

**PROYECTO DE INVERSIÓN  
PARA LA CREACIÓN DE UNA  
EMPRESA QUE  
DESARROLLE EL  
MARKETING Y LA  
PUBLICIDAD ONLINE EN LA  
CIUDAD DE GUAYAQUIL**

# CAPITULO 1: INTRODUCCION

- **Resumen Ejecutivo del Proyecto**

La publicidad es una técnica de comunicación masiva destinada a difundir o informar al público sobre un bien o servicio a través de los medios de comunicación con el objetivo de motivar al público hacia una acción de consumo

# Planteamiento del Problema

- La llegada de Internet ha hecho necesario un enfoque totalmente diferente del marketing tradicional.
- La tendencia de la publicidad es dejar de bombardear el mercado, algo costoso además de inútil, y constituir un marketing de permiso más eficaz.
- El mercado ha pasado de evaluar atributos tangibles a guiarse por los intangibles
- Nadie enciende el televisor ni lee el periódico para ver publicidad, el consumidor posiciona en su cerebro son problemas y las marcas que se los solucionan

# Marco de Referencia

- la inclusión de la publicidad online dentro del mix de medios genera unos importantes beneficios en sus resultados, tanto en términos de alcance como de efectividad.
- La publicidad online genera una mejora sustancial de las campañas publicitaria, ya que aumenta en gran medida el número de personas expuestas a las campañas planificadas en medios como la televisión, medios impresos o la radio



# Objetivo General

- Captar el 5% de participación de mercado en el area de publicidad y marketing online

# Objetivos Específicos

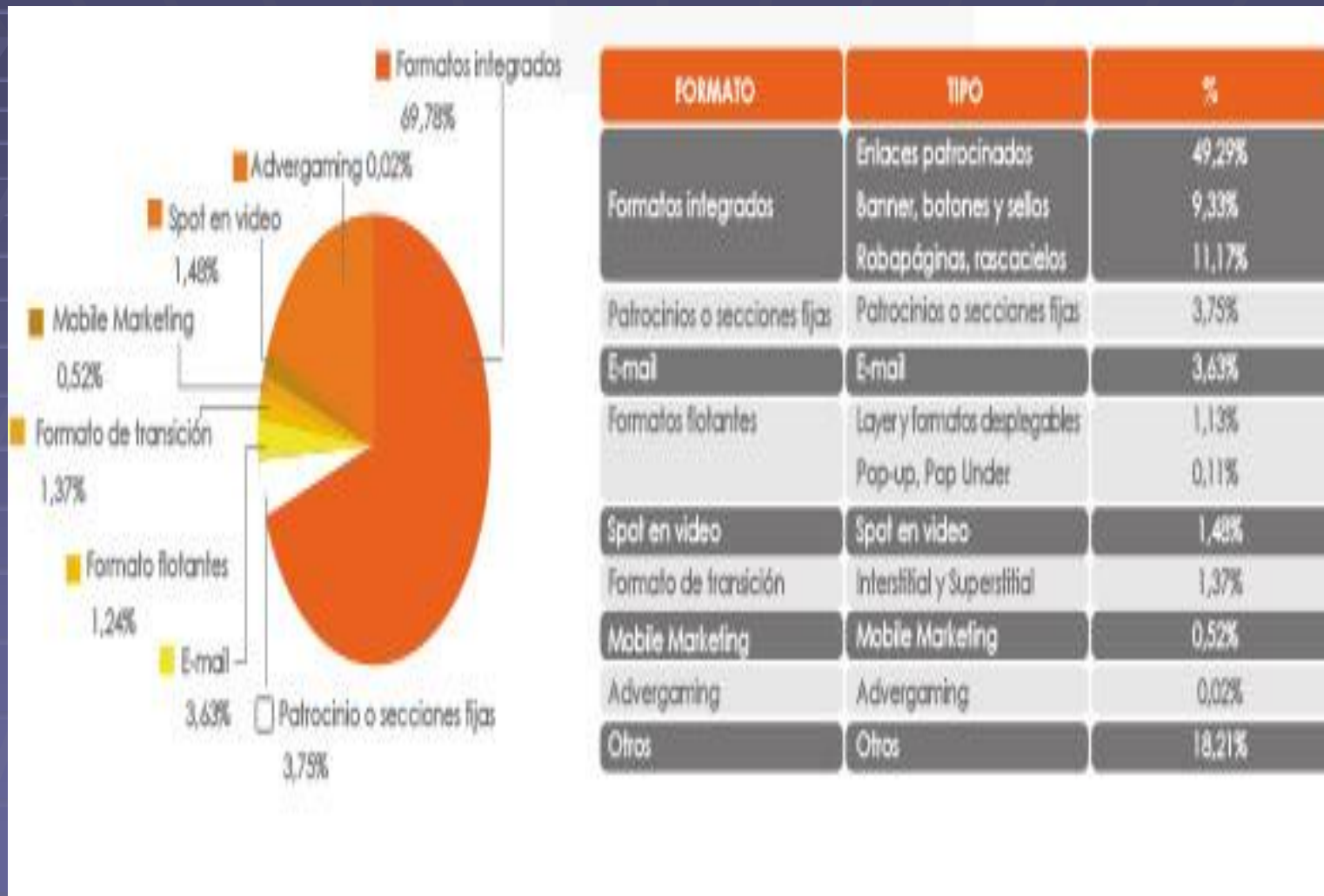
- Determinar los sectores que necesitan ayuda en el área de publicidad y marketing online
- Establecer los tipos de servicio que se pueden brindar de acuerdo a las características del mercado potencial
- Desarrollar un plan de mercadeo e Identificar los costos de inversión para la empresa
- Realizar un estudio de mercado y un estudio técnico de ubicación y mejor combinación de medios para alcanzar al target deseado
- Construir una plataforma de clientes que permita crear vínculos y opciones de publicidad entre ellos

