestra

- Fórmula de la población finita, distribución normal, nivel de confianza del 95% .
- La base de datos proporcionada por la Cámara de Comercio de la ciudad de Guayaquil (CCG).
- Muestreo estratificado dividiendo a los comercios de la ciudad de Guayaquil por sectores: norte, centro y sur; designando un número igual de encuestas realizadas a cada sector.



Fórmula

$$n = \frac{N * pq}{(N-1) e^2/z^2 + pq}$$

$$n = \frac{637 * 0.5 * 0.5}{(637 - 1) 0.052/1.962 + (0.5) * (0.5)}$$

$$n = 85$$

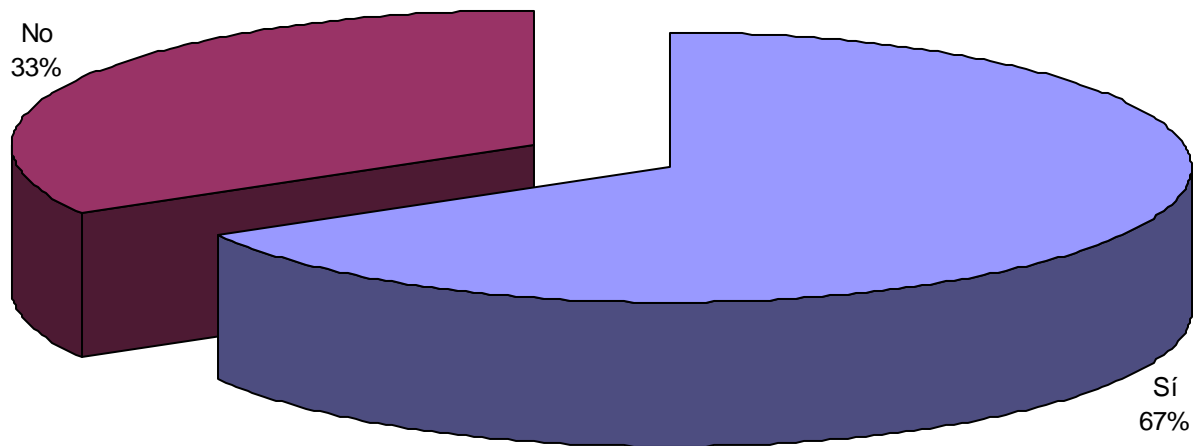


Análisis de los resultados de la Investigación

- Para realizar el trabajo de campo se utilizó el método de encuestas, por medio de un cuestionario estructurado de 12 preguntas claras, sencillas, cortas y directas tratando de obtener de esta manera los objetivos primordiales y la necesidad de información

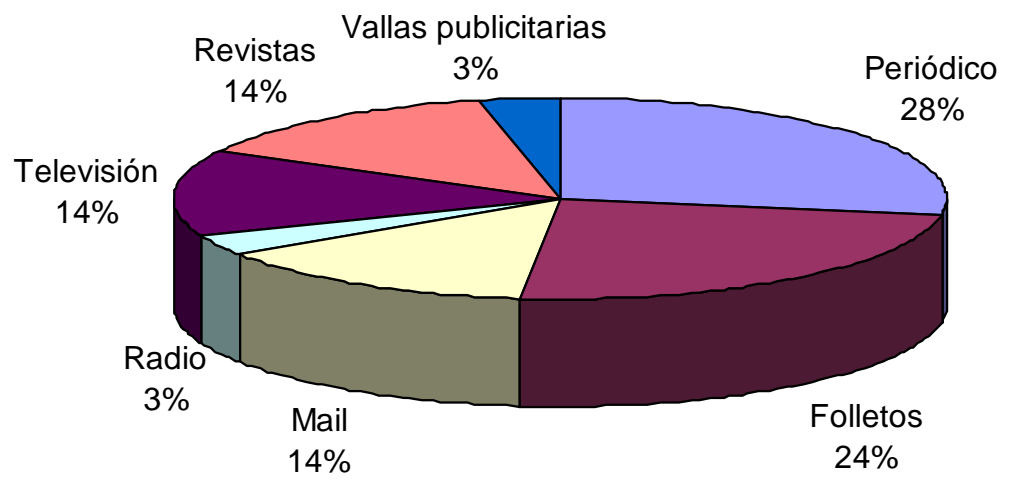


¿Utiliza algún medio de publicidad?



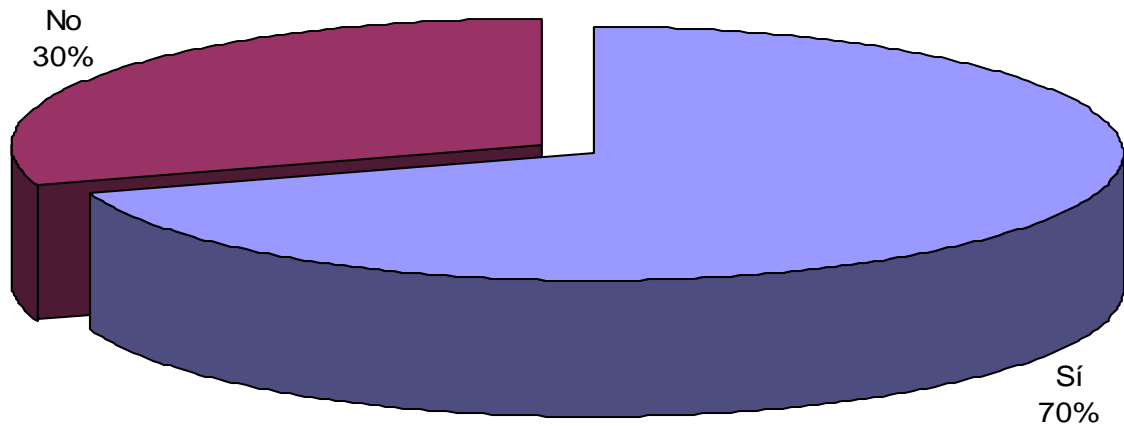


¿Qué medio de publicidad utiliza para dar a conocer su producto o servicio?



