



**INSTITUTO DE NEGOCIOS
“HUMANE”**

“PROPUESTA DE ELABORACIÓN DE UN PLAN
DE MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA
RAMIREZDELHIERRO & ASOCIADOS UBICADO
EN GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2024”

TOMO I

**TRABAJO DE TITULACIÓN PRESENTADO EN
OPCIÓN PARA OBTENER EL TÍTULO DE
TECNÓLOGO SUPERIOR EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

FABRIZIO DAVID RAMIREZ DEL HIERRO

GUAYAQUIL - ECUADOR

2023



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO: “PROPUESTA DE ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA RAMIREZDELHIERRO & ASOCIADOS UBICADO EN GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2024”

AUTOR/ES: FABRIZIO DAVID RAMIREZ DEL HIERRO

TUTOR: Econ. Andrés Alprecht Quiroz, MBA

INSTITUCIÓN: Instituto de Negocios “HUMANE”

FACULTAD: Administración

CARRERA: *ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS*

FECHA DE PUBLICACIÓN: Noviembre de 2023

Nº DE PÁG: 57

ÁREA TEMÁTICA: Plan de Marketing

PALABRAS CLAVES: Proyecto, Implementación, Digital, Marketing, Servicios.

RESUMEN: El presente proyecto tiene como intención base el dar a conocer la firma RAMIREZdelHIERRO & asociados y todos sus servicios mediante un plan de marketing digital que se implementará en el año 2024.

Nº DE REGISTRO: A-EC-08-13

Nº DE CLASIFICACIÓN: A-EC-08-13

DIRECCIÓN URL (trabajo de titulación en la web):

ADJUNTO PDF:

SI

X

NO

CONTACTO CON AUTOR/ES:

Teléfono: 0987395165

E-mail: framirez@es.humane.edu.ec

CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:

Nombre: Ing. Carlos Pazmiño Castillo, MBA

Teléfono: (04) 288 2710

Mail: cpazmino@humane.edu.ec

Quito: Av. Whymper E7-37 y Alpallana, edificio Delfos, teléfonos (593-2) 2505660/1; y en la Av. 9 de octubre 642 y

Carrión edificio Prometeo, teléfonos 2569898/9. Fax: (593-2) 250-9054

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecerle principalmente a Dios por ser el impulso para cumplir todos mis objetivos, a mis padres, hermanas, docentes y compañeros que me acompañaron durante todos estos años de estudio y a la institución que me ha acogido para poder llegar a ser un profesional.

DEDICATORIA

A Dios por acompañarme durante todos estos años.

A mis padres por apoyarme en todo y ayudarme a cumplir mis metas.

A mis hermanas por compartir su conocimiento conmigo.

A mi familia por siempre mostrar su apoyo.

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Santiago de Guayaquil, noviembre de 2023

Yo, **Fabrizio David Ramirez Del Hierro** declaro bajo juramento, que la autoría del presente trabajo me corresponde totalmente y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación que he realizado.

De la misma forma, cedo mi derecho de autor al Instituto de Negocios “HUMANE”, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y Normatividad Institucional vigente.

Fabrizio David Ramirez Del Hierro

C.I: 0924170186

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Santiago de Guayaquil, noviembre de 2023

Certifico que el trabajo titulado “**Propuesta de elaboración de un plan de marketing digital para la empresa RAMIREZdelHIERRO & asociados ubicado en Guayaquil a partir del año 2024**” ha sido elaborado por **Fabrizio David Ramirez Del Hierro** bajo mi tutoría. El presente trabajo reúne los requisitos para ser defendido ante el jurado calificador designado por el Instituto de Negocios “HUMANE”.

Econ. Andrés Alprecht Quiroz, MBA

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como intención base el dar a conocer la firma RAMIREZdelHIERRO & asociados y todos sus servicios, a un universo mayor mediante el uso de herramientas digitales, principalmente las redes sociales, con las cuales actualmente no se cuenta lo que se convierte en una debilidad para la promoción de sus servicios y captación de clientes.

Actualmente la mayoría de compañías se promocionan digitalmente es por esto que se crearán diversas formas de comunicación como posts, reels, flyers digitales, videos promocionales, etcétera, los mismos que explicaran servicios, costos, facilidades que se brindan, asesorías y acompañamiento que la firma ofrece a sus clientes.

Se ha optado por este tipo de plan de marketing digital ya que su costo no es muy elevado en cuanto a inversión de equipos, software y licencias, y se podría poner en marcha con el mismo personal, del cual ya disponemos, es así que la inversión total será de \$12.997,00, contando con un aporte propio de \$7.997,00 y por la diferencia se recurrirá a un préstamo por \$5.000,00.

Este plan será implementado en un año aspirando ver sus resultados inmediatamente, es decir al primer mes de implementación, sin embargo, se mantendrá en desarrollo y seguimiento durante cuatro años más.

ABSTRACT

The present project has as its base intention to make known the firm RAMIREZdelHIERRO & asociados and all its services, to a larger universe through the use of digital tools, mainly social media, which currently do not have, what becomes a weakness for the promotion of its services and customer acquisition.

Currently, most companies promote themselves digitally, which is the reason they are working to use all the forms of communication, such as posts, reels, digital flyers, promotional videos, etc., which will explain services, costs, facilities provided, advice and support that the firm offers to its customers.

This type of digital marketing plan has been chosen since its cost is not very high in terms of investment in equipment, software and licenses, and it could be launched with the same personnel we already have, so the total investment will be \$12,997.00, with an own contribution of \$7,997.00 and a loan of \$5,000.00 that is difference of the investment.

This plan will be implemented in one year with the aim of seeing its results immediately, that is, in the first month of implementation; however, it will continue to be developed and monitored for four more years.

ÍNDICE GENERAL

Introducción	1
Capítulo 1: Diseño de la investigación.	2
1.1. Planteamiento del problema	3
1.2. Formulación del problema	3
1.3. Sistematización del problema.	3
1.4. Objetivos	4
1.4.1. Objetivo General	4
1.4.2. Objetivos Específicos.	4
1.5. Justificación de la investigación	4
1.6. Marco teórico	5
1.7. Marco referencial	12
Capítulo 2: Propuesta Comercial	14
2.1 Descripción de la empresa, actividad	15
2.2 Visión, misión, valores, objetivos generales y específicos. Modelo de negocios (Canvas)	15
2.3 Estrategia genérica, ventajas competitivas	19
2.3.1 Ventaja Estratégica	19
2.3.2 Ventaja Competitivas	20
2.4 Estructura organizacional: organigrama	21
2.5 Plan de marketing	21
2.5.1 Contexto general del mercado: factores clave y tamaño	21
2.5.2 Perfil del cliente: quién es, dónde está, cómo consume	23
2.5.3 Estrategia de producto	24
2.5.4 Estrategia de precio	25
2.5.5 Estrategia de distribución	25
2.5.6 Estrategia de promoción	26
2.5.7 Estrategia de personas	27
2.5.8 Procesos	28
2.5.9 Estrategia de evidencia física	30
2.6 Plan de acción para el logro de los objetivos	32
Capítulo 3: Análisis Financiero del Proyecto	35
3.1 Supuestos Financieros	36
3.2 Inversión del Proyecto	37
3.3 Financiamiento del Proyecto	37
3.4 Proyecciones de Sueldos	38