# Definición Del Producto O Servicio

Los nuevos medios tales como Internet están permitiendo nuevas formas de interactividad con los usuarios y generando en especial lo que se conoce como "suscripción a contenido por demanda"

A pesar de la situación de crisis a nivel mundial, los ingresos de la publicidad en Internet no hacen más que crecer. La inversión de la publicidad online en España ha alcanzado en el primer trimestre de 2008 la friolera de 307,24 millones de euros.

# Incremento de la inversión en Marketing Online





## A qué se debe el incremento de la inversión en marketing online?

- El coste de una campaña publicitaria en Internet es mucho menor que en cualquier otro medio de comunicación.
- Cada vez son más los internautas que acceden a la red.
- Las campañas publicitarias en Internet son cada vez más efectivas y llegan a más gente.
- Cada vez somos más los que hacemos nuestras gestiones y compras en la red.

### INGRESOS POR TIPO DE SOPORTE (INTERNET)



Estudio sobre inversión publicitaria  
Price Water House Cooper

# SERVICIOS

## Marketing en Buscadores (SEM)



# Posicionamiento en buscadores

- PRIMERAS POSICIONES
- TRÁFICO DE CALIDAD
- CONTROL DEL GASTO
- ROI



★ Cliente: Syrsa Sevilla  
🔍 Palabra clave: Vehículo ocasión Sevilla

★ Cliente: Portal del Menor  
🔍 Palabra clave: Menor

★ Cliente: ATrévola  
🔍 Palabra clave: Muebles frigoríficos

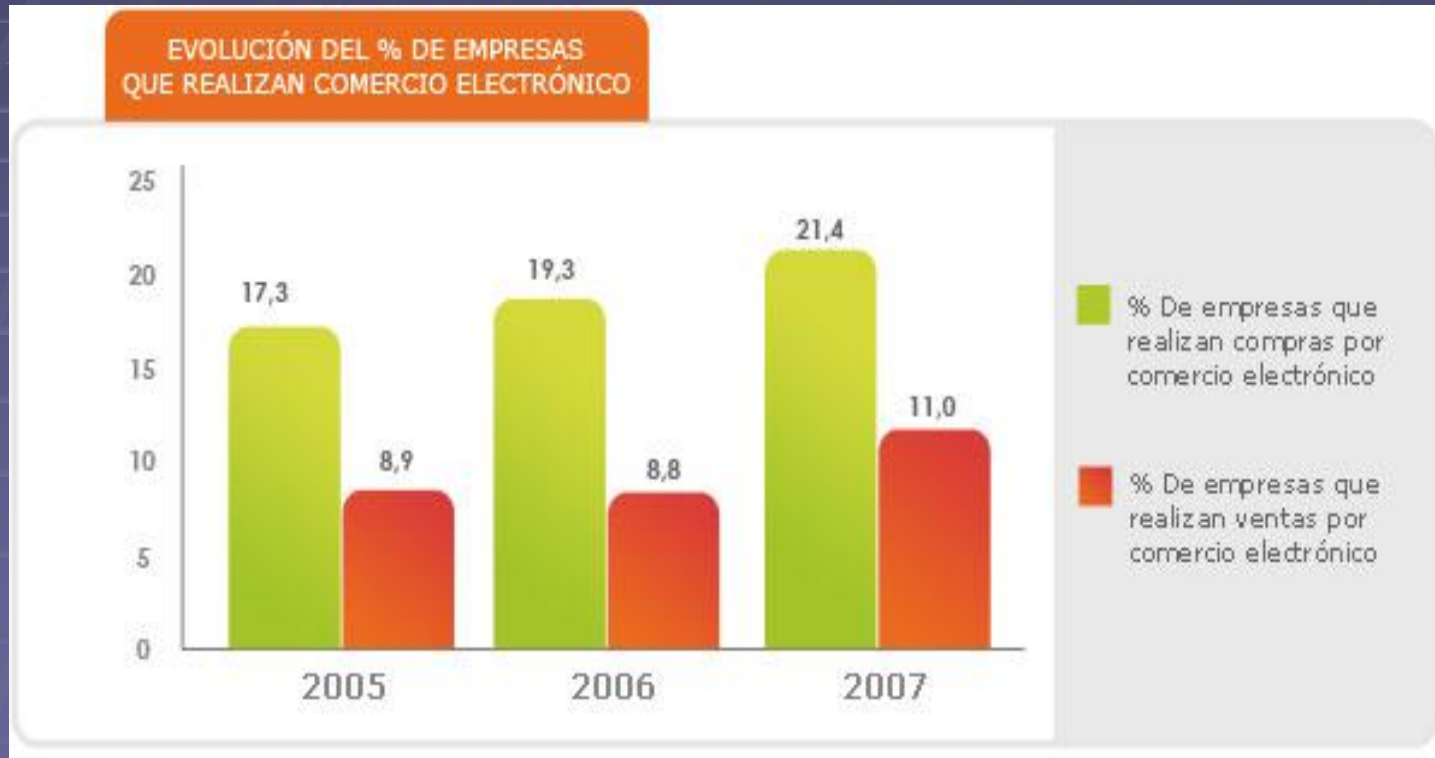
# Alta en buscadores

- Generación y envío de metatags, títulos y descripciones más adecuados para que sean reconocidos por los buscadores cuando los cibernautas estén conectados a la Web o utilicen la keyword
- actualizaciones continuas de los datos de su página Web en los buscadores