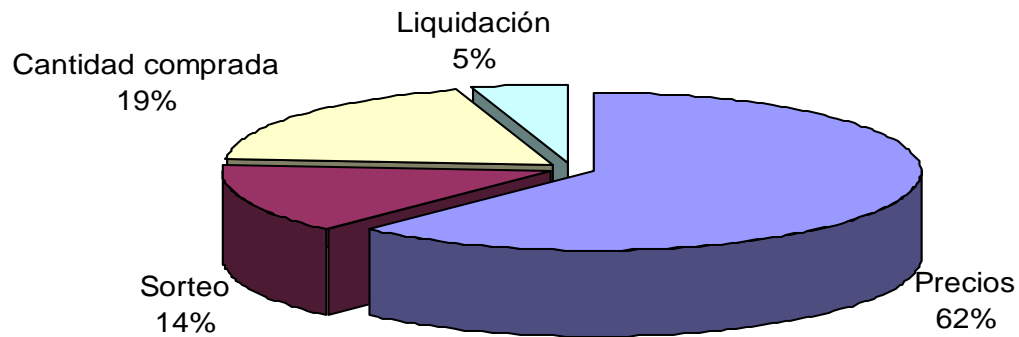


¿Realiza promociones en su negocio?



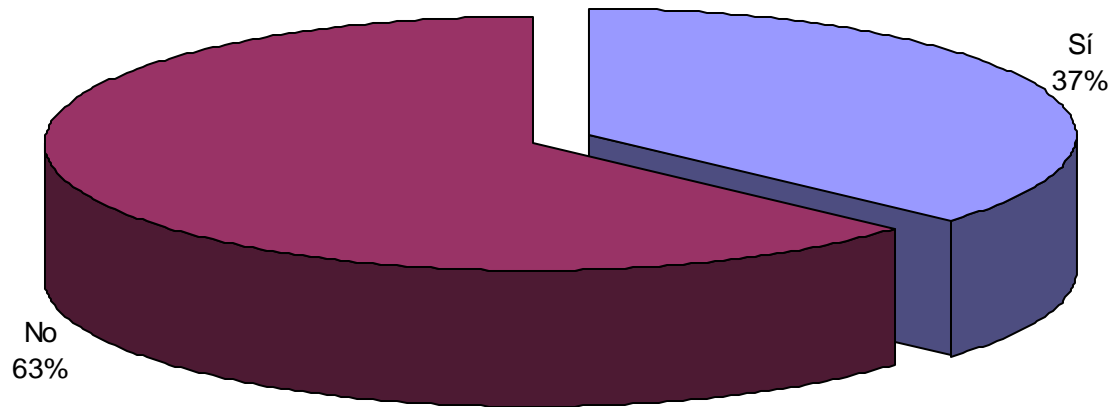


¿Qué tipo de promociones realiza?