“PROPUESTA DE ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA LA
EMPRESA RAMIREZDELHIERRO & ASOCIADOS UBICADO EN GUAYAQUIL A
PARTIR DEL AÑO 2024”

3.5	Demanda Esperada Anual	38
3.6	Proyecciones de Ventas	39
3.7	Proyecciones de Costos	41
3.8	Proyecciones de Gastos	43
3.9	Préstamo Bancario	44
3.10	Estados Financieros	45
3.11	Indicadores Económicos	46
3.12	Punto de Equilibrio	47
3.13	Ratios Financieros	47
	BIBLIOGRAFÍA	50
	ANEXOS	53

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1	3
Ilustración 2	17
Ilustración 3	21
Ilustración 4	28
Ilustración 5	29
Ilustración 6	29
Ilustración 7	30

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	32
Tabla 2	33
Tabla 3	33
Tabla 4	34
Tabla 5	34
Tabla 6	36
Tabla 7	37
Tabla 8	38
Tabla 9	39
Tabla 10	40
Tabla 11	41
Tabla 12	42
Tabla 13	43
Tabla 14	44
Tabla 15	44
Tabla 16	45
Tabla 17	46
Tabla 18	46
Tabla 19	47
Tabla 20	48

Introducción

En la actualidad las redes sociales han sido una herramienta importante y necesaria para el comercio electrónico de todo tipo de productos y servicios, es por esto que varias empresas se han visto afectadas de manera negativa por la falta de conocimiento del uso de estas, en el año 2020 la ciudad de Guayaquil se vio afectada por una pandemia la cual obligó a que las empresas, sin limitación de tamaño, se avoquen al uso de estas herramientas virtuales debido a la imposibilidad de contacto físico, las pequeñas y grandes empresas que se actualizaron y pudieron hacer uso de estos canales virtuales han podido destacarse de su competencia.

Día a día las instituciones públicas generan obligaciones y reportes que deben cumplir las instituciones privadas, distrayendo así la atención de los directivos de las empresas; con el fin de aliviar la carga administrativa que tiene cualquier compañía, “RAMIREZdelHIERRO & asociados” siendo una entidad que brinda servicios de consultoría, asesoría, representación y comercialización, tiene la capacidad de asumir los mencionados requerimientos, para que los administradores puedan concentrarse en el giro de su negocio. Además, sus socios personalmente se encargan de manera directa de atender dos puntales importantes de la entidad que son Bienes Raíces y Seguros.

Por lo mencionado anteriormente y en vista de que la comercialización que realiza “RAMIREZdelHIERRO & asociados” es de persona a persona, en estos dos últimos años ha detenido su crecimiento por lo que se concluye que existe la necesidad imperiosa de incursionar en el comercio virtual mediante un plan de marketing digital utilizando el canal de redes sociales, con el objetivo de mostrar sus diversos productos y servicios a sus actuales clientes y crear una nueva cartera, lo que se logrará teniendo mayor presencia en redes.

Capítulo 1: Diseño de la investigación.

“PROPUESTA DE ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA RAMIREZDELHIERRO & ASOCIADOS UBICADO EN GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2024”

1.1. Planteamiento del problema

SINTOMA		CAUSA	PRONOSTICO	CONTROL DEL PRONOSTICO
1	Poco tráfico en redes	Falta de promoción	La falta de un plan de marketing adecuado y de estrategias en redes sociales y en herramientas digitales, puede conllevar a la pérdida de clientes, la disminución de la rentabilidad del negocio y la disminución de la cuota del mercado que puede terminar inclusive el cierre de la empresa.	Elaborar un plan de Marketing digital para la empresa "RAMIREZdelHIERRO & asociados" con el fin de incrementar las ventas y su participación del mercado.
2	Bajo flujo de clientes	Baja presencia en redes		
3	Falta de contenido	No hay un plan de marketing		
4	Caída en ventas	Falta seguimiento en proceso de ventas		
5	Barreras digitales	Poco conocimiento del manejo de herramientas digitales		

Ilustración No. 1 Planteamiento del Problema
Elaborado por: Fabrizio Ramirez Del Hierro

1.2. Formulación del problema

¿Cuál será el resultado de elaborar un plan de Marketing digital para la empresa “RAMIREZdelHIERRO & asociados” ubicado en Guayaquil a partir del año 2024?

1.3. Sistematización del problema.

- 1) ¿Qué efecto genera el no realizar promoción en redes?
- 2) ¿Cómo mitigar el impacto de mantener una baja presencia en redes?
- 3) ¿Cuáles serían las estrategias necesarias para implementar un plan de marketing idóneo?
- 4) ¿Cuáles son las consecuencias de no contar con un seguimiento adecuado en el proceso de ventas?
- 5) ¿Qué efectos generan el desconocimiento del manejo de herramientas digitales en el contexto actual?

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General.

Elaborar un plan de Marketing digital para la empresa “RAMIREZdelHIERRO & asociados” ubicado en Guayaquil a partir del año 2024.

1.4.2. Objetivos Específicos.

- 1) Analizar qué efecto genera el no realizar promoción en redes sociales.
- 2) Mitigar el impacto de mantener una baja presencia en redes sociales.
- 3) Identificar las estrategias necesarias para implementar un plan de marketing idóneo.
- 4) Determinar las consecuencias de no contar con un seguimiento adecuado en el proceso de ventas.
- 5) Calcular los efectos que generan el desconocimiento del manejo de herramientas digitales en el contexto actual.

1.5. Justificación de la investigación

La creación de oportunidades de negocios, el aumento de la competitividad, la mejora de la calidad de servicio, el mejor control de ventas, mejor interacción del cliente, estos y varios puntos más son la razón por la cual el comercio electrónico se ha convertido en una herramienta fundamental para las empresas y los negocios.

“PROPUESTA DE ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA LA
EMPRESA RAMIREZDELHIERRO & ASOCIADOS UBICADO EN GUAYAQUIL A
PARTIR DEL AÑO 2024”

Teniendo en cuenta que durante el año 2020 una pandemia afectó la economía de todos los países, no habiendo previsto una situación como esta, totalmente inesperada, la mayoría de los negocios no tuvieron tiempo de cambiar estrategias, sin embargo, algunos reaccionaron a tiempo y modificaron su forma de comercializar sus bienes y servicios, y esto lo hicieron utilizando el marketing digital.

“RAMIREZdelHIERRO & asociados”, luego de 2 años de utilizar el mismo sistema de trabajo desde su creación, es decir, su método de comunicación con sus clientes era tradicional, por ejemplo, se manejaba comunicación por cartas físicas, visitas presenciales, manejo de documentos físicos, llamadas telefónicas, etc., se vio obligada por la pandemia a modificar como se había manejado por los últimos años y utilizar las herramientas digitales.

Al iniciar este cambio al mundo digital, “RAMIREZdelHIERRO & asociados”, se vio afectada ya que, al no tener un conocimiento necesario para aplicar estas herramientas, es por esto que se ve la necesidad de implementar un plan de marketing digital para poder generar presencia en redes sociales y con esto mejorar las ventas y ampliar la cartera de clientes en el año 2024.