# Gestión de campañas de E-mail Marketing

- Divulgación a través de Mailing electrónico



# Gestión de campañas de banners



# Anuncios de pantallas interactivas



# Marketing directo.

- Campañas de marketing: desarrollo de estrategias y seguimiento de campañas
- Mailing-postal: envío de correos y mensajes a los consumidores de una determinada área, extraídos de bases de datos profesionales y actualizadas.
- Internet–e-mailing: Realice todos los envíos de marketing directo a través de correo electrónico de una forma rápida y transparente Internet.

# Anuncios TV.

- Spots TV
- Videos institucionales
- Videos Corporativos
- Videoclips
- Animación 2D, 3D y slowmotion



# Capítulo 2

## Estudio de Mercado

# Capítulo 2: Estudio de Mercado

## Análisis de la Oferta

El consumidor cambia al paso de la tecnología, los negocios con visión de éxito saben que tienen que estar donde esta el consumidor.

## Potenciales Clientes

Medianas y pequeñas empresas

# Análisis de la demanda

- De acuerdo a la oportunidad la demanda es del tipo insatisfecha
- Con respecto a la necesidad es un servicio indispensable
- En relación a su temporalidad la demanda es continua y estacional

# Estimación de la Demanda

- Según el SRI los ingresos de los grupos empresariales de poder son:
  - 15.446.458.792 para el año 2007
  - 18.534.588.553 para el año 2008.
- Si estimamos el 1% → sector de marketing y publicidad → 185 millones.
- Seg. Mercado → estudio a Empresas Medianas pequeñas y micro

# Estimación de la Demanda

- Se cuantificara la demanda para los próximos 5 años, manteniendo una tasa de crecimiento constante del 5% de las utilidades de las empresas.
- Según el estudio de mercado el 76% de las empresas estarían dispuestas a contratar este servicio pero solo estimaremos captar el 2% del mercado potencial por se una empresa nueva



| <b>año</b> | <b>cantidad que invierten las empresas en publicidad (estimada al 1% de las utilidades con un incremento del 5% anual)</b> | <b>cantidad que invierte la población objetivo (76%)</b> | <b>demanda (2%)</b> |
|------------|--|--|---------------------|
| 2009       | 185345885,5  | 140862873  | 2817257             |
| 2010       | 194613179,8  | 147906016,7  | 2958120             |
| 2011       | 204343838,8  | 155301317,5  | 3106026             |
| 2012       | 214561030,7  | 163066383,4  | 3261328             |
| 2013       | 225289082,3  | 171219702,5  | 3424394             |
| 2014       | 236553536,4  | 179780687,7  | 3595614             |

# Precios Competencia

- Sitio Web promedio entre 3000 - 8000
- Emailing Marketing entre 250 – 300 por envío
- una campaña completa interactiva promedio entre \$20.000 - \$40.000 el año

## Referencia Online (costos)

- El universo de \$3500 – \$5500.
- Vistazo entre \$3000 – \$4500.
- De farras entre \$300 - \$1000.
- Facebook \$2500 mensual.
- Hi5 \$3500 mensual.
- Messenger \$2000 mensual.
- Advertirse en Facebook \$20 diarios.
- Un post patrocinado en un blog ecuatoriano \$80

## CAMPANA COMPLETA

| <b>CONTENIDO</b>                                | <b>VALOR</b> |
|---|--------------|
| estudio de mercado                              | 2500         |
| marketing de buscadores                         | 2800         |
| spot de televisión y pantalla interactivas      | 7000         |
| sitio web, alta en buscadores y posicionamiento | 2500         |
| emailing  | 300          |
| banner en facebook                              | 3000         |
| banner en hi5                                   | 3500         |
| messenger                                       | 2500         |
| advertirse en facebook todo el ano              | 7800         |
| post en blog ecuatoriano                        | 200          |
|   | <b>32100</b> |

# Análisis del Sector

- **Tendencias Económicas**
  - 1 campana publicitaria → mínimo anual → alto % Empresas.
  - Empresas inv → mantenerse en mente de los consumidores.
- **Tendencias Socioeconómicas**
  - Mejor posicionamiento
  - Bajos ingresos → promoc. Y campañas publicitarias.
  - Cambio de temporadas

# Barreras de entrada y Salida

## Barreras de entrada

- Desventaja la preferencia de marca y lealtad de los clientes
- La curva de aprendizaje y la experiencia,

## Barreras de salida

- Existen grandes empresas de marketing y publicidad muy bien posicionadas
- Rivalidad centrada en los precios

# Promoción y Comunicación

- Pagina Web de la empresa y marketing online
- Marketing directo
- Publicidad



# Marketing Estratégico

- Conocer las necesidades actuales y futuras de nuestros clientes.
- Localizar nuevos nichos de mercado.
- Identificar segmentos de mercado potenciales.
- Diseñar un plan de actuación que consiga los objetivos buscados.

