

**"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.



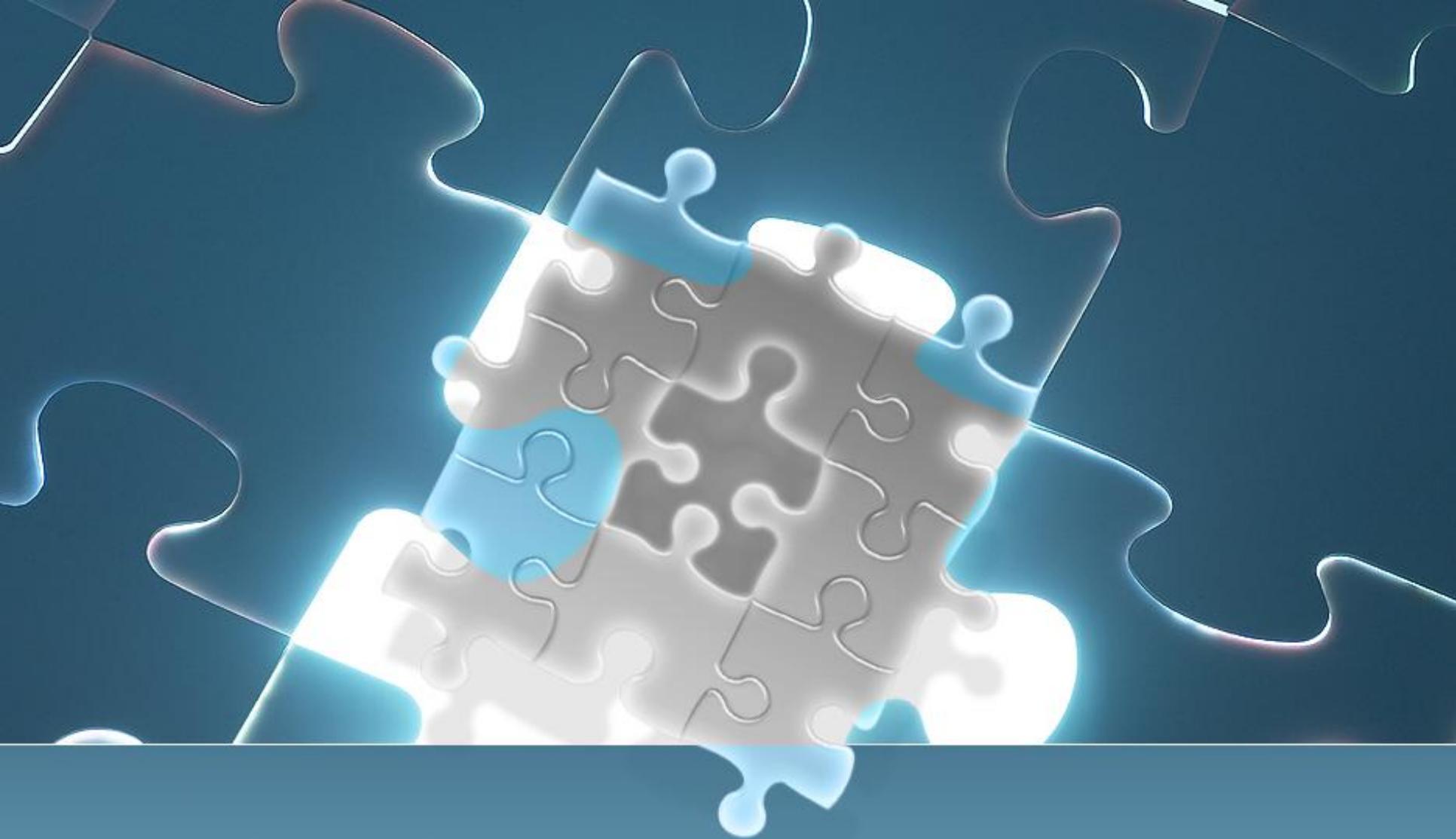
# Visión

- 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

<b>CARGO</b>	<b>CANTIDAD</b>
<b>Gerente</b>	<b>1</b>
<b>Asesor de marketing</b>	<b>2</b>
<b>Asistente</b>	<b>1</b>