1.6. Marco teórico

De acuerdo con Boyd y Ellison (2007), una red social se define como un servicio que permite a las personas construir perfiles públicos o semipúblicos en un sistema delimitado, mostrar una lista de otros usuarios con los que comparten conexiones y ver y navegar su lista de conexiones y las conexiones establecidas por otros en el sistema. La naturaleza y la nomenclatura de estas conexiones pueden variar de un sitio a otro. Estos

autores han desarrollado un artículo que detalla la historia de las redes sociales, desde el surgimiento del primer sitio que fue denominado como una red social, la cual fue creada en el año 1997, y se le otorgó el nombre de SixDegrees.

Según varios Autores, entre ellos Núñez (2010), BBC (2019) y Morán (2015) describen la evolución de las redes sociales más importantes desde el año 1997, que fue la primera en aparecer, hasta la actualidad:

- Sixdegrees fue la primera que apareció en la web, en el año 1997, esta fue la primera que logró crear conexiones entre usuarios. En medio de un boom de las compañías puntocom, Andrew Weinreich se reunió con unos amigos con el propósito de utilizar la poderosa herramienta del internet para iniciar un negocio y creó una especie de "directorio electrónico" que conectaba a una persona con sus conocidos y, a su vez, a estos con sus conocidos a manera de una progresión geométrica. Este enorme directorio lo llamó "Six degrees" (6 grados), este nombre lo utilizó basándose en la hipótesis del psicólogo Stanley Milgram que cada persona en el planeta estaba conectada a otra por no más de 6 vínculos.
- LiveJournal.com, fue uno de los primeros servicios de redes sociales en ofrecer blogs y diarios en línea, esta fue creada en el año 1999, por Brad Fitzpatrick con el objetivo de mantener a sus compañeros del instituto actualizados acerca de sus actividades.
- Ryce.com, esta fue la primera red social con el objetivo de agrupar a profesionales, actualmente agrupa a más de 500 mil usuarios.
- En el 2002 tuvo lugar la creación de Friendster, una red social con un sistema inteligente, esta tenía la capacidad de crear una relación de los usuarios de la red según los gustos de cada uno.
- En este mismo año salió Fotolog, una red social que se usaba principalmente para que el usuario pueda intercambiar fotografías de diversos temas.

“PROPUESTA DE ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA RAMIREZDELHIERRO & ASOCIADOS UBICADO EN GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2024”

- LinkedIn, está actualmente es la red social empresarial más grande en el mundo, fue introducida en el año 2003, fue creada con la finalidad de fomentar las relaciones empresariales, netamente esta red se maneja en el mundo de los negocios.
- En el 2003 también se crea My Space, fue la más grande en su momento, actualmente agrupa a más de 250 millones de Usuarios.
- Hi5, también creada en el 2003, fue otra de las más redes más grandes en esa época, era la más usada, llegando a tener 50 millones de cuentas activas.
- Una red social que funciona a través del servicio de compartir fotografías fue Flickr, creada en el 2004.
- Orkut, creada en el 2004, fue una red social creada por Google, la cual tuvo mayor acogida en Brasil e India.
- En este mismo año, 2004, nació Facebook, la más grande hasta la actualidad, teniendo más de 40 millones de cuentas activas y miles de usuarios nuevos a diario.
- En el 2005 nació Yahoo! 360, una red social de Yahoo!, la cual cuenta con el servicio de correo, fotos, calendario, fotos, eventos y algunas otras herramientas relacionadas.
- En el año 2006 nació Twitter con una dinámica algo similar a enviar mensajes de texto, pero la diferencia es que era público, tenía una limitación de texto, la cual era 140 caracteres, esta tuvo mucha acogida en su época y tiene la misma acogida en la actualidad.
- En el 2010 nació Instagram, una red social que básicamente era una red social para compartir fotografías, esta tenía algunas características las cuales hicieron que sea usada por millones de personas, entre esas

características estaban los filtros, marcos, configuraciones de imagen y otros.

Basado en el documento escrito por Mendoza, Ramírez y Alajo (2017) se referencia que el marketing digital ha desarrollado poco a poco estrategias de comercialización enfocándose en medios digitales, técnicas innovadoras que han permitido a varias organizaciones a tener un enfoque del marketing digital diferente al que tenían del marketing tradicional, permitiendo de esta manera trabajar en línea guardando todo esto en la nube. En el marketing digital, se permite el intercambio de información aplicando las redes sociales, utilizando las nuevas tecnologías de la información como la Web 2.0, que permite el intercambio eficiente y eficaz de toda la información necesaria para la implementación de este.

Según Jara, Avilez y Barzola (2019) El marketing digital tiene cuatro herramientas básicas para el comercio electrónico:

- Search marketing (SEM): Uso de programas de enlaces patrocinados.
- Marketing de display: estrategia que utiliza la exhibición de banners en los blogs y portales mediante la red.
- Marketing relacional: enlazamiento en las redes sociales.
- Content marketing: es la creación de contenido para su publicación en un blog o sitio web.

Herrera (2009) comenta que las redes sociales son herramientas a través de las cuales los empresarios y emprendedores grandes o pequeños, tienen acceso a una variedad de recursos que les generan beneficios tangibles e intangibles. El uso de la red social que escoja el emprendedor va ligado a el momento de su necesidad, al producto (bien o servicio) que comercializa o desea comercializar, Las redes pueden permitir al emprendedor tener un negocio a largo plazo, creando publicaciones que

generen confianza y atraigan a sus proveedores y clientes a una relación duradera basada en la confianza de que lo ofrecido se cumplirá.

Hung (2006) resalta dos tipos de redes, las interpersonales y las interorganizacionales, la primeras son la comunicación que se tiene con los contactos primarios, es decir nuestra propia lista de contactos, amigos, familia, compañeros, integrantes del club etc., las interorganizacionales se refieren a aquellos grupos de contactos formados por otras personas.

No contar con presencia en redes impide que el emprendedor pueda configurar por medio de estas, su capital social, compuesto por una reputación y relaciones que proveen información, lo cual le permitiría ejercer influencia y encontrar solidaridad en el desarrollo de su iniciativa.

Según Sánchez (2013), escritora del artículo "Gana con las redes sociales", indica que la comercialización por redes es la mina de oro con la que siempre han soñado los empresarios, solo que deben aprender a usarla, entregar información detallada y personalizada, ya que el cliente desea sentirse exclusivo y requiere un trato individual.

La única forma de crecer actualmente es tener presencia en redes, ya que el consumo de los clientes actuales está en función de lo que el empresario ofrece por medio de una comunicación clara de su producto y su preocupación en suplir las necesidades de sus consumidores, los cuales por facilidad hoy intentan hacer todo mediante redes sociales.

Westwood (2016) cualquier proyecto empresarial inicia con una planificación estratégica y está tiene como punto principal su estrategia de marketing ya que mediante ésta se da a conocer su producto o servicio.

Dentro de la estrategia se encuentra un plan de acción coordinada dónde se describe quien, hará qué, cuando, donde y como, para alcanzar los objetivos trazados.