# Análisis FODA

- Fortalezas
- Oportunidades
- Debilidades
- Amenazas

# Investigación de Mercado

- Definición del Problema
  - No tenemos exactitud de empresas -> inv. cuantas estas dispuestas a contratar
- Objetivos (Conocer)
  - Perfil
  - Tiempo de campana
  - Competencia
- Hipótesis
  - Hip. Gen : necesita campanas → posicionamiento
  - Hip. Especificas

# Campañas Desarrolladas

- La moda → combinados BTL , ABL
- Para tabular → creamos rangos combinados.
  - 34 % btl-abl
  - 32% abl < Costos
  - Online apenas 10%



# Campanas Publicitarias (Periodos)

- Anual
  - 48 % → 2 y 5 campañas
  - 28 % → + 5 campañas
  - 24% → 1 vez
- Periodos
  - Trimestral 46% → mayor publicita son promociones.

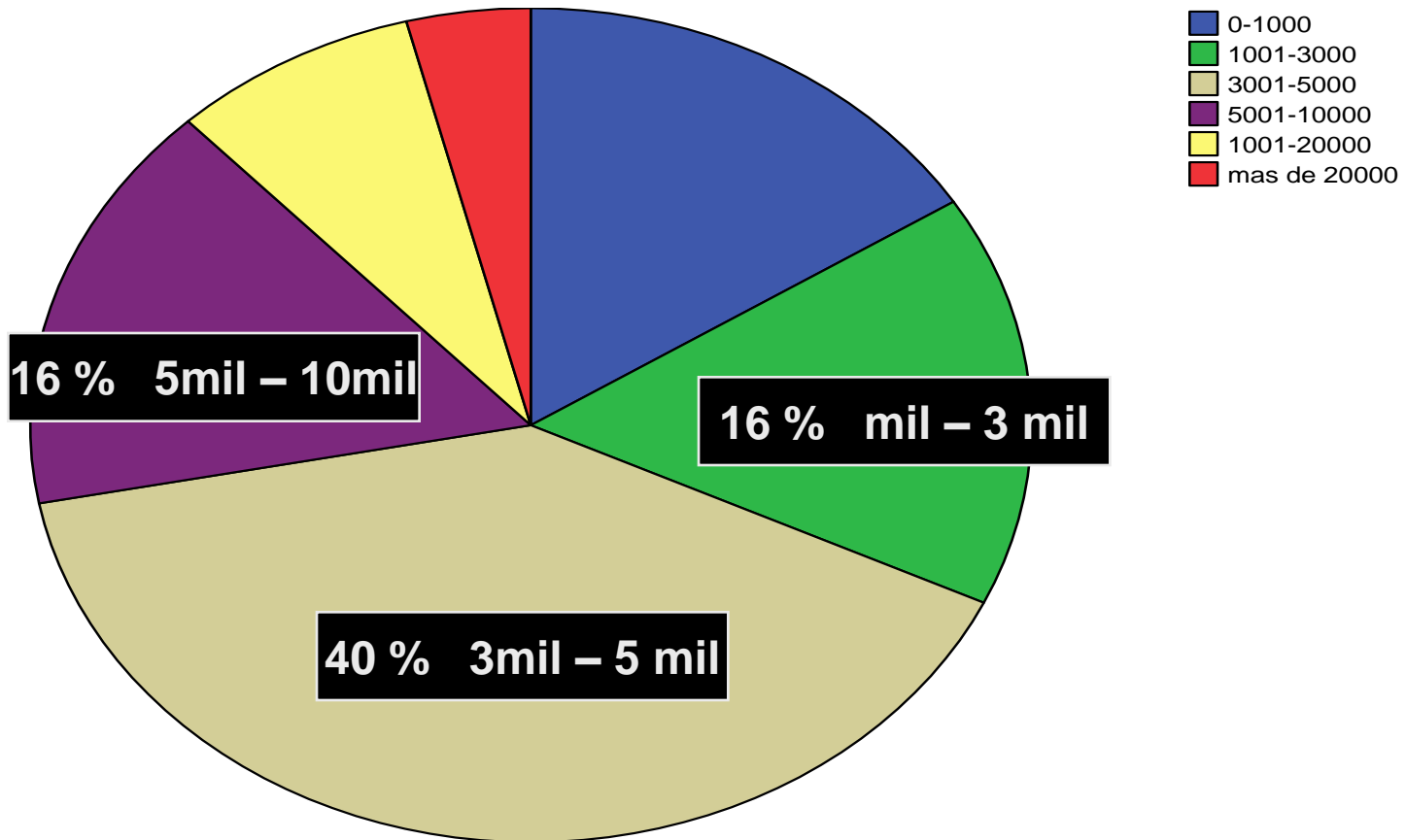
# Razones Campaña Publicitaria

|                                    | Frecuencia | Porcentaje | %Acum |
|------------------------------------|------------|------------|-------|
| Resaltar la marca                  | 5          | 10         | 10    |
| relanzamiento                      | 6          | 12         | 22    |
| Promociones                        | 12         | 24         | 46    |
| Resaltar la marca<br>relanzamiento | 4          | 8          | 54    |
| Resaltar la marca<br>Promociones   | 15         | 30         | 84    |
| relanzamiento<br>Promociones       | 8          | 16         | 100   |
| Total                              | 50         | 100        |       |



# Gastos x Campaña

cuanto gasta por campaña



# Valoración por el Servicio

- Mayor Valoración → CREATIVIDAD
- Destacan las Combinaciones
  - 20 % → Creatividad y Cumplimiento
  - 18 % → Creatividad y Calidad
  - 16 % → Creatividad e Innovación
  - 16 % → Cumplimiento y Calidad
  - 12 % → Cumplimiento e Innovación

# Marketing y Publicidad online

- Conocimiento :
  - 50 % desconoce el Servicio
- Beneficios:
  - 52% → beneficio entre 5.1 al 9 %
  - 36% → menor al 5.1%
  - 12% → mayor al 9%
  - Se desconoce el aporte.