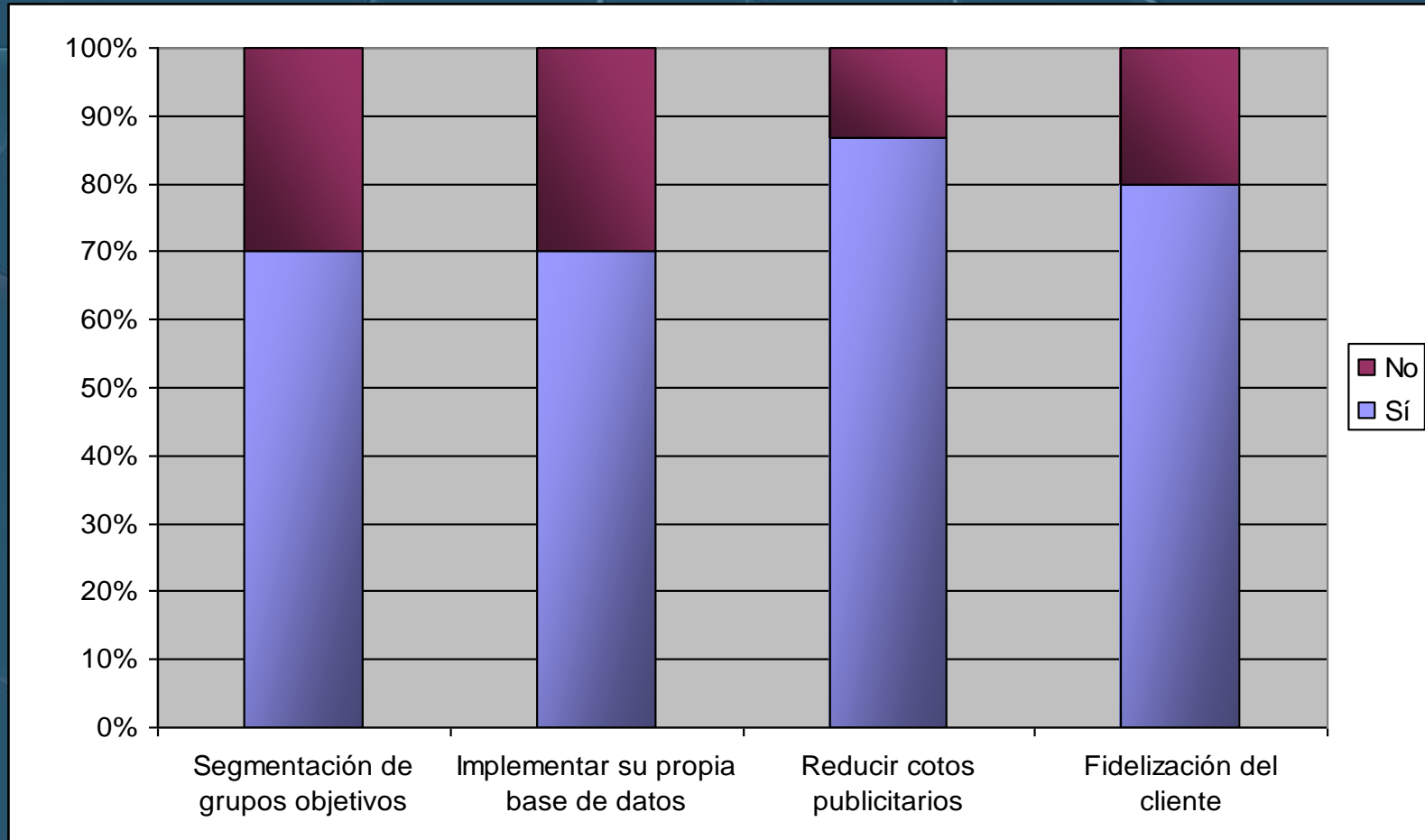


¿Posee una base de datos donde registre las compras de sus clientes?



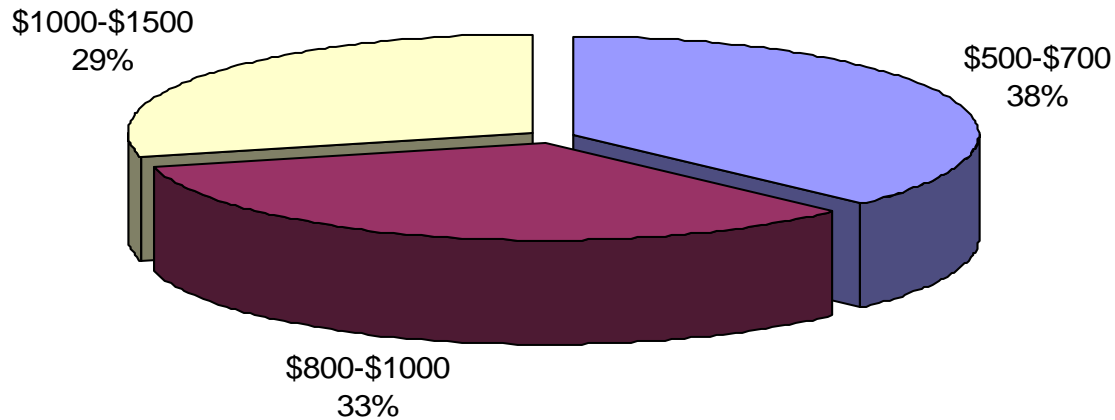


¿Estaría dispuesto a contratar una asesoría en mercadeo que le permita implementar los siguientes servicios:





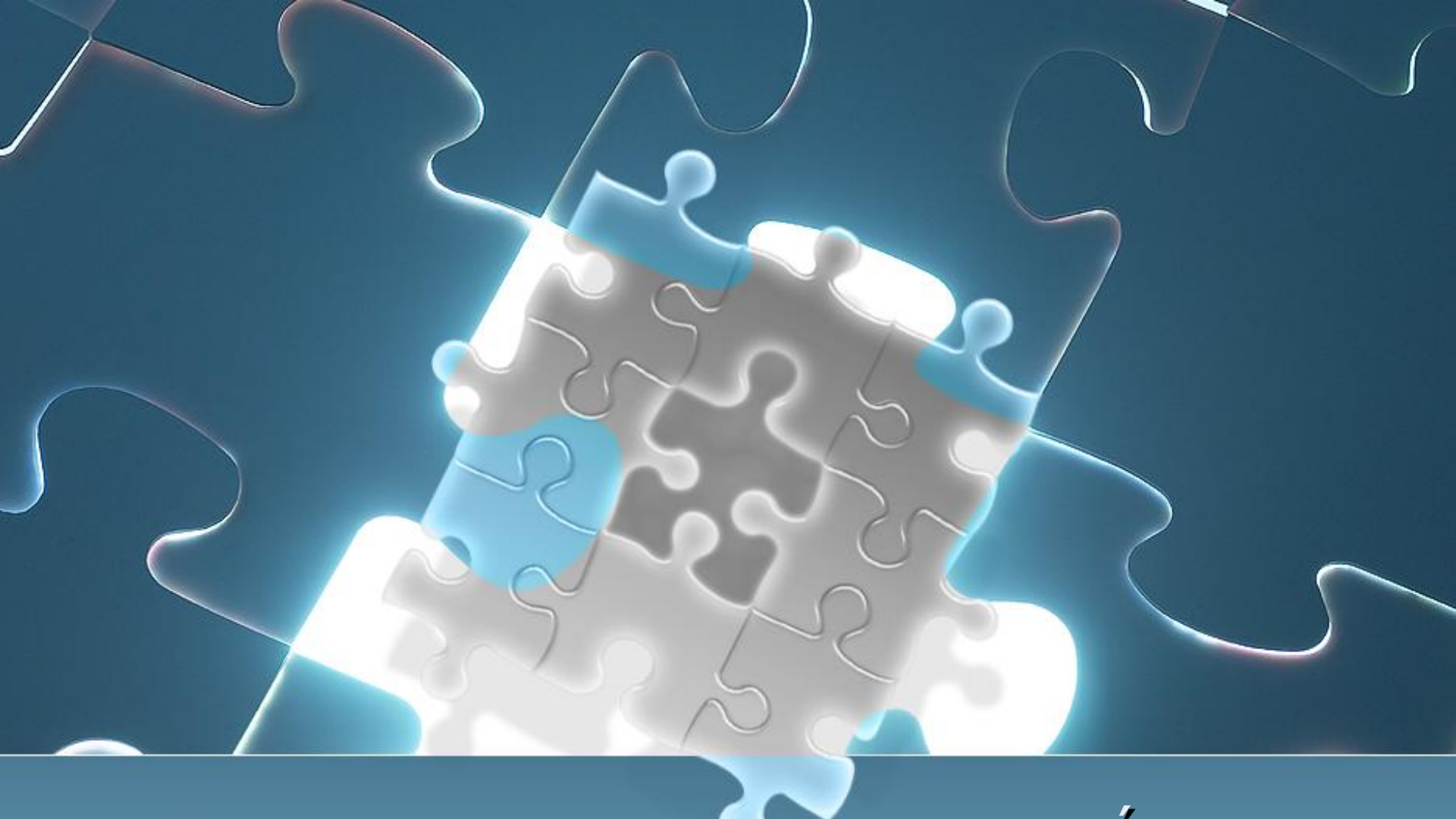
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por todo el paquete de nuestro servicio detallado en la pregunta anterior?





Conclusiones

- 63% de los comercios encuestados no poseen una base de datos de sus propios clientes
- Más del 50% de los comercios de la ciudad de Guayaquil que fueron encuestados estarían dispuestos a contratar nuestro servicio



PLAN DE MARKETING E IMPLEMENTACIÓN DEL SERVICIO EN UN COMERCIO DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL



Análisis FODA

Fortalezas

- Personal capacitado de "DC Datos".
- Precios bajos.
- Servicio innovador
- En la actualidad no existe una empresa que se dedique a dar asesoría en mercadeo directo en base de datos.
- Servicio único en el mercado con un enfoque especial para los comercios pequeños



Análisis FODA

Debilidades

- Desconfianza por parte de los comercios pequeños.
- Inexperiencia en el mercado.



Análisis FODA

Oportunidades

- No existe asesoría que brinde el servicio que ofrece "DC Datos".
- Expectativas de altos ingresos económicos.
- Buena acogida por parte de los comercios pequeños que no cuentan con un alto presupuesto para utilizarlo en publicidad y promociones.



Análisis FODA

Amenazas

- Las empresas de asesoría de marketing podrían optar por este nuevo concepto de servicio en mercadeo directo en base de datos.
- Creación de nuevas empresas asesoras que brinden un servicio similar ocasionando pérdida de posibles clientes.
- Competencia extranjera directa.
- Microsoft venda un programa como el actual pero enfocado a comercios pequeños a un menor costo.