“PROPUESTA DE ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA LA
EMPRESA RAMIREZDELHIERRO & ASOCIADOS UBICADO EN GUAYAQUIL A
PARTIR DEL AÑO 2024”

Dentro de la estrategia que se utilizará para el desarrollo del plan se considera los siguientes puntos:

- Elección de las redes a utilizar, según el cliente objetivo.
- Revisar y autorizar piezas a difundir.
- Generar estrategias de comunicación interna y externa
- Adjudicación de responsabilidades.
- Revisión de objetivos y correcciones.
- Determinar las consecuencias de no contar con un seguimiento adecuado en el proceso de ventas

Según Yirda (s.f.) la palabra proceso tiene su origen latino en el sistema verbal progresivo, derivado de pro (adelante) y cere (caída, movimiento), que significa progresar, avanzar, marchar, adelante, hacia un fin determinado. Por lo tanto, un proceso se define como una acción posterior o una acción realizada en un cierto orden, es decir, un conjunto de eventos prácticos y ordenados en el tiempo con un cierto punto o meta. Según el diccionario de la Real Academia Española, el término se define como el acto de continuar un conjunto de fenómenos naturales o etapas sucesivas de una operación artificial.

Luna (2016) sostiene que la palabra venta proviene del latín “vendita”, entendiéndose como la acción y efecto de vender (traspasar la propiedad de algo a otra persona tras el pago de un precio convenido). Este término es usado tanto para nombrar a la operación en sí misma, así como al número de bienes que se venden. La venta también es el contrato del que se transfiere una cosa propia a dominio ajeno por un valor pactado y aceptado por ambas partes.

“PROPUESTA DE ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA LA
EMPRESA RAMIREZDELHIERRO & ASOCIADOS UBICADO EN GUAYAQUIL A
PARTIR DEL AÑO 2024”

Basándose en el proyecto de Piñeiro (2006) se verán las funciones y roles, los cuales se dividen en dos grupos:

- Funciones y roles primarios:
 - Relación con los clientes/canales (satisfacción de)
 - Objetivos de venta cuantitativos y cualitativos
 - El INGRESO de la empresa depende directamente de ellos (por eso se lo renumera en proporción)
- Funciones y roles secundarios
 - Desarrollo de demanda.
 - Facilitador entre grupos de trabajo.
 - Seguimiento del entregable. (Cobranzas)

Guevara (2022) comenta y afirma que el estallido del Covid-19 sin duda creó un modelo diferente de convivencia en la sociedad, y el empresarial no es una excepción. La epidemia no solo ha obligado a las empresas a cambiar la forma de trabajar de las personas, sino también a gestionar y organizar sus organizaciones.

Ahora la respuesta a la realidad actual y situaciones similares en el futuro es el mundo digital. Hay quienes ya lo han hecho, otros se van adaptando poco a poco al mundo digital, pero todavía hay fallos y su desaparición o interrupción en este cambio afecta de manera negativa.

En un artículo escrito por Fuente (2020) en la Escuela de Negocios de la Innovación y los Emprendedores (IEBS), comenta que hay ciertas herramientas necesarias para el buen uso de un plan de marketing. La eficiencia de la comercialización está determinada por la capacidad de estos componentes para ser más productivos y tener el potencial de mejorar la calidad de la comercialización.

Hay varias herramientas que se pueden usar entre esas las siguientes:

- Redes sociales como Instagram, la cual es una red social donde, además de las fotos y videos de tu vida privada, las empresas tienen

un lugar para publicar sus historias y publicaciones sobre sus productos, esto además facilita de varias formas el ejecutar de estrategias de comercio electrónico en el territorio donde está ubicado, hasta en el extranjero. Además, es un lugar para aumentar su visibilidad y perseverancia para construir su marca.

- De acuerdo a Pierre-Claude Blaise, director de la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO), al momento de que un usuario intenta pagar un producto o servicio en una tienda en línea y la transacción no puede hacerse concreta, el 49% de los usuarios eligen otro método de pago, si lo hay, pero el 27% de ellos decide abandonar la compra.

1.7. Marco referencial

Marketing se refiere a “Conjunto de técnicas y estudios que tienen como objeto mejorar la comercialización de un producto.” (Oxford, s.f.)

Marketing digital se refiere a “Una subdivisión del marketing, pero que ha ganado tanto peso que se ha convertido en el modelo de marketing por excelencia.” (IEBS, s.f.)

Participación del mercado se refiere a “La participación de mercado es el porcentaje de las ventas de una industria que posee una empresa en particular.” (CEPYME, s.f.)

Cartera de clientes se refiere a “Conjunto de clientes habituales de una empresa.” (Oxford, s.f.)

Pandemia se refiere a “Enfermedad epidémica que se extiende a muchos países o que ataca a casi todos los individuos de una localidad o región.” (RAE, s.f.)

“PROPUESTA DE ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA RAMIREZDELHIERRO & ASOCIADOS UBICADO EN GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2024”

Redes sociales se refiere a “Comunidades formadas por diferentes usuarios y organizaciones que se relacionan entre sí en plataformas de internet.” (Economipedia, s.f.)

Comercio Electrónico se refiere a “Consiste en la compra y venta de productos o de servicios a través de internet, tales como redes sociales y otras páginas web.” (Wikipedia, s.f.)

Nube se refiere a “Los servidores a los que se accede a través de Internet, y al software y bases de datos que se ejecutan en esos servidores. Los servidores de la nube están ubicados en centros de datos por todo el mundo.” (CloudFlare, s.f.)

Capítulo 2:

Propuesta

Comercial

2.1 Descripción de la empresa, actividad

RAMIREZdelHIERRO & asociados es una empresa la cual nace en el 2012 con 30 años de experiencia, su socio principal y fundador, ha brindado Servicios profesionales en la alta gerencia en diferentes empresas y entidades, tanto nacionales como extranjeras, dirigiendo y controlando áreas como contabilidad, Sistema, Organización y Métodos, Operaciones, Ventas, Administración, Finanzas, Administración de Bienes Raíces, Crédito, Cobranza, Talento Humano, Administración de Riesgos, Procesos de Calidad y Mejoramiento Continuo, Seguros, Redes de Mercadeo.

Junto con un Equipo Multidisciplinario de Profesionales independientes de alto nivel, debidamente calificados, certificados, acreditados en sus especialidades y en alianzas con otros Profesionales brinda soluciones integrales a empresas, negocios y personas a través de los servicios de consultoría, asesoría, representación y comercialización con el fin de aliviar la carga administrativa que tiene el gerente de cualquier compañía y sus gerentes, y así ellos puedan concentrarse en el giro de su negocio.

El presente proyecto tiene como finalidad llegar a más personas y darles a conocer los servicios que brinda RAMIREZdelHIERRO & asociados, de tal manera que se pueda incrementar su cartera, con los nuevos clientes que se puedan captar y el incremento de contratación de servicios de sus actuales clientes.

2.2 Visión, misión, valores, objetivos generales y específicos. Modelo de negocios (Canvas)

Misión:

Facilitar la actividad empresarial, optimizar los recursos y minimizar riesgos, tanto en temas propios del giro de su negocio, como en otros ajenos a éste, que en ocasiones impiden al empresario y sus colaboradores, concentrar todo su contingente en la actividad principal de la empresa.