# Marketing y Publicidad online

- Empresa en Gquil que brinde el Servicio:
  - Apenas el 38% → conocimiento
- Disponibilidad a la contratación  
Servicio de calidad y profesional
  - El 76% → Lo contrataría

# Conclusiones

- El 48% de los encuestados realizan en promedio 3.5 campañas al año.
- Además el 76% → Adquirir el serv.
- Estimación de la Demanda 63 campanas al año.
- Pero el 88% desconocen beneficios → mayor al 10%.
- Apenas 38% de los encuestados tienen conocimiento del servicio
- Mayor Valoración → Creatividad.

# Recomendaciones

- Intensiva campana de publicidad → conocimiento del servicio a brindar
- Resaltando el beneficio de implementarlo → alcanzar target requerido
- Estimular la creatividad → empleados → mejoramos resultados → máx.. Ventas.



# Capítulo 3

## Estudio Técnico

# **Balance de maquinarias y equipos**

|                               | <b>Costo<br/>total</b> |
|-------------------------------|------------------------|
| <b>Equipos de oficina</b>     | <b>4470</b>            |
| <b>Equipos de computación</b> | <b>7000</b>            |
| <b>Otros equipos</b>          | <b>8768</b>            |

| <b>Programas</b>                      | <b>Cantidad</b> | <b>Costo unitario</b> | <b>Costo total</b> |
|---------------------------------------|-----------------|-----------------------|--------------------|
| <b>Adobe Illustrator CS2 software</b> | <b>1</b>        | <b>450</b>            | <b>450</b>         |
| <b>Adobe Photoshop CS2 software</b>   | <b>1</b>        | <b>180</b>            | <b>180</b>         |
| <b>Adobe Dreamweaver CS4 software</b> | <b>1</b>        | <b>270</b>            | <b>270</b>         |
| <b>CorelDRAW Graphics Suite 12</b>    | <b>1</b>        | <b>350</b>            | <b>350</b>         |
| <b>Avid Xpress Pro 4.8.1MAC/5.2 P</b> | <b>1</b>        | <b>1500</b>           | <b>1500</b>        |
|                                       |                 | <b>total</b>          | <b>2750</b>        |

# Servicios Básicos

| <b>Tipo</b>      | <b>Mensual</b> | <b>Anual</b> | <b>Alícuota mensual</b> |
|------------------|----------------|--------------|-------------------------|
| <b>luz</b>       | <b>300</b>     | <b>3600</b>  | <b>500</b>              |
| <b>agua</b>      | <b>30</b>      | <b>360</b>   |                         |
| <b>telefono</b>  | <b>50</b>      | <b>600</b>   |                         |
| <b>internet</b>  | <b>110</b>     | <b>1320</b>  |                         |
| <b>limpieza</b>  | <b>230</b>     | <b>2760</b>  |                         |
| <b>seguridad</b> | <b>500</b>     | <b>6000</b>  |                         |
| <b>total</b>     | <b>1220</b>    | <b>14640</b> |                         |

# Obra Física

| <b>Oficinas</b>              | <b>Mensual</b> | <b>Anual</b> | <b>5 años</b> |
|------------------------------|----------------|--------------|---------------|
| <b>Alquiler de oficinas</b>  | <b>1200</b>    | <b>14400</b> | <b>72000</b>  |
| <b>Alquiler departamento</b> | <b>600</b>     | <b>7200</b>  | <b>36000</b>  |
| <b>Compra departamento</b>   | <b>1000</b>    | <b>12000</b> | <b>60000</b>  |