# **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

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

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

$$n = 85$$

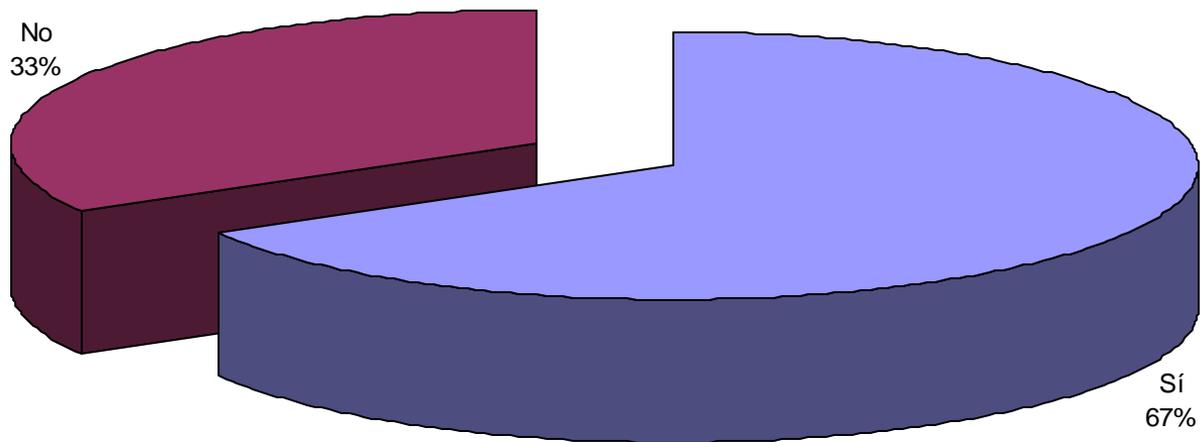


# Análisis de los resultados de la Investigación

- 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

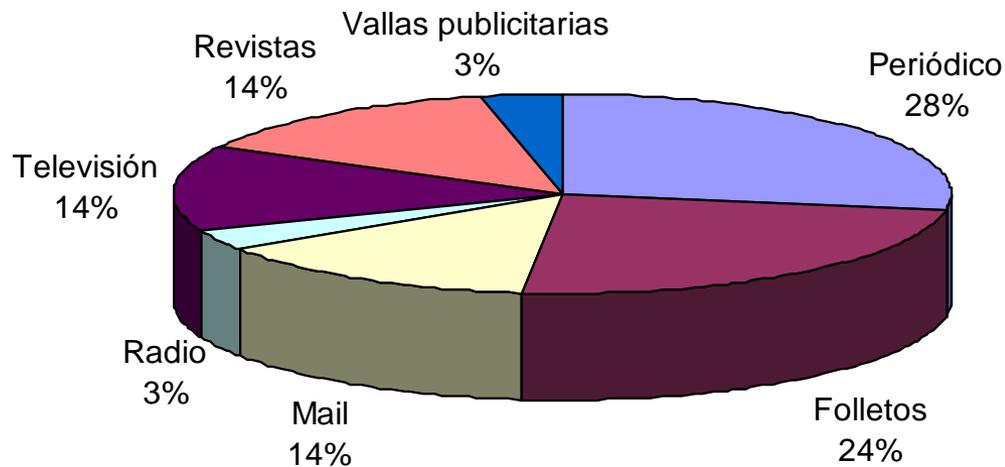


# ¿Utiliza algún medio de publicidad?



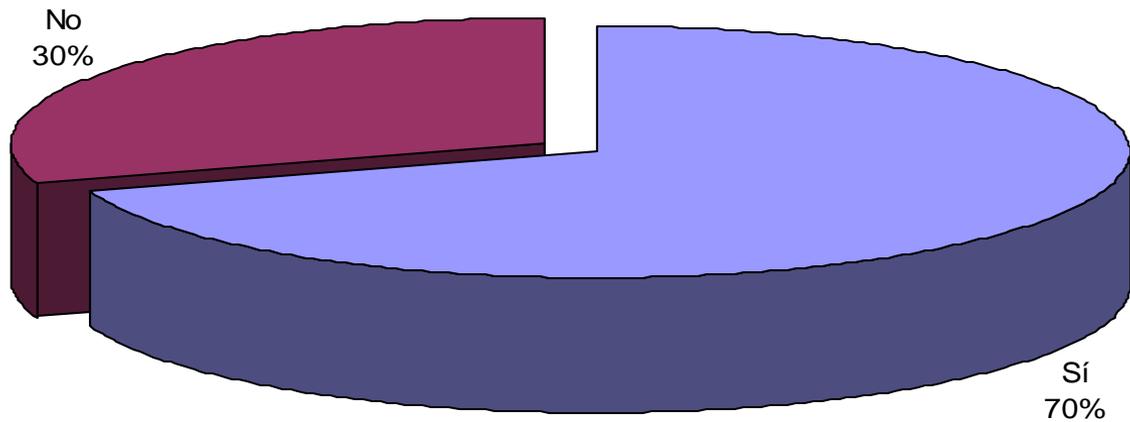