Visión:

Constituirse en la mejor opción de coadministración de pequeños y grandes negocios, a costos razonables y con la garantía de mantener estándares de calidad y servicios.

Valores:

Responsabilidad, cumplir con las tareas y obligaciones que tenemos con nuestros clientes y asociados.

Honestidad, actuar rectamente, cumpliendo nuestro deber y de acuerdo con la moral.

Respeto, tratar de manera correcta y justa a nuestro entorno.

Cortesía, ser cordial, amable y educado.

Objetivo General:

- Incrementar las ventas por medio de las redes sociales.

Objetivos Específicos:

- Incrementar las ventas un 30% anual.
- Aumentar el tráfico en redes sociales en un 15% mensual.
- Incrementar la participación del mercado en un 20% en los 3 primeros semestres.
- Llegar a los \$12,000 en ventas en los primeros 3 meses en plataformas digitales.
- Aumentar nuestra cartera de clientes en un 75% en los primeros 20 meses.

“PROPUESTA DE ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA RAMIREZDELHIERRO & ASOCIADOS UBICADO EN GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2024”

Modelo de Negocios:

Aliados clave	Actividades clave	Propuesta de valor	Relación con el cliente	Segmentos de clientes
Asociados Proveedor de internet Proveedor de dominio	Asesoría Consultoría Representación Promoción en redes	Asesoría fundamentalmente en seguros y bienes raíces con atención personalizada y oportuna con la finalidad de ahorrar tiempo y dinero de sus clientes debido a una toma de decisión bien analizada por parte de sus asesores, creando clientes recurrentes que generan fidelidad.	Promociones Publicidad Relación directa con visita Vía telefónica Redes sociales	Hombres y mujeres Casados Entre 25 - 40 años De la ciudad de guayaquil De clase media, media alta Con poder adquisitivo medio-alto Empresas
	Recursos clave Software de diseño Equipos Licencias de software		Canales Redes sociales Llamadas telefónicas Oficina E-mail	
Estructura de Costes Pago a community manager Pago area de marketing Pago de licencias Pago de publicidad Servicios básicos		Estructura de Ingresos Asesoría y consultoría Comisión por ventas		

Ilustración No. 2 Canvas
Elaborado por: Fabrizio Ramirez Del Hierro

1) Propuesta de valor

La propuesta de valor de RAMIREZdeHIERRO & asociados de atención personalizada y oportuna al cliente busca crear confianza en la resolución de problemas, ya que se atienden inquietudes propias del consumidor y no recibe respuestas de mensajes pregrabados donde se resuelven problemas generales.

2) Segmento de cliente

El público que se busca estará enfocado principalmente en hombres y mujeres, entre 25-40 años, de clase media – alta, con un poder

adquisitivo alto que busquen un servicio personalizado de asesoría para una empresa o algún tema personal

3) Canales de comunicación/distribución

Se buscará llegar al público objetivo mediante algunos canales, los cuales son redes sociales, llamadas telefónica, oficina y e-mail, estas servirán para cualquier necesidad que se busque y al mismo tiempo para la promoción de nuestros servicios.

4) Relación con el cliente

La relación con el cliente será directa y virtual, se manejarán campañas en redes, atención personalizada y seguimiento a los requerimientos de cada uno.

5) Fuentes de ingreso

El ingreso se generará gracias a los servicios de asesoría y consultoría, además de comisiones generadas por ventas.

6) Recursos clave

Las herramientas clave necesarias para poder trabajar serán las digitales, estas servirán para satisfacer las necesidades generales, tanto de la empresa como la del cliente.

7) Actividades clave

Principalmente será la revisión constante de los potenciales clientes que ingresan al establecimiento, creando un servicio de seguimiento para la consecución de la venta.

8) Aliados clave

Nuestros aliados claves serán nuestros asociados, principalmente, ellos son los que cumplen con los requisitos de los clientes, como secundarios, son los proveedores de servicios.

9) Estructura de costos

Analizando los costos necesarios para implementar el proyecto, empezamos con los gastos en servicios básicos y salarios, también en compras de licencias de programas y de servicios.

2.3 Estrategia genérica, ventajas competitivas

2.3.1 Ventaja Estratégica

Estrategia genérica: diferenciación

RAMIREZdelHIERRO & asociados opera en el área de consultoría, especialmente en el área de bienes raíces y seguros, además presta asesoría a sus clientes en distintas áreas resolviendo la necesidad que tiene el cliente y además todos los inconvenientes que se generan en su entorno, es así que si el cliente desea una propiedad para instalar su negocio RAMIREZdelHIERRO & asociados puede asesorar y resolver todo lo concerniente a permisos, seguros, nómina, etc. para que el cliente pueda concentrarse en su proyecto y giro de negocio. Este conocimiento multidisciplinario conlleva para el cliente la tranquilidad de resolver todos los asuntos con una sola entidad, diferenciándose de la competencia que presta asesoría de manera específica.

2.3.2 Ventaja Competitivas

- **Atención al cliente**

Gracias a las herramientas actuales estará constantemente en comunicación con el cliente para brindar asesoría y respuestas a sus preguntas del día a día, este contacto les ayudará a crear la empatía necesaria con el cliente al conocer sus necesidades, sus gustos y muchas cosas, inclusive personales que sirven para saber de qué manera retroalimentarlo y cumplir con sus expectativas.

- **Ahorro de recursos**

RAMIREZdelHIERRO & asociados se encarga de revisar y analizar el entorno de su cliente para saber exactamente el servicio que este necesita, teniendo en cuenta que muchos clientes pueden tener el mismo requerimiento, pero la respuesta o el servicio se debe entregar de manera personalizada, ya que de acuerdo al giro de negocio puede cambiar el tipo de servicio, la idea es facilitar la toma de decisión en base a los datos presentados, generando ahorro de tiempo y dinero para la entidad.

- **Fidelización de clientes**

RAMIREZdelHIERRO & asociados desea aumentar su cartera de clientes que puedan hacer uso de sus bienes y servicios, así mismo con su estrategia de atención personalizada y de resolución de problemas de manera ágil, creará la fidelización de sus clientes ya

“PROPUESTA DE ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA RAMIREZDELHIERRO & ASOCIADOS UBICADO EN GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2024”

captados, el objetivo de atraer clientes por medio de redes sociales no es solo incrementar su cartera, sino, el de dar el mismo trato a nuevos clientes de tal manera que estos se sientan a gusto y se logre cumplir sus objetivos para que de esta manera usen los servicios permanentemente.