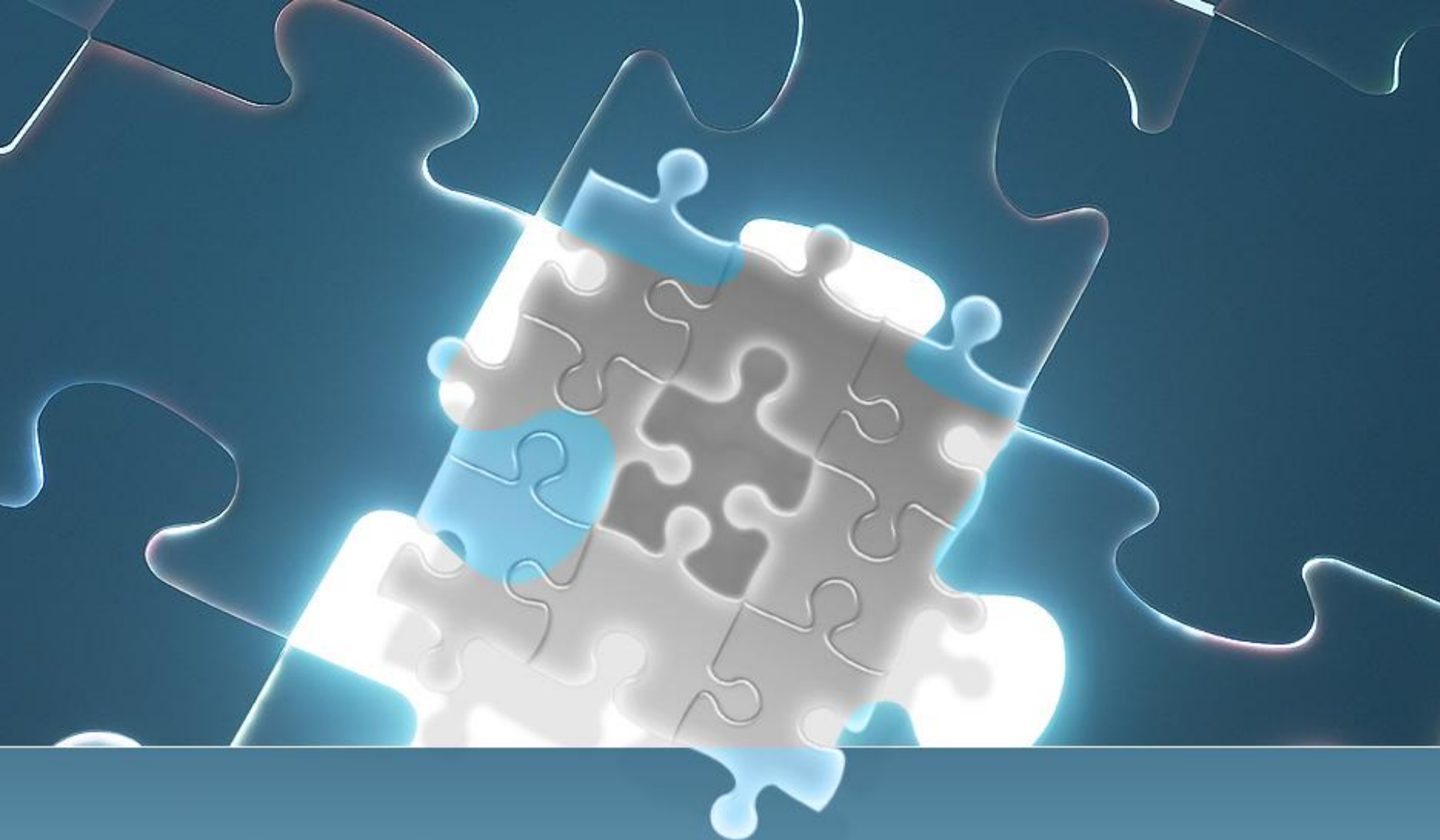


OBJETIVOS ESTRATEGICOS DEL MARKETING DE BASE DE DATOS



OBJETIVOS

- Segmentación de grupos objetivos para su negocio
- Implementar su propia base de datos
- Reducir costos publicitarios
- Fidelización de los clientes



Implementación del servicio en un
comercio de la ciudad de Guayaquil



EJEMPLO DE IMPLEMENTACIÓN

Para dar a conocer como funcionará nuestra asesoría en el mercadeo directo de base de datos, se seleccionó la tienda llamada Nauty Blue, que se dedica a la venta de ropa junior femenina bajo la misma marca para adolescentes desde los 12 hasta los 19 años de edad.



ANÁLISIS SITUACIONAL: NAUTY BLUE

Marketing Mix

- Producto
- Precio
- Distribución
- Comunicación



¿Cómo implementar su propia base de datos?

La finalidad de la implementación es que los datos que posea la empresa sean convertidos en información útil para realizar promociones y publicidad directa

En la actualidad Nauty Blue no posee ninguna base de sus clientes

Mediante nuestra asesoría se realizará lo siguiente:



¿Cómo implementar su propia base de datos?

- Creación de una encuesta especializada para la tienda y su perfil de cliente
- Levantamiento de información
- Con la información obtenida en la encuesta se procederá a realizar las estrategias de publicidad y promoción que estén acorde a las necesidades, gustos y preferencias del cliente



Modelo de Base de Datos

Base de Datos Clientes Nauty Blue obtenida gracias a la encuesta realizada por DC Datos, teniendo como objetivo principal la recaudación de información relevante para la formulación de Promociones y Publicidad.



Nauty Blue

C.C. Mall del sol Local A 87
Teléfono: 04 - 2691570
www.nautyblue.com

Nauty Blue

Nombres
 Apellidos
 Fecha de nacimiento Día Mes Año
 Teléfono domicilio
 Teléfono celular
 e-mail
 ¿Tienes hermanas? Sí No ¿Cuántas?
 ¿Cuál o cuáles son tus colores favoritos?
 Verde Celeste Fucsia Amarillo Rosado Blanco
 ¿Cuál es tu talla en prendas de vestir?
 XS Small Medium Large
 ¿Qué prenda de vestir utilizas más?
 Jeans Chompa Capri Falda T-Shirts Chaquetas
 ¿Qué tipo de accesorios te gustan más?
 Carteras Cinturones Aretes Pulseras
 ¿Qué promoción te gustaría más?
 Que te den descuentos en el precio establecido
 Que te obsequiaran algún accesorio para tu ropa
 Que te dieran un regalo sorpresa
Nauty Blue Tarjeta provisional de Clientes Exclusivo
 Recibe 10% de descuento en tu primera compra

Nauty Blue

Sabemos que te
en canta el color **FUCSIA**

Aproveche nuestra promociones
en el mes de tu color favorito

Por cada prenda que compres
del color del mes recibe gratis:
un set de maquillaje
dos cupones para participar en un
sorteo donde podrás ganarte un cambio de look.