# ¿Qué medio de publicidad utiliza para dar a conocer su producto o servicio?



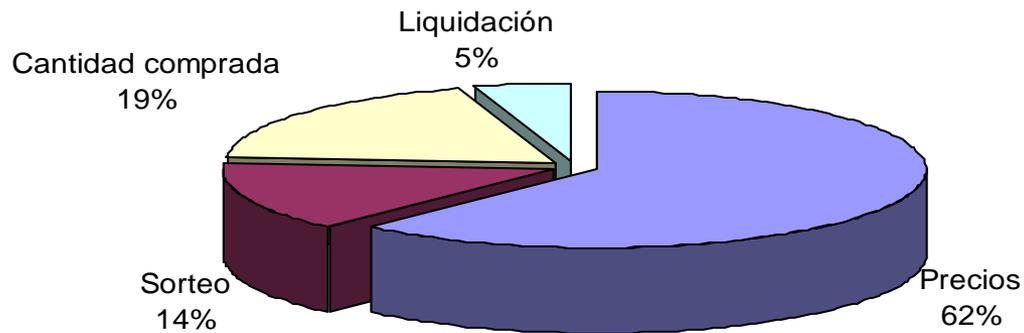


# ¿Realiza promociones en su negocio?



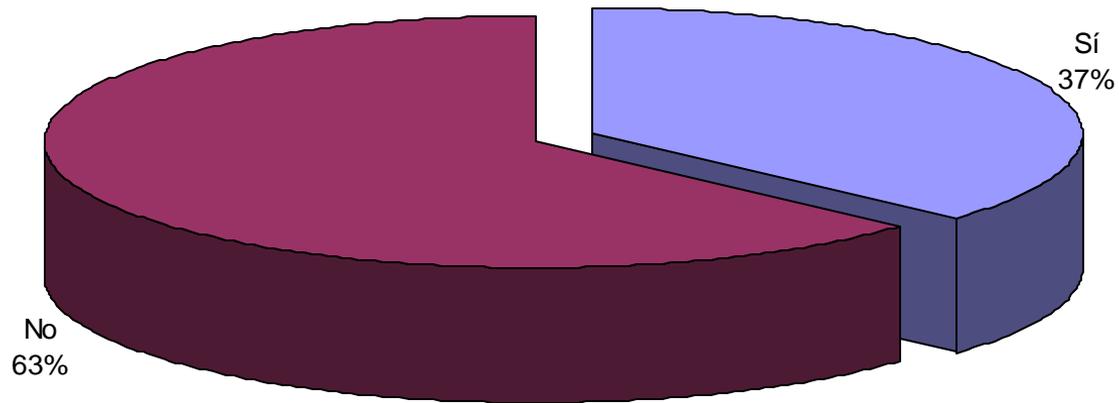


# ¿Qué tipo de promociones realiza?



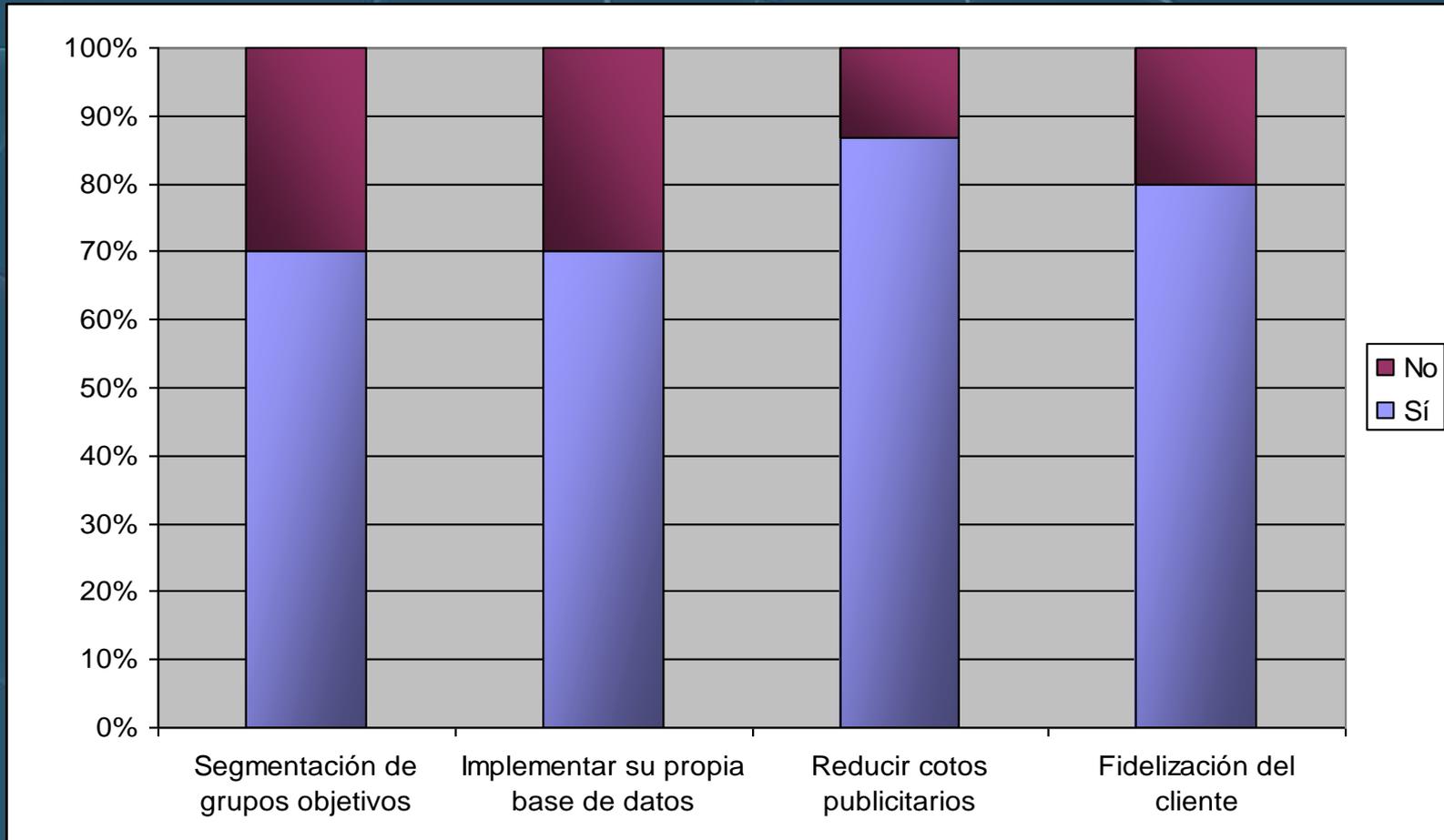


# ¿Posee una base de datos donde registre las compras de sus clientes?



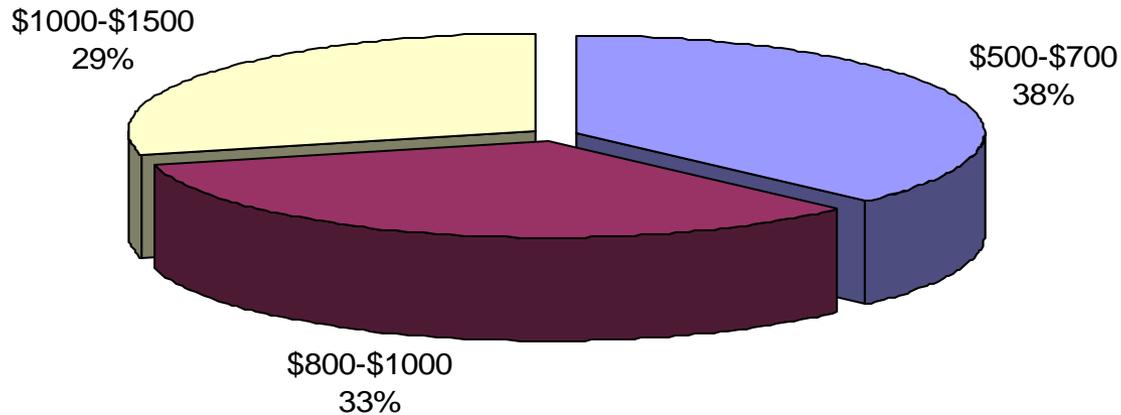


# ¿Estaría dispuesto a contratar una asesoría en mercadeo que le permita implementar los siguientes servicios:





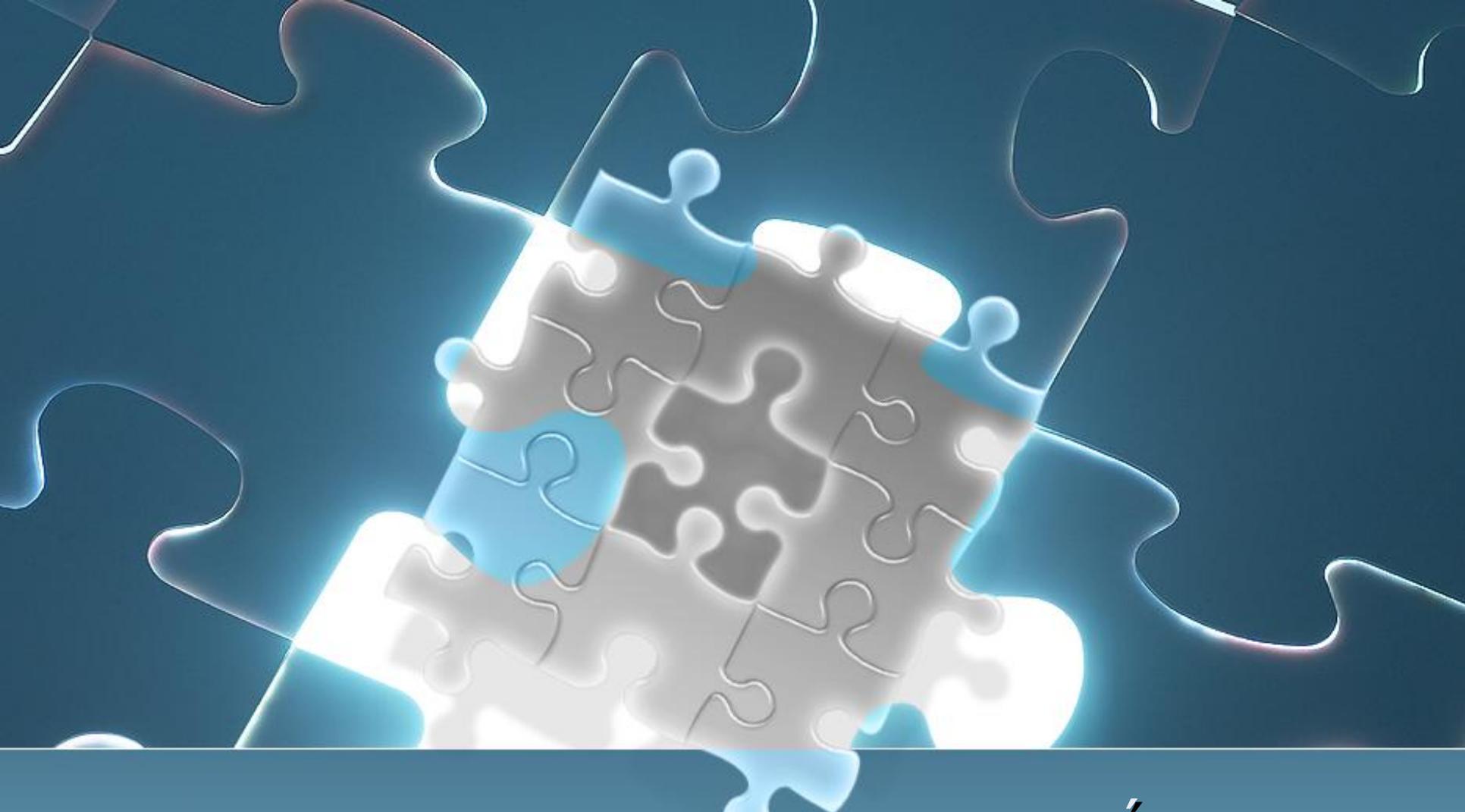
# ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por todo el paquete de nuestro servicio detallado en la pregunta anterior?





# 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**

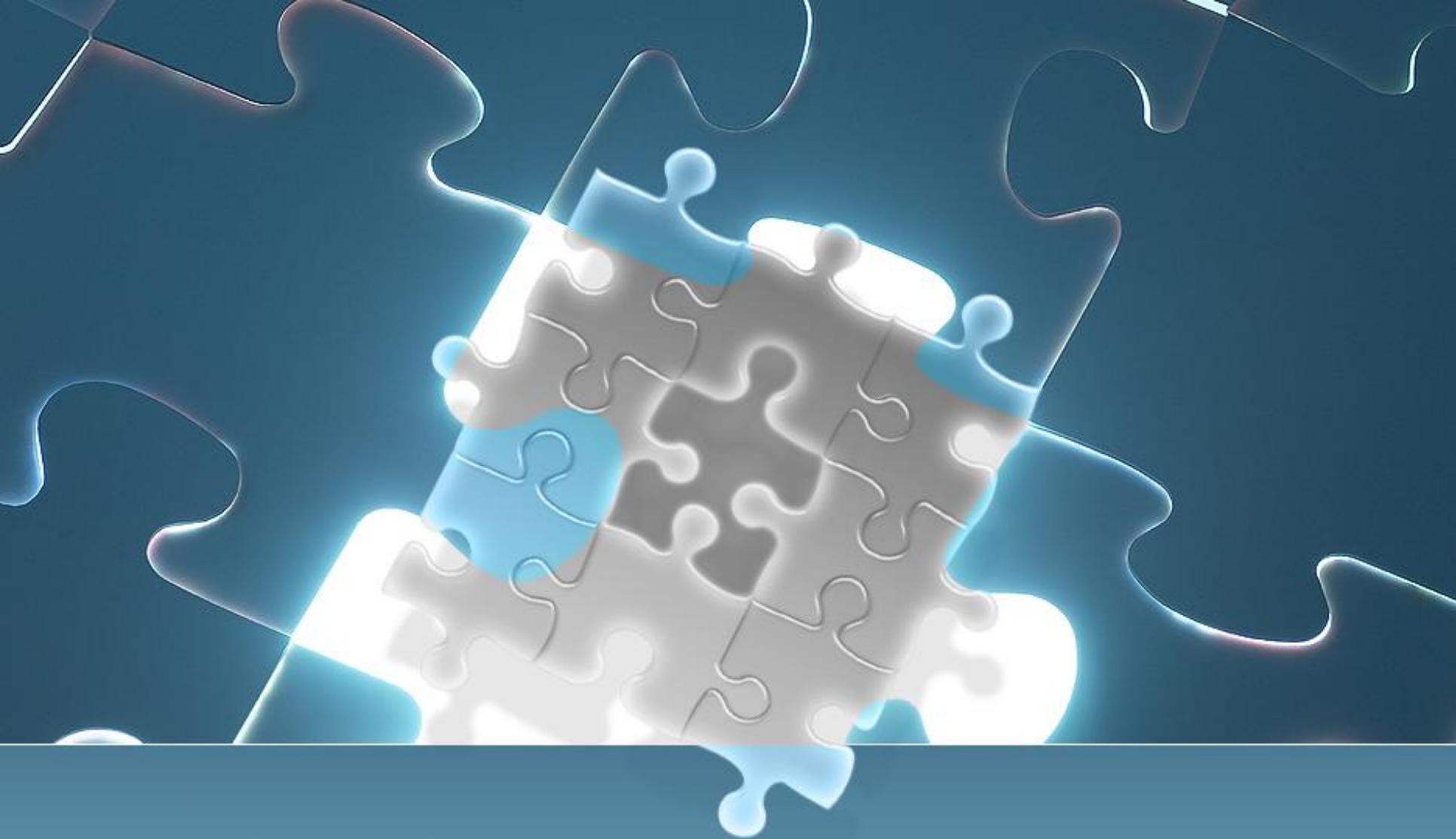
- No existe asesoría que brinde el servicio que ofrece “DC Datos”.
- Expectativas de altos ingresos económicos.
- Buena acogida por parte de los comercios pequeños que no cuentan con un alto presupuesto para utilizarlo en publicidad y promociones.