# Capacidad Teórica y demanda

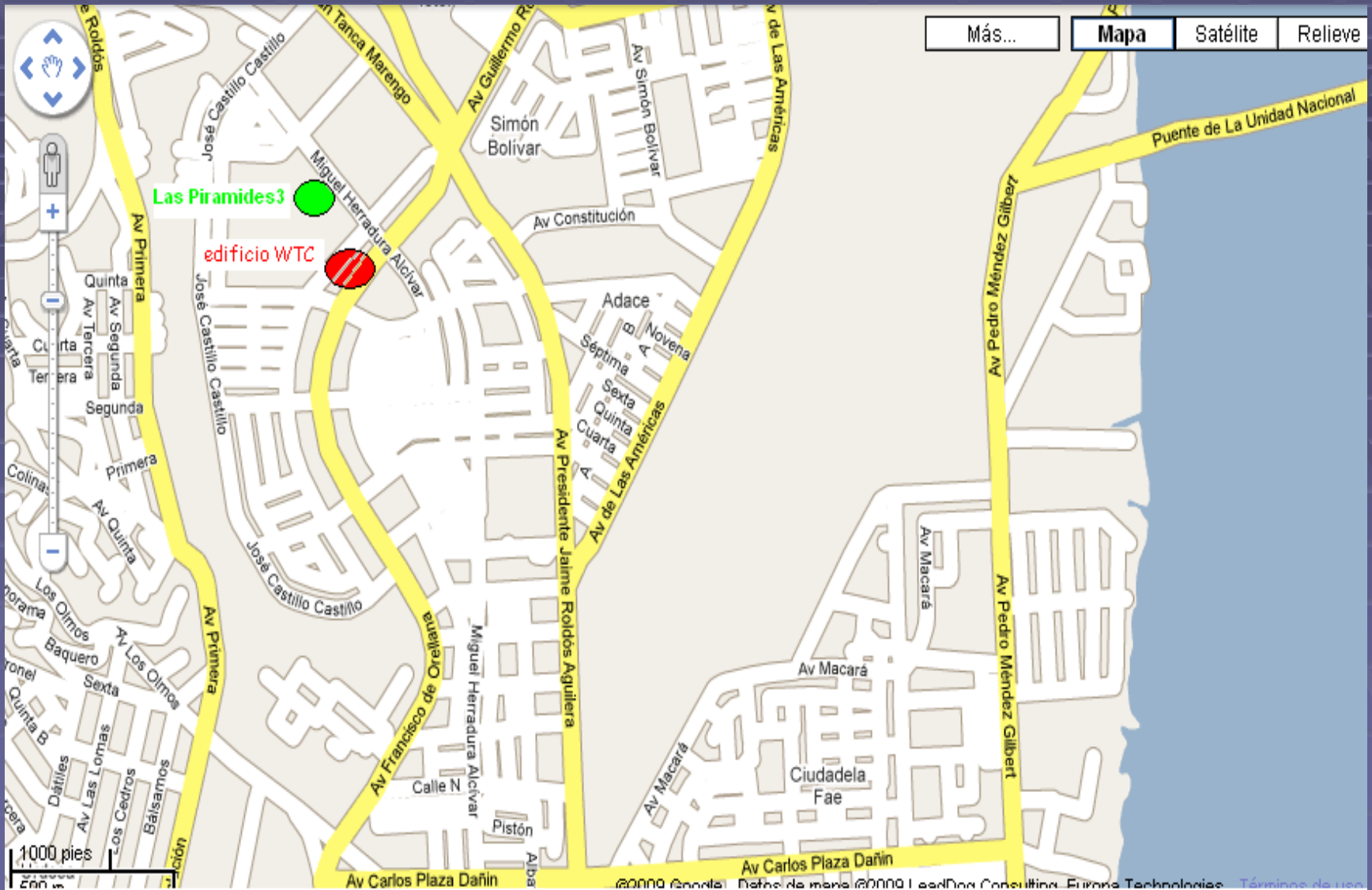
| Opción Tecnológica | Capacidad     | Costos Fijos | Costos Variables | Inversión    |
|--------------------|---------------|--------------|------------------|--------------|
| 2 computadoras     | 99            | 2419370      | 111226,5         | 7000         |
| 4 computadoras     | 150           | 3666100      | 168525           | 14000        |
| 6 computadoras     | 240           | 5865600      | 269640           | 21000        |
| Demanda año1       | Demanda año 2 | Demanda año3 | Demanda año4     | Demanda año5 |
| 58                 | 61            | 64           | 67               | 71           |



# Estudio de Localización

| FACTOR  | Peso        | NORTE        |             | CENTRO       |             | SUR          |             |
|---|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|
|   |             | Calificación | Ponderación | Calificación | Ponderación | Calificación | Ponderación |
| Seguridad   | 25%         | 8            | 2           | 7            | 1,75        | 5            | 1,25        |
| Parqueo   | 10%         | 8            | 0,8         | 3            | 0,3         | 7            | 0,7         |
| Via de Acceso                                       | 10%         | 9            | 0,9         | 5            | 0,5         | 6            | 0,6         |
| Cercanía de mercado                                 | 20%         | 8            | 1,6         | 8            | 1,6         | 3            | 0,6         |
| Disponibilidad de espacio                           | 20%         | 8            | 1,6         | 5            | 1           | 8            | 1,6         |
| Disponibilidad de agua, energía y Otros suministros | 15%         | 10           | 1,5         | 9            | 1,35        | 9            | 1,35        |
| <b>TOTALES</b>                                      | <b>100%</b> |              | <b>8,4</b>  |              | <b>6,5</b>  |              | <b>6,1</b>  |