2.4 Estructura organizacional: organigrama

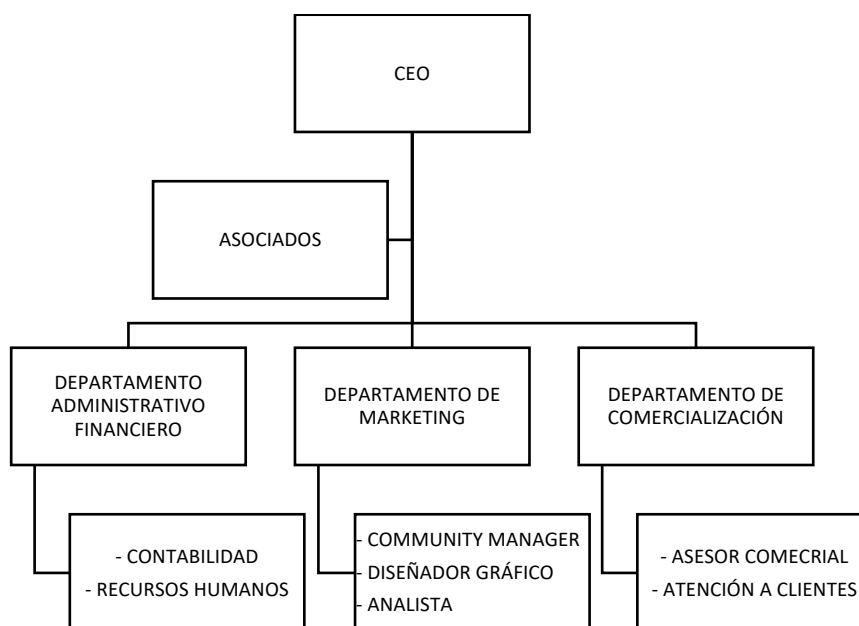


Ilustración No. 3 Estructura Organizacional
Elaborado por: Fabrizio Ramirez Del Hierro

2.5 Plan de marketing

2.5.1 Contexto general del mercado: factores clave y tamaño

Hoy en día, el Outsourcing o tercerización, parece haberse vuelto la regla de los negocios internacionales según una encuesta realizada por la consultora Bain and company el 82% de las grandes empresas en Europa Asia y América del Norte tiene algún tipo de acuerdo de tercerización y outsourcing y específicamente el 51% de ellas terceriza través de una

organización totalmente diferente en otro país, lo que se conoce como offshore outsourcing.

La modalidad de Outsourcing puede ser acreditada al economista Ronald Coase quién en 1937 publicó un trabajo sobre esta forma de organización empresarial, sin embargo, el fenómeno adquirió cierta masividad a mediados del siglo 20.

El modelo de outsourcing surge como alternativa en los 80s, este modelo permitía a las compañías concentrarse en lo que es su especialidad, dejando a terceras actividades que desviaban su atención del giro central de su negocio, brindando a las compañías que se encargaban de este tipo de actividad, un negocio rentable y de gran demanda.

En el año 2004, en el Ecuador se establecieron las reglas para la tercerización laboral que era la más común de las actividades contratadas por las compañías, en mayo del 2008 se creó el mandato constituyente 8 donde se elimina y prohíbe la tercerización lo cual termina con este modelo outsourcing de contratación de personal.

Sin embargo, en la modalidad del outsourcing en cuanto a áreas de la empresa que no correspondía al giro de su negocio continúa siendo parte de esta contratación externa es así que nace Ramírez del Hierro fruto de la experiencia de sus socios en diferentes áreas administrativas para atender a un mercado que en ese entonces no era muy atendido.

2.5.2 Perfil del cliente: quién es, dónde está, cómo consume

En el Ecuador las áreas de las compañías que requieren un trabajo de outsourcing principalmente son las de nómina y contabilidad e impuestos, esto se da porque lamentablemente las normas y leyes se reforman y cambian constantemente lo cual mantiene ocupado al empresario en otros asuntos que no tienen que ver con el giro de su negocio, además, por la falta de experiencia y de amplio conocimiento de las normativas, lo hacen originar gastos por multas y moras de requisitos no cumplidos, entrando en gastos innecesarios de tiempo y dinero.

El espectro de clientes de RAMIREZdelHIERRO & asociados, es muy amplio, ya que tiene dentro de su cartera al pequeño emprendedor que necesita asesoría en la mayoría de temas legales, administrativos y comerciales y a la empresa que necesita asesoría en la contratación de locales para su expansión, la ventaja de trabajar con asociados es que se cuenta con profesionales expertos en todas las áreas sin que formen parte de su nómina, por medio de alianzas estratégicas.

Con el plan de marketing que se implementará, RAMIREZdelHIERRO & asociados desea llegar sobre todo al cliente joven, emprendedor, que, por no tener conocimiento en todas las aristas de cualquier negocio, no cumple sus expectativas, fracasa y peor aún no se atreve a emprender, queremos convertirnos en el respaldo que ellos necesitan.

2.5.3 Estrategia de producto

RAMIREZdelHIERRO & asociados basa su servicio en cuatro ejes principales, la Asesoría, Consultoría, Representación y Comercialización, de bienes y servicios.

Asesoría

Según la RAE, la asesoría es un servicio profesional de información y consejo en materia especializada, RAMIREZdelHIERRO & asociados, hace el seguimiento a las labores de su cliente ayudándolo en la toma de decisiones en diferentes áreas de su actividad, logrando como consecuencia la mejora económica en su negocio, por medio del ahorro de tiempo y dinero.

Consultoría

En caso de que el cliente necesite un trabajo especial sobre el cual va a tomar una decisión o desea regular algún proceso, RAMIREZdelHIERRO & asociados ofrece su consultoría, la misma que es temporal y sobre algo específico, al finalizar, entrega su informe a la gerencia con sus conclusiones y recomendaciones.

Representación

Dentro de sus productos, RAMIREZdelHIERRO & asociados ofrece la representación de compañías y personas que se encuentran dentro y fuera del país, actuando por cuenta de ellos en la compra, venta y alquiler de sus productos y servicios, además de los productos y servicios que ellos deseen adquirir.

Comercialización

RAMIREZdelHIERRO & asociados actúa directamente en la parte comercial de bienes y servicios, realizando la intermediación en la compra y venta de todos los productos que sus clientes requieren y entregan para su comercialización en diferentes líneas de negocios, siendo los dos puntales principales Bienes Raíces y Seguros.

2.5.4 Estrategia de precio

RAMIREZdelHIERRO & asociados ofrece un amplio número de servicios, es por esto que los precios establecidos son en base a los precios del mercado y en las actividades que no realizan directamente, los precios son establecidos por los asociados que realizan la actividad, muchas de estas listas de precios están reguladas ya por entidades gubernamentales.

Además, hay que tener en cuenta que, si bien es cierto, el contratar estos servicios generan gastos en la empresa, sin embargo, el resultado al adquirir nuestros servicios además de generar ahorro de tiempo y de dinero, recibirán un trabajo personalizado, correcto y eficaz.

2.5.5 Estrategia de distribución

Debido a que la aspiración de todas las personas, es la de ser atendidos con eficiencia y cordialidad, el nuevo plan de marketing será la base para cumplir con la aspiración de RAMIREZdelHIERRO & asociados de ampliar su cartera, ya que, por medio de la presentación de casos manejados y testimoniales de los clientes actuales, además de propagandas de todos los bienes y servicios que puede brindar, se va a dar a conocer como el prestador de servicios y bienes que desearían contratar.

Los canales a utilizar para publicar todas las actividades que realiza RAMIREZdelHIERRO & asociados son:

- Redes sociales, enviando contenido moderno, fresco y muy testimonial.
- Página Web, mediante las diferentes comunicaciones y promociones, llevaremos al cliente a visitar nuestra página web para que conozca todo acerca de RAMIREZdelHIERRO & asociados.
 - Correos masivos, dirigidos por segmento de profesionales o actividades.
 - Volantes y comunicaciones repartidas en ubicaciones específicas según producto a promocionar.