# 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.

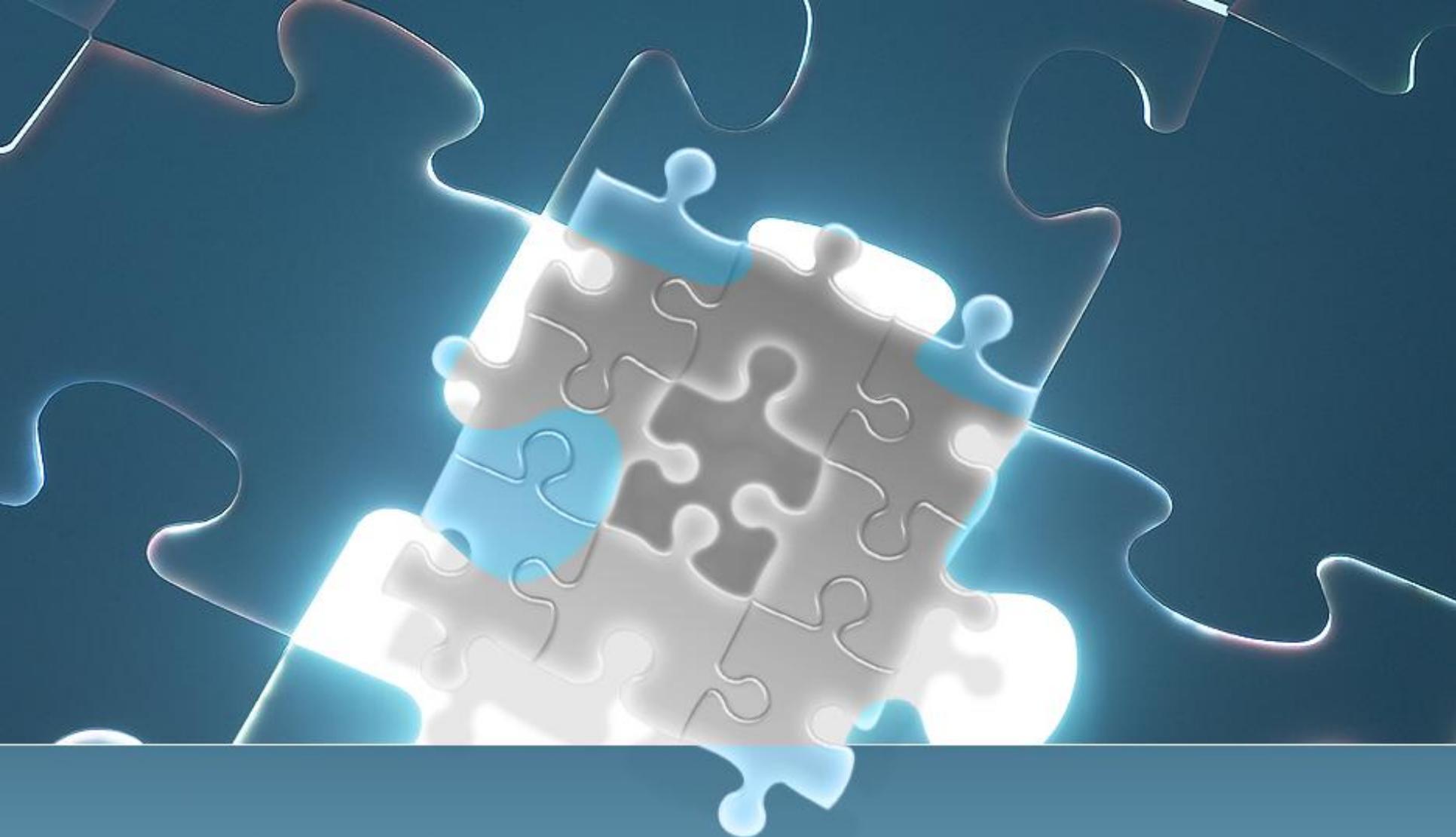


# OBJETIVOS ESTRATEGICOS DEL MARKETING DE BASE DE DATOS



# 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](http://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 <input type="checkbox"/>	Amarillo <input type="checkbox"/>
Celeste <input type="checkbox"/>	Rosado <input type="checkbox"/>
Fucsia <input type="checkbox"/>	Blanco <input type="checkbox"/>

¿Cuál es tu talla en prendas de vestir?

XS <input type="checkbox"/>	Small <input type="checkbox"/>	Medium <input type="checkbox"/>	Large <input type="checkbox"/>
-----------------------------	--------------------------------	---------------------------------	--------------------------------

¿Qué prenda de vestir utilizas más?

Jeans <input type="checkbox"/>	Capri <input type="checkbox"/>	T-Shirts <input type="checkbox"/>
Chompa <input type="checkbox"/>	Falda <input type="checkbox"/>	Chaquetas <input type="checkbox"/>

¿Qué tipo de accesorios te gustan más?

Carteras <input type="checkbox"/>	Aretes <input type="checkbox"/>
Cinturones <input type="checkbox"/>	Pulseras <input type="checkbox"/>

¿Qué promoción te gustaría más?