# Localización



# Capítulo 4

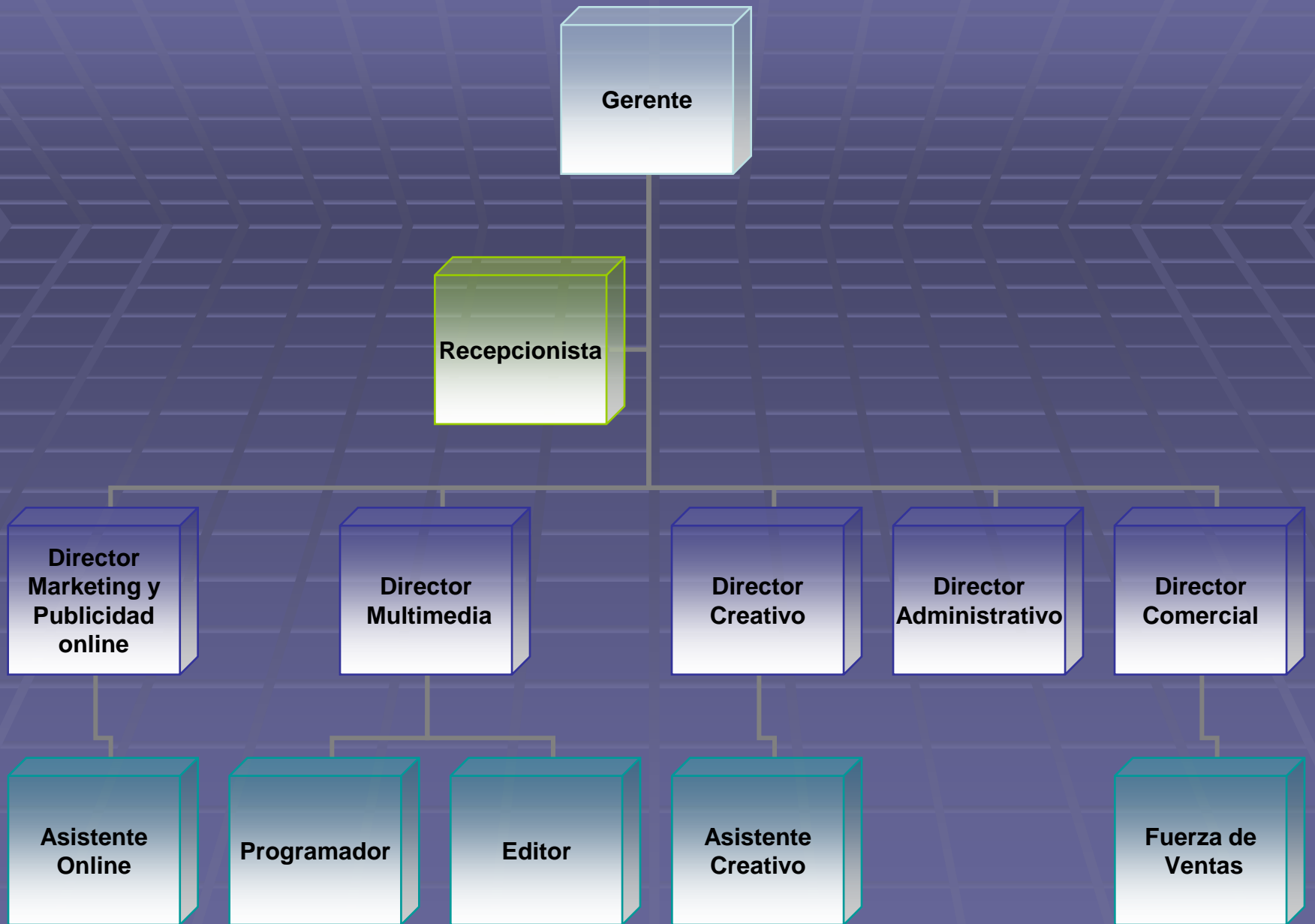
## Estudio Organizacional

# Filosofía de Storm Estudios.

investigación + desarrollo + innovación

- **Misión**

- **Visión**



# Capítulo 5

## Estudio Financiero

| <b>medios</b>                         | <b>cantidad</b> | <b>precio mensual</b> | <b>precio anual</b> |
|---------------------------------------|-----------------|-----------------------|---------------------|
| comercial de tv                       | 260             | 545                   | 6000                |
| advertirse en facebook el día(\$20)   | 365             | 608                   | 7300                |
| el universo (la revista)              | 12              | 2000                  | 24000               |
| messenger                             | 12              | 2000                  | 24000               |
| posicionamiento de la Pág. Web        | 12              | 1000                  | 12000               |
| buscadores en Google                  | 12              | 2000                  | 24000               |
| revista                               | 12              | 2000                  | 24000               |
| intercambio de banners en paginas Web | indefinida      | 1000                  | 12000               |
| Mailing Masivo                        | 30.000          | 5                     | 60                  |
| <b>total</b>                          |                 | <b>11159</b>          | <b>133360</b>       |



| <b>CONTENIDO</b>                                | <b>VALOR</b> | <b>COSTO</b> | <b>HONORARIOS<br/>3,5%</b> |
|---|--------------|--------------|----------------------------|
| estudio de mercado                              | 2500         | 1000         | 125                        |
| marketing de buscadores                         | 2800         | 2000         | 140                        |
| spot de televisión y pantalla interactivas      | 7000         | 5500         | 350                        |
| sitio web, alta en buscadores y posicionamiento | 2500         | 1000         | 87,5                       |
| emailing  | 300          | 50           | 10,5                       |
| banner en facebook                              | 3000         | 2500         | 105                        |
| banner en hi5                                   | 3500         | 3000         | 122,5                      |
| messenger                                       | 2500         | 2000         | 87,5                       |
| advertirse en facebook todo el ano              | 7800         | 7300         | 273                        |
| post en blog ecuatoriano                        | 200          | 80           | 7                          |
|   | <b>32100</b> | <b>24430</b> | <b>1123,5</b>              |

## **Inversión inicial**

|                                   |              |
|-----------------------------------|--------------|
| <b>Edificio</b>                   | <b>60000</b> |
| <b>Muebles y encerres</b>         | <b>3420</b>  |
| <b>Equipos de Computación</b>     | <b>7000</b>  |
| <b>Equipos de Oficina</b>         | <b>6670</b>  |
| <b>Equipos varios</b>             | <b>8768</b>  |
| <b>Programas</b>                  | <b>2750</b>  |
| <b>Gastos de Puesta en Marcha</b> | <b>5800</b>  |
| <b>Gastos de Constitución</b>     | <b>2500</b>  |
| <b>total</b>                      | <b>96908</b> |