Nauty Blue

Sabemos que tu prenda
preferida son los
JEANS

Si durante este mes compras un **JEANS**
recibes:

- * Un porta CD, gorra o camiseta con el logo de la tienda
- * Participas en un sorteo para ganarte:
Un día de SPA, entradas al cine o un CD de tu artista preferido del momento.





Con la obtención de esta información se implementará los siguientes métodos de publicidad:

- Se mandará correos vía mail segmentando las preferencias del cliente dependiendo si hay alguna promoción que sea de su agrado, rebajas por liquidación de cierre de temporada o si llegó nueva mercadería al local.
- Se enviará a domicilio folletos de la tienda o algún volante promocional.
- Se recordará por medio de mensajes enviados al celular algún día especial de promoción como por ejemplo rebajas por el aniversario de la tienda



Con la obtención de esta información se implementará los siguientes métodos de publicidad:

- **Primera Compra**
- **Cumpleaños**
- **Referidos**
- **Tipos de Prenda**
- **Color de Prenda**
- **Relaciones Públicas**





Nauty Blue

Te desea Feliz Cumpleaños

Para: _____



Si realizas una compra en el día de tu cumpleaños te damos:

- * Accesorios gratis
- * Sorteo de una cena para dos personas
- * Bono de \$10 dolares



ANÁLISIS FINANCIERO

Tabla No. 10

Flujo de Efectivo del Inversionista						
AÑOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos		50400.00	52920.00	55566.00	58344.30	61261.52
Costos (-)		10800.00	11170.44	11553.59	11949.87	12359.75
Utilidad Bruta		39600.00	41749.56	44012.41	46394.43	48901.76
Depreciación		1610.00	1610.00	1610.00	610.00	610.00
UAII		37990.00	40139.56	42402.41	45784.43	48291.76
Gastos de Publicidad		4500.00	4654.35	4813.99	4979.11	5149.90
Intereses préstamo (-)		579.12	215.75			
Gastos Administrativos (-)		23840.00	24657.71	25503.47	26378.24	27283.01
UAI		9070.88	10611.75	12084.95	14427.07	15858.85
15% Particip. Trabaj. (-)		1360.63	1591.76	1812.74	2164.06	2378.83
25% Impuesto Renta (-)		1927.56	2255.00	2568.05	3065.75	3370.01
Utilidad Neta		5782.69	6764.99	7704.15	9197.26	10110.02
Inversión Inicial	8175.40					
<i>Préstamo (+)</i>	5449.60					
<i>Capital de trabajo</i>	8000.00					
<i>Recuperación del K de Trabajo</i>						8000.00
<i>Valor de Salvamento</i>						3300.00
<i>Depreciación</i>		1610.00	1610.00	1610.00	610.00	610.00
<i>Amortización deuda (-)</i>		2543.12	2906.48			
FLUJO DE CAJA	-10725.80	4849.57	5468.51	9314.15	9807.26	22020.02



Evaluación del Proyecto del Inversionista (Financiado)