Al ser una empresa que ofrece un servicio y no producto se limita a la distribución física, pero nuestro canal de distribución principal es de forma digital, es por esto que se busca posicionar la marca en línea, ya que al no tener presencia en redes sociales y en la web nos crea una barrera para la comercialización.

2.5.6 Estrategia de promoción

La promoción que será usada para RAMIREZdelHIERRO & asociados serán principalmente por medios digitales, como redes sociales y pagina web, se implementará una nueva forma de marketing digital pagada, la cual facilitará el trabajo de hallar el público que busca los servicios que ofrecemos gracias a la base de datos que tienen las redes sociales registradas.

“PROPUESTA DE ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA LA
EMPRESA RAMIREZDELHIERRO & ASOCIADOS UBICADO EN GUAYAQUIL A
PARTIR DEL AÑO 2024”

Se implementarán planes de recompensas para los clientes que ya tengan un servicio adquirido por la empresa, ofreciendo premios, ya sean en descuentos en servicios ofrecidos, productos adicionales a la marca, incentivos monetarios y otros, dependiendo de los varios factores, entre ellos, el tiempo de contrato, valor final del contrato, cantidad de servicios adquiridos, entre otros.

Para innovar en el ámbito general se ofrecerá beneficios exclusivos para todos los clientes y potenciales clientes que contraten los servicios de RAMIREZdelHIERRO & asociados de forma netamente digital en nuestras redes y sitio web.

Además, basándonos en los presupuestos dados por el departamento financiero se buscará financiar una campaña de publicidad la cual tendrá el objetivo de que el número de visitas en nuestras redes sociales y página web suban en los siguientes meses, así teniendo mayor número ventas.

2.5.7 Estrategia de personas

El recurso humano es muy importante para RAMIREZdelHIERRO & asociados, ya que debido a que el servicio es su activo más importante, considera que las personas que presten su contingente deben estar alineados con su misión y visión y sobre todo sentirse parte de la firma, como una sola familia que va hacia una misma dirección, esto se conseguirá si se pone a la persona adecuada en el sitio adecuado.

Las personas que conforman la nómina son:

Dos Asesores-Socios que, por su trayectoria profesional a nivel gerencial, conocen diferentes áreas de las compañías, por lo que cuentan con un amplio conocimiento de funciones y procesos para prestar asesoría a sus clientes.

Un Socio Comercial, que es el apoyo de los socios y tiene conocimiento de las dos actividades principales, además es quien hace el enlace entre cliente y el prestador de servicio o comprador/vendedor del producto.

Asesores asociados, Son los especialistas en cada una de las actividades que RAMIREZdelHIERRO & asociados presta servicio a sus clientes, si bien es cierto no son contratados bajo relación de dependencia, deben estar alineados a nuestros valores ya que en muchas de las ocasiones tienen que hacer contacto directo con los clientes.

Asistentes y otros, todas las demás personas que se contratan en RAMIREZdelHIERRO & asociados, se desempeñan como soporte a las gestiones que se realizan con los clientes, dando seguimiento, haciendo presentaciones, manejando agenda de citas, etc., igualmente alineadas a la misión y visión de la firma.

2.5.8 Procesos

Debido a que RAMIREZdelHIERRO & asociados maneja varios productos y procesos, vamos a describir procesos básicos de venta/asesoría, manejados directamente por los socios:

“PROPUESTA DE ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA RAMIREZDELHIERRO & ASOCIADOS UBICADO EN GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2024”

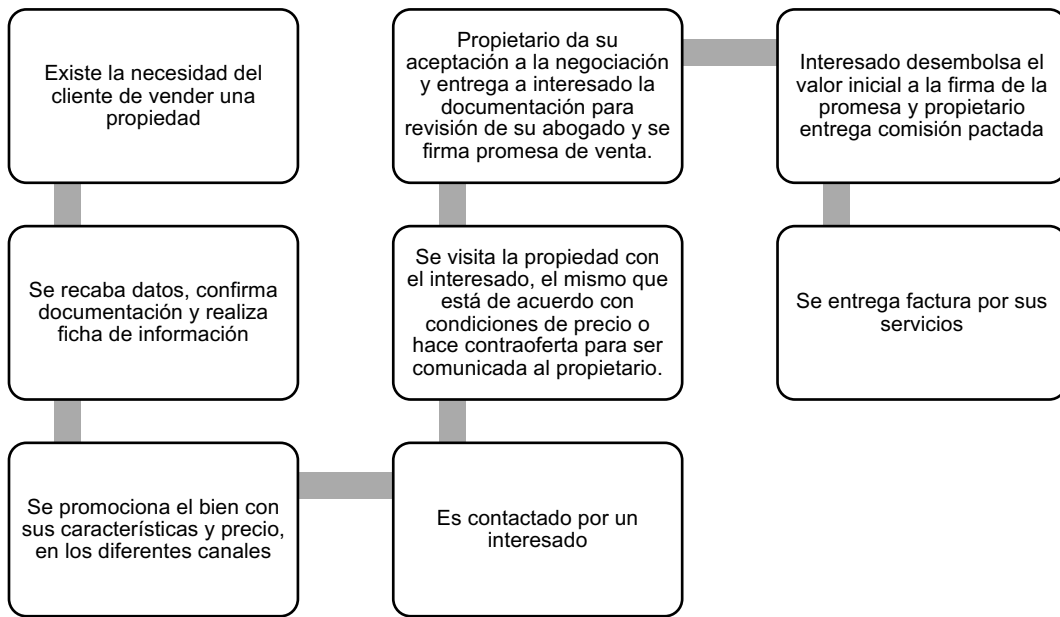


Ilustración No. 4 Flujograma Asesoría y venta de Bienes Raíces
Elaborado por: Fabrizio Ramirez Del Hierro

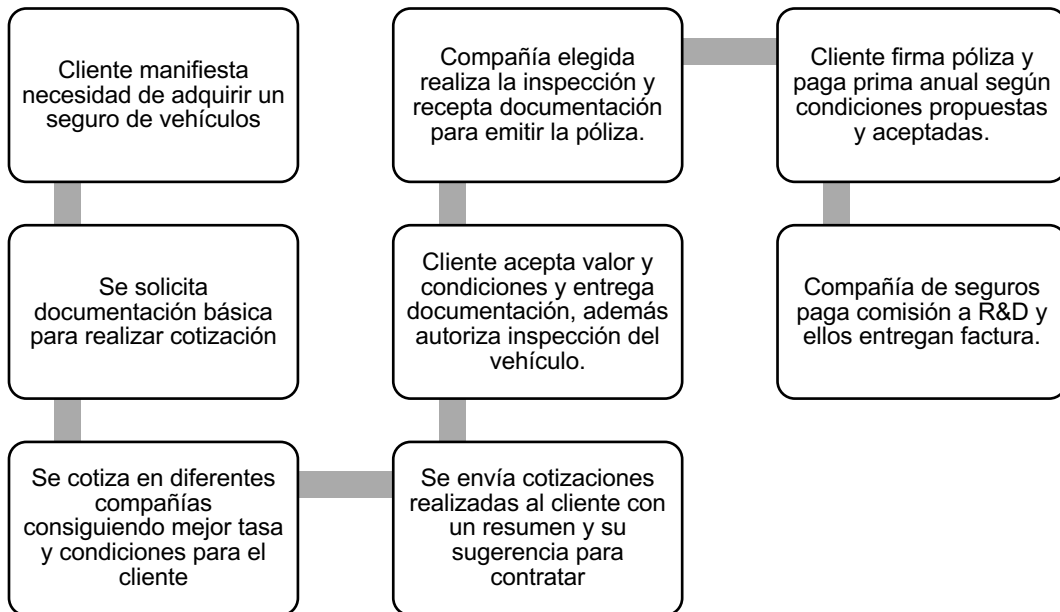


Ilustración No. 5 Flujograma Asesoría y venta de Seguros (Vehículos)
Elaborado por: Fabrizio Ramirez Del Hierro