Que te den descuentos en el precio establecido <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Que te obsequiaran algún accesorio para tu ropa <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Que te dieran un regalo sorpresa <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**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**

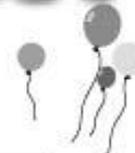




# Nauty Blue

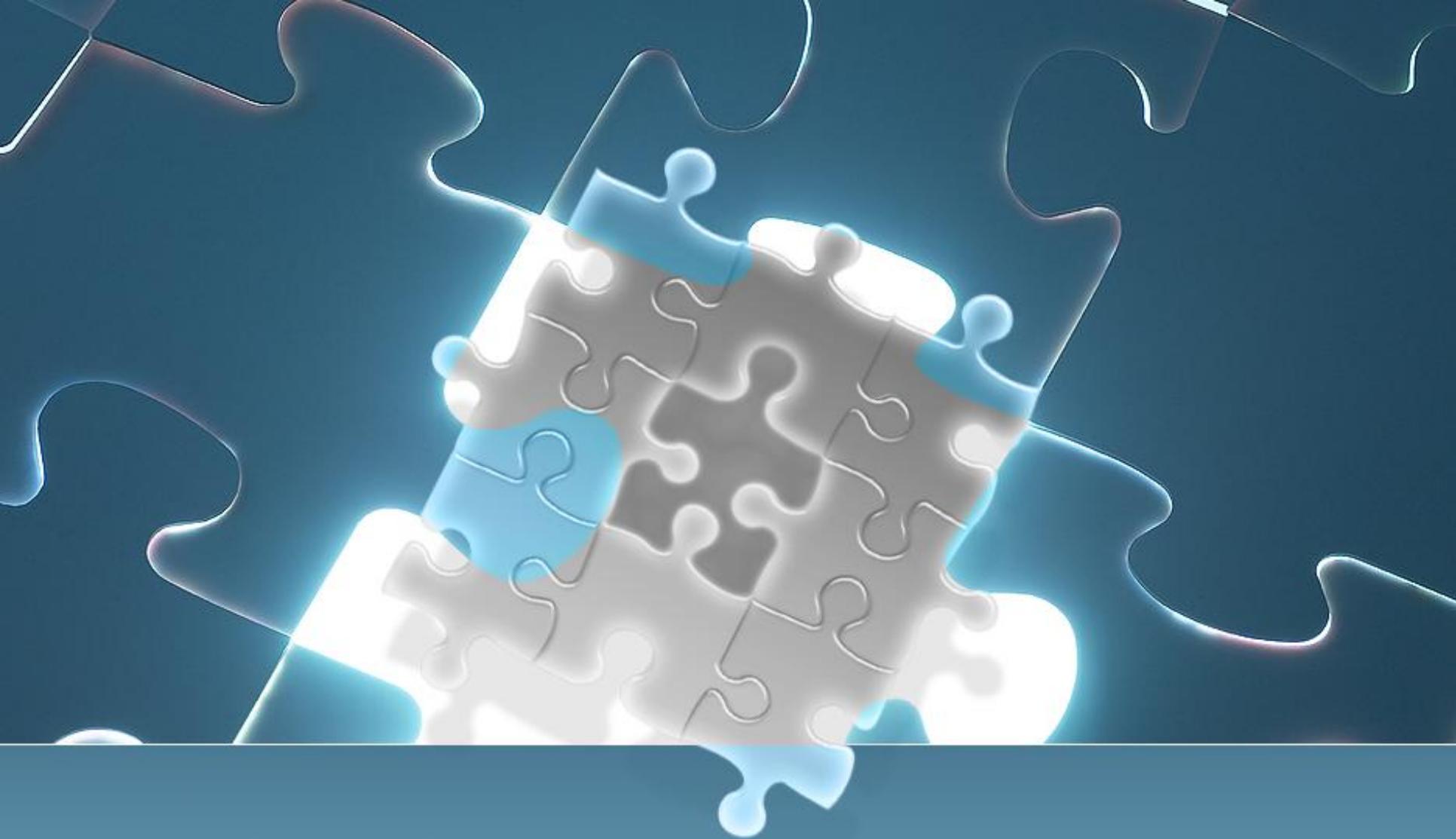
Te desea Feliz Cumpleaños

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**

<b>Flujo de Efectivo del Inversionista</b>						
<b>AÑOS</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Ingresos		50400.00	52920.00	55566.00	58344.30	61261.52
Costos (-)		10800.00	11170.44	11553.59	11949.87	12359.75
<b>Utilidad Bruta</b>		39600.00	41749.56	44012.41	46394.43	48901.76
Depreciación		1610.00	1610.00	1610.00	610.00	610.00
<b>UAII</b>		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
<b>UAI</b>		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
<b>Utilidad Neta</b>		5782.69	6764.99	7704.15	9197.26	10110.02
<b>Inversión Inicial</b>	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			
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-10725.80</b>	<b>4849.57</b>	<b>5468.51</b>	<b>9314.15</b>	<b>9807.26</b>	<b>22020.02</b>