## gastos financieros

Préstamo 67835,6

TI 12%

Plazo 5 años

| Periodo | Pago anual | Interés | Capital amortizado | Saldo absoluto | Pago mensual |
|---------|------------|---------|--------------------|----------------|--------------|
| 0       |            |         |                    | 67835,6        |              |
| 1       | -18818     | 8140    | -10678             | 57158          | -1568        |
| 2       | -18818     | 6859    | -11959             | 45198          | -1568        |
| 3       | -18818     | 5424    | -13394             | 31804          | -1568        |
| 4       | -18818     | 3816    | -15002             | 16802          | -1568        |
| 5       | -18818     | 2016    | -16802             | 0              | -1568        |

| <b>AÑOS</b>               | <b>0</b> | <b>Año 1</b>   | <b>Año 2</b>   | <b>Año 3</b>   | <b>Año 4</b>   | <b>Año 5</b>   |
|---------------------------|----------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| (-) Inversion fija        | -96908   |                |                |                |                |                |
| (-)G. Pre-operativos      | -8300    |                |                |                |                |                |
| (-) Capital de trabajo    | -51497   |                |                |                |                |                |
| (+) Prestamos             | 67836    |                |                |                |                |                |
| <b>Ingresos ventas</b>    |          |                |                |                |                |                |
| Precio                    |          | 32100          | 32100          | 32100          | 32100          | 32100          |
| Cantidad                  |          | 58             | 61             | 64             | 67             | 71             |
| <b>(+) Total ingresos</b> |          | <b>1861800</b> | <b>1954890</b> | <b>2052635</b> | <b>2155266</b> | <b>2279100</b> |
| <b>Egresos</b>            |          |                |                |                |                |                |
| (-) Costos produccion     |          | 1416940        | 1487787        | 1562176        | 1640285        | 1734530        |
| honorarios campaña        |          | 65163          | 68741          | 72178          | 75787          | 80141          |
| (-)Gastos(publicidad)     |          | 149605         | 133360         | 133360         | 133360         | 133360         |
| (-) Gastos de sueldos     |          | 130800         | 130800         | 130800         | 130800         | 130800         |
| (-) servicios Basicos     |          | 14640          | 1980           | 1980           | 1980           | 1980           |
| (-)depreciacion           |          | 7219           | 7219           | 7219           | 7219           | 7219           |
| (-) Gastos Gen.Adm.       |          | 8040           | 8040           | 8040           | 8040           | 8040           |
| (-) Gastos financieros    |          | 8140           | 6859           | 5424           | 3816           | 2016           |
| <b>Total de Egresos</b>   |          | <b>1800547</b> | <b>1844786</b> | <b>1921177</b> | <b>2001287</b> | <b>2098086</b> |
| <b>UTILIDAD NETA</b>      |          | 61253          | 110104         | 131457         | 153979         | 181014         |

|                                 |               |              |              |               |               |               |
|---------------------------------|---------------|--------------|--------------|---------------|---------------|---------------|
| <b>UTILIDAD NETA ANTES PAT</b>  |               | 61253        | 110104       | 131457        | 153979        | 181014        |
| (-)15% PAT                      |               | -9188        | -16516       | -19719        | -23097        | -27152        |
| <b>Utilidad antes IR</b>        |               | <b>52065</b> | <b>93589</b> | <b>111739</b> | <b>130882</b> | <b>153861</b> |
| (-) 25% IR                      |               | -13016       | -23397       | -27935        | -32720        | -38465        |
| <b>Utilidad neta</b>            |               | <b>39049</b> | <b>70191</b> | <b>83804</b>  | <b>98161</b>  | <b>115396</b> |
| (+) depreciacion                |               | 7219         | 7219         | 7219          | 7219          | 7219          |
| (-) amortizaciones por prestamo |               | -10336       | -11577       | -12966        | -14522        | -16265        |
| Valor de desecho                |               |              |              |               |               | 0             |
| Capital de trabajo              |               |              |              |               |               | 51497         |
| <b>Flujo de Efectivo Neto</b>   | <b>-88869</b> | <b>35931</b> | <b>65834</b> | <b>78057</b>  | <b>90859</b>  | <b>157848</b> |

|             |               |
|-------------|---------------|
| <b>TIR</b>  | <b>64,74%</b> |
| <b>VAN=</b> | <b>160929</b> |
| <b>CAPM</b> | <b>16,75%</b> |

### Período de Recuperación de la Inversión (Payback)

| Periodo<br>(años) | Saldo<br>inversión | Flujo<br>de caja | Rentabilidad<br>exigida | Recuperación<br>Inversión |
|-------------------|--------------------|------------------|-------------------------|---------------------------|
| 1                 | 88.869             | 35.931           | 14.886                  | 21.046                    |
| 2                 | 67.823             | 65.834           | 11.360                  | 54.473                    |
| 3                 | 13.350             | 78.057           | 2.236                   | 75.821                    |
| <b>4</b>          | <b>-62.471</b>     | <b>90.859</b>    | <b>(10.464)</b>         | <b>101.322</b>            |
| 5                 | -163.793           | 157.848          | (27.435)                | 185.283                   |

# Crystalball