VAN

\$ 23721.64

TIR

62%

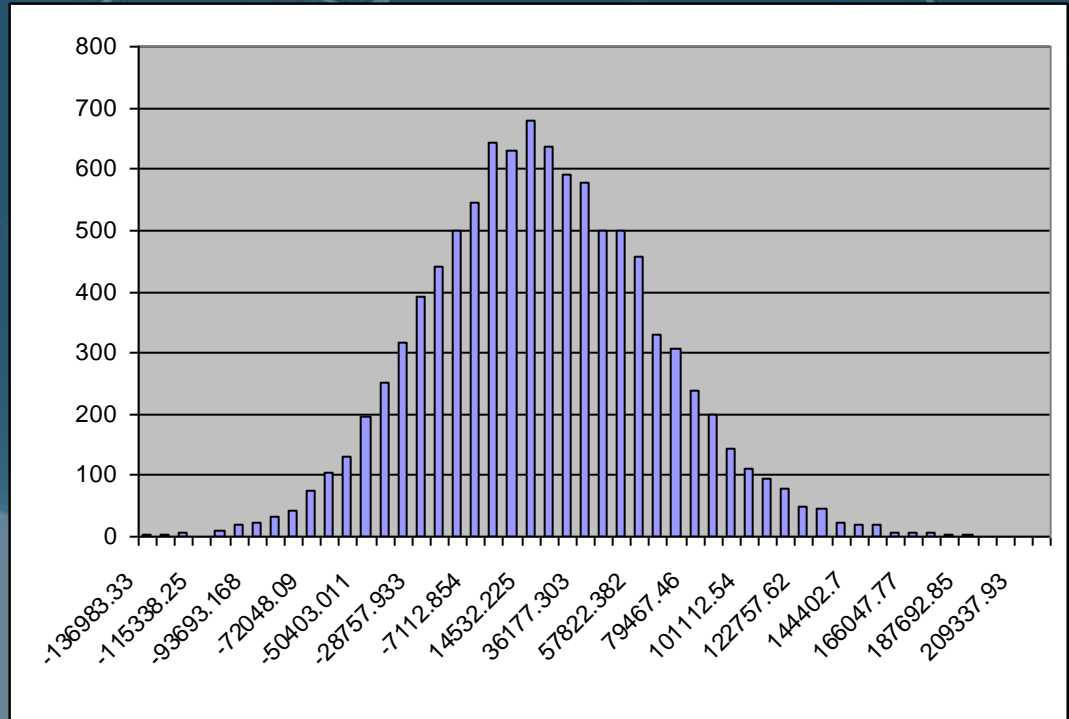


ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD



ANÁLISIS MULTIDIMENSIONAL

Nombre de hoja de resultados	MultiDimensional	
Estadísticas Generales		
Número de variables		3
Número de Iteraciones		10000
Media		22994.56992
Desviación Estandar		45311.40362
Varianza		2053123298
Valor Mínimo		\$ -136.983.33
Valor Máximo		\$ 223.767.99
% Negativo		31%

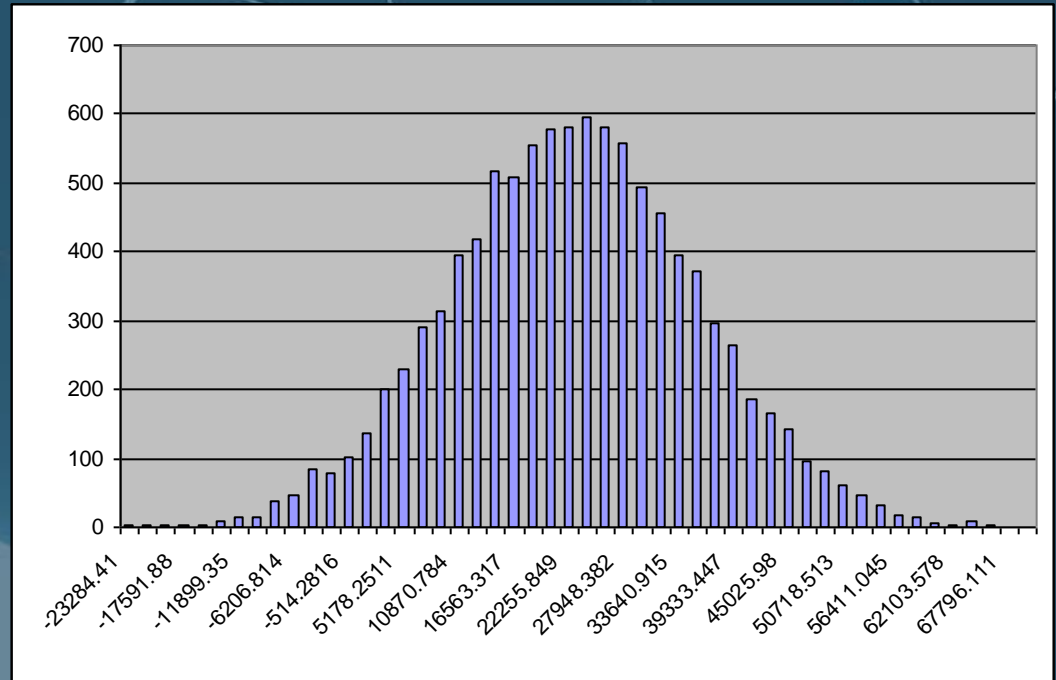


Límite Izq.=	-136983.326
Límite Der.=	216552.958



ANÁLISIS UNIVARIADO - PRECIO

Nombre de hoja de resultados		Precio
Estadísticas Generales		
Número de variables		1
Número de Iteraciones		10000
Media		23748.6568
Desviación Estandar		12859.4063
Varianza		165364331
Valor Mínimo		\$ -23.284.41
Valor Máximo		\$ 71.591.13
% Negativo		3%