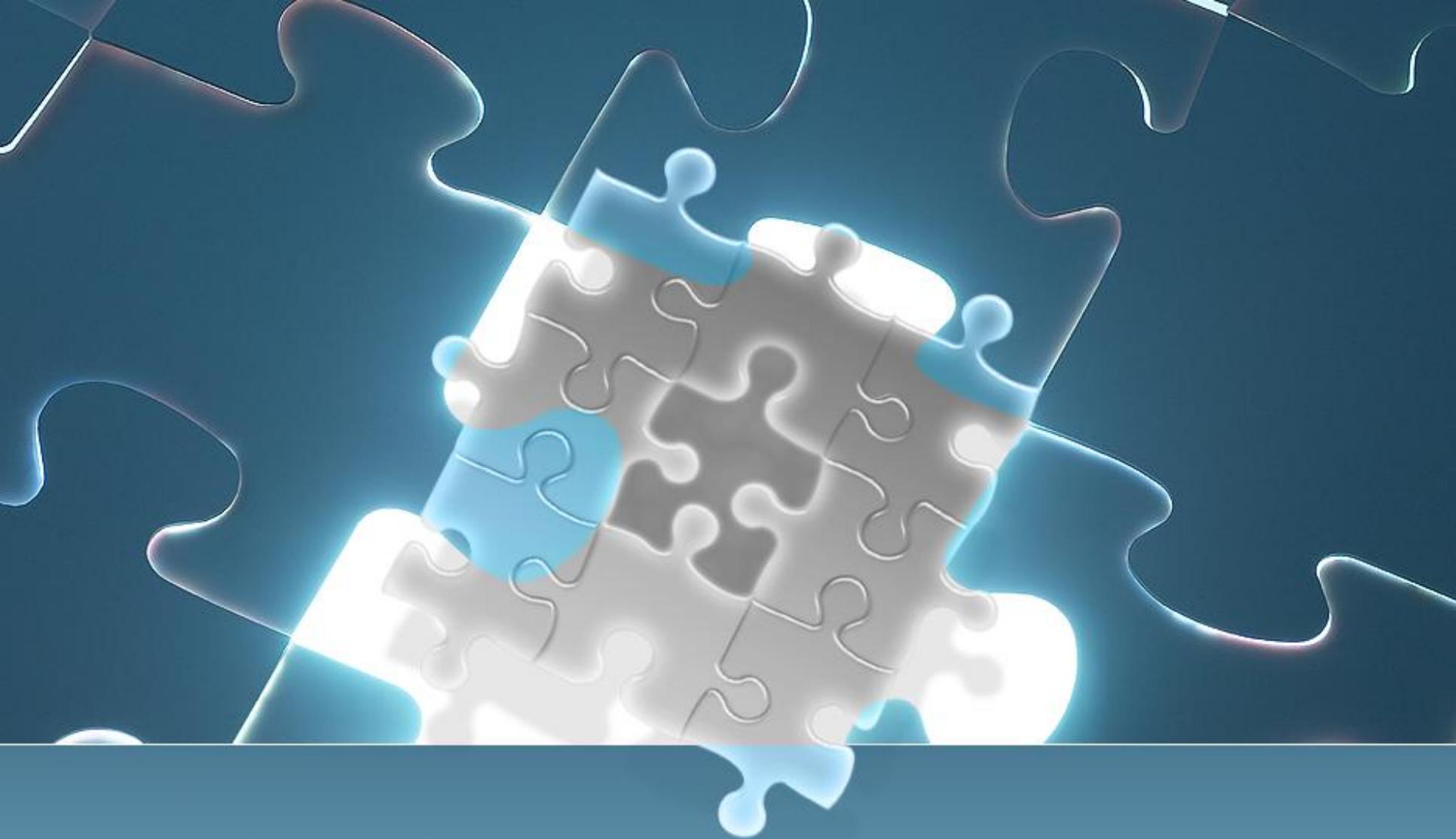
# Evaluación del Proyecto del Inversionista (Financiado)