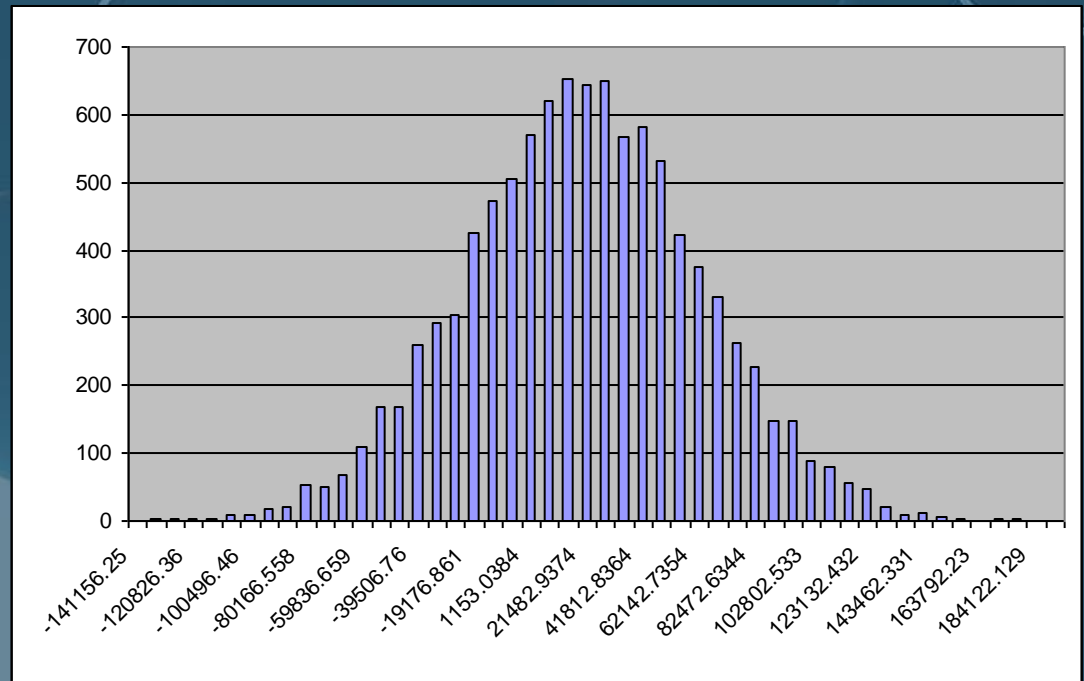


Límite Izq.=	-23284.4124
Límite Der.=	69693.6217



ANÁLISIS UNIVARIADO - CASOS

Nombre de hoja de resultados	Casos
Estadísticas Generales	
Número de variables	1
Número de Iteraciones	10000
Media	23802.11251
Desviación Estandar	42777.27338
Varianza	1829895118
Valor Mínimo	\$ -141.156.25
Valor Máximo	\$ 197.675.40
% Negativo	29%

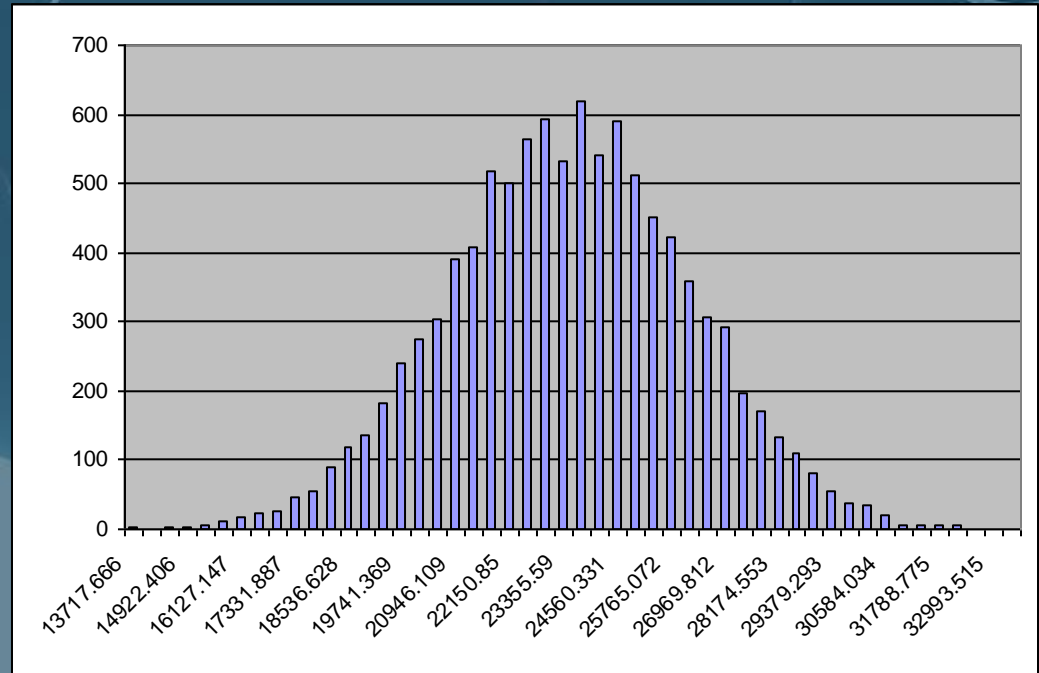


Límite Izq.=	-141156.255
Límite Der.=	190898.762



ANÁLISIS UNIVARIADO – GASTOS ADMINISTRATIVOS

Nombre de hoja de resultados	G. Admin.	
Estadísticas Generales		
Número de variables		1
Número de Iteraciones		10000
Media		23703.2577
Desviación Estandar		2705.66914
Varianza		7320645.48
Valor Mínimo		\$ 13.717.67
Valor Máximo		\$ 33.796.68
% Negativo		0%



Límite Izq.=	13717.6655
Límite Der.=	33395.0953



Conclusiones

- Capacidad humana suficiente para desarrollar nuevas alternativas, estimulados por los continuos avances tecnológicos, la tendencia mundial hacia la globalización y la gran necesidad que existe en el mercado de obtener servicios de alta calidad que ayuden a las empresas a crear fidelidad en sus clientes.



Conclusiones

- Se debe recalcar que el 69% de 10000 escenarios son favorables para la ejecución del proyecto el valor máximo de ganancias llega a ubicarse en \$133.104.90 superando todas las expectativas del proyecto, generando mayor confianza en la realización del mismo.



Conclusiones

- La tasa interna de retorno (TIR) del proyecto fue del 62 %, mientras que el VAN alcanzó un valor de \$ 23721.64 a través del flujo de caja proyectado del inversionista, tomando en cuenta que la tasa mínima requerida fue del 11.63%. Esto representa la conveniencia del proyecto.



GRACIAS