**VAN**

**\$ 23721.64**

**TIR**

**62%**

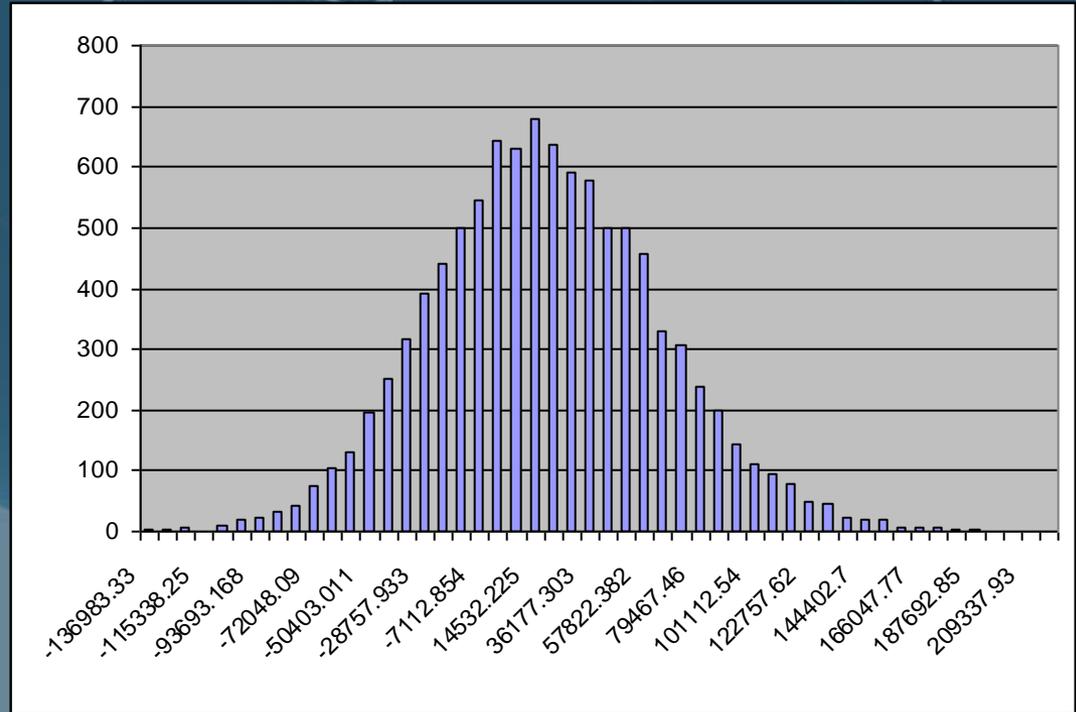


# ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD



# 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%

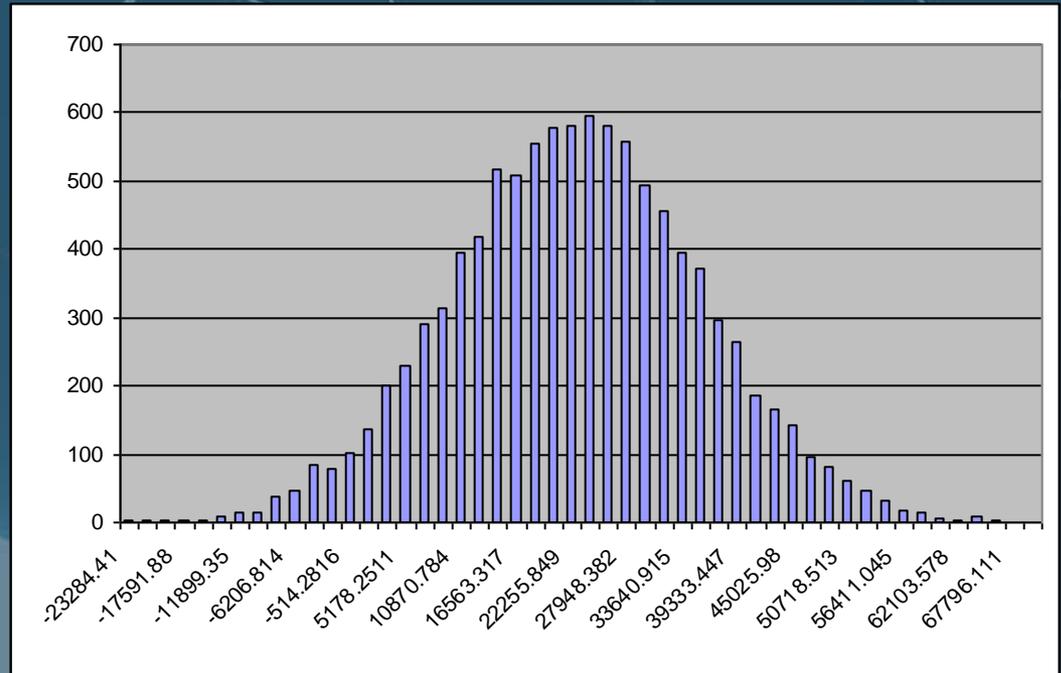


Límite Izq.=	-136983.326
Límite Der.=	216552.958



# 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%

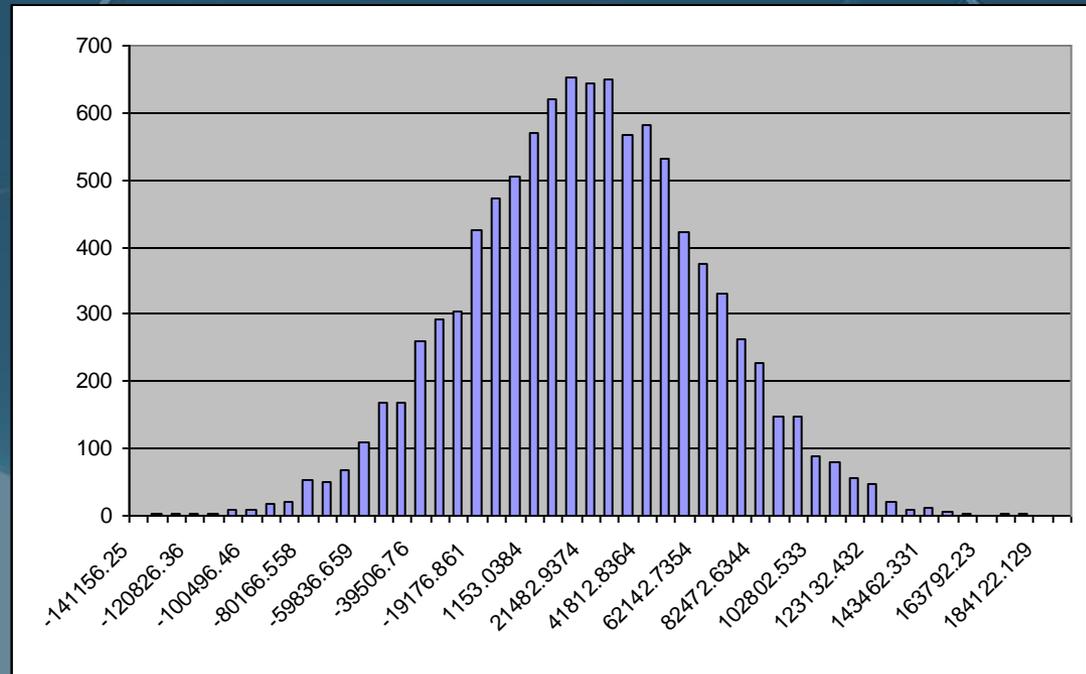


Límite Izq.=	-23284.4124
Límite Der.=	69693.6217



# 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%

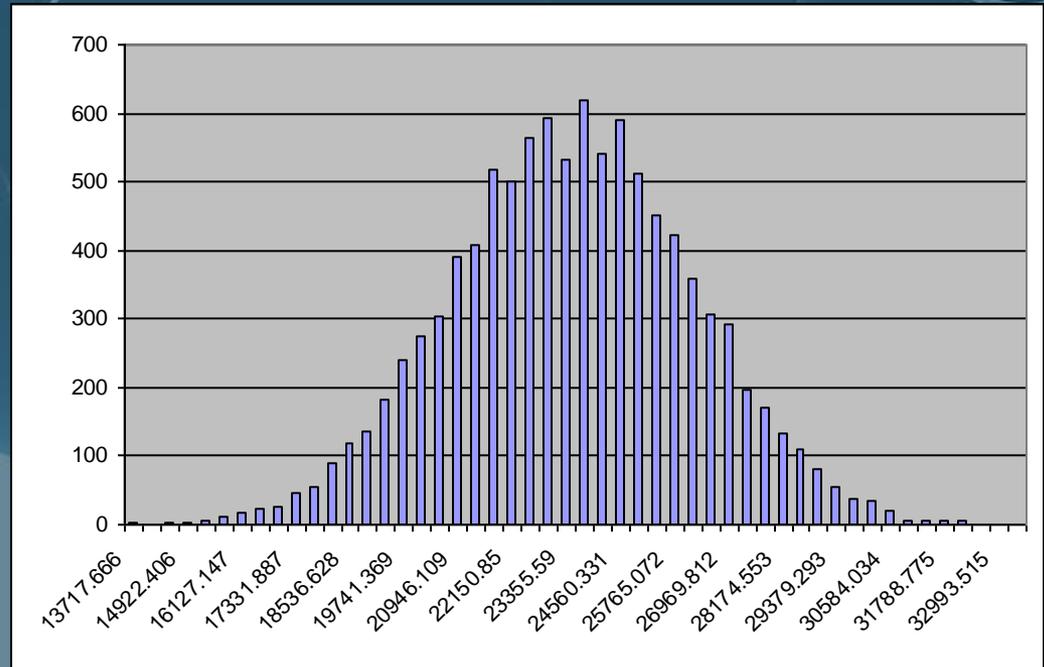


Límite Izq.=	-141156.255
Límite Der.=	190898.762



# 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**