2.5.9 Estrategia de evidencia física

Iniciando con la imagen de RAMIREZdelHIERRO & asociados, se ha trabajado un logo con un estilo clásico y sobrio, basándose en las primeras letras, R, D y H, las cuales han sido extraídas de los apellidos de los socios fundadores Ramirez y Del Hierro.



Ilustración No. 6 Logo RAMIREZdelHIERRO & asociados
Elaborado por: Fabrizio Ramirez Del Hierro

Según EINATEC, una empresa dedicada a la asesoría de imagen de empresas y otros, comentan la importancia de los colores de la imagen corporativa, “Al momento de crear el diseño de la imagen corporativa es vital prestar más atención a la psicología del color que a lo decorativo, pues el éxito de nuestra comunicación visual depende, en gran parte, del color, el tono y las combinaciones que se elijan.”

Es por esto que la paleta de colores elegida es bastante básica, pero con significados profundos ya que consta con 3 colores que generan formalidad, eficiencia (Conchevino), seriedad, elegancia (Negro), honestidad y transparencia (Blanco).

“PROPUESTA DE ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA LA
EMPRESA RAMIREZDELHIERRO & ASOCIADOS UBICADO EN GUAYAQUIL A
PARTIR DEL AÑO 2024”

RAMIREZdelHIERRO & asociados actualmente cumple con 35 años de creación y actualmente se está trabajando con un logo renovado para celebrarlo, este logro se mantendrá lo que resta del año por lo tanto será usado en nuestro plan de márketing que se va a implementar.



Ilustración No. 7 Logo RAMIREZdelHIERRO & asociados 35 Años
Elaborado por: Fabrizio Ramirez Del Hierro

“PROPUESTA DE ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA RAMIREZDELHIERRO & ASOCIADOS UBICADO EN GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2024”

2.6 Plan de acción para el logro de los objetivos.

**Tabla 1
Plan de Acción #1**

Incrementar las ventas un 30% anual.						
MEDIOS (estrategias)	RESULTADO ESPERADO	EQUIPO	FECHA		RECURSOS	INDICADOR DE GESTIÓN
			INICIO	FIN		
HACER ANUNCIO EN WEB	IMPULSAR LAS VENTAS	DM	01/01/2024	01/02/2024	DINERO, TIEMPO, REDES SOCIALES, LICENCIAS DIGITALES	% INCREMENTO DE VISITA, # RESPUESTAS
CREAR PLAN DE RECOMPENSAS	MOTIVAR A CLIENTES	DC	01/01/2024	01/01/2024	DINERO, TIEMPO, REDES SOCIALES, BIENES	# DE VENTAS CERRADAS, \$ VENDIDOS, % INCREMENTO EN VENTAS
DAR GIVEAWAYS A CONSUMIDORES	MOTIVAR AL CONSUMIDOR	DC	01/01/2024	01/12/2024	DINERO, TIEMPO, REDES SOCIALES, BIENES	# DE VENTAS CERRADAS, \$ VENDIDOS, % INCREMENTO EN VENTAS
CREAR CATALOGO DIGITAL	GENERAR VENTAS	DV	01/01/2024	01/03/2024	TIEMPO, DINERO, ASESORIA	# DE VENTAS CERRADAS, \$ VENDIDOS, # PROGRAMAS, % INCREMENTO EN VENTAS
CAPACITACIÓN DE VENTAS ONLINE	MEJORAR SERVICIO	DAF/DC	01/12/2023	01/03/2024	TIEMPO, DINERO, TERCERIZACIÓN, BIENES	# DE PERSONAS CAPACITADAS, % INCREMENTO EN VENTAS, # DE VENTAS CERRADAS

Tabla No. 1 Plan de Acción #1
Elaborado por: Fabrizio Ramirez Del Hierro

“PROPUESTA DE ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA RAMIREZDELHIERRO & ASOCIADOS UBICADO EN GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2024”

**Tabla 2
Plan de Acción #2**

Aumentar el tráfico en redes sociales en un 15% mensual.						
MEDIOS (estrategias) ¿Cómo?	RESULTADO ESPERADO ¿Por qué o para qué?	EQUIPO	F E C H A		RECURSOS	INDICADOR DE GESTIÓN ¿Cómo vamos a medir?
			INICIO	FIN		
HACER ANUNCIO EN WEB	IMPULSAR LAS VENTAS	DM	01/01/2024	01/04/2024	DINERO, TIEMPO, REDES SOCIALES, LICENCIAS DIGITALES	% INCREMENTO DE VISITA, # RESPUESTAS, # NUEVOS CLIENTES
IMPLEMENTAR PLAN DE MARKETING DIGITAL	TENER ORDEN Y CONTENIDO DIARIO	DM	01/01/2024	01/02/2024	DINERO, TIEMPO, REDES SOCIALES, BIENES, EQUIPO	# DE VENTAS CERRADAS, \$ VENDIDOS, % INCREMENTO EN VENTAS, # RESPUESTAS, # NUEVOS CLIENTES
ALIANZA CON INFLUENCERS	GENERAR VENTAS	DM	01/01/2024	01/02/2024	DINERO, TIEMPO, REDES SOCIALES, BIENES	# DE VENTAS CERRADAS, \$ VENDIDOS, % INCREMENTO EN VENTAS, # RESPUESTAS, # NUEVOS CLIENTES
ACTUALIZACIÓN DE DATOS	LLEVAR UN REGISTRO	DM/DAF	01/01/2023	01/02/2024	TIEMPO, DINERO, EQUIPO	# DE CLIENTES, % DE VENTAS
CREACIÓN DE PORTAL PARA CLIENTES	MEJORAR SERVICIO AL CLIENTE	DM	01/01/2023	01/06/2023	TIEMPO, DINERO, TERCERIZACIÓN	# DE CLIENTES, % DE VENTAS, % DE SATISFACCION

Tabla No. 2 Plan de Acción #2
Elaborado por: Fabrizio Ramirez Del Hierro

**Tabla 3
Plan de Acción #3**

Incrementar la participación del mercado en un 20% en los 3 primeros semestres.						
MEDIOS (estrategias)	RESULTADO ESPERADO	EQUIPO	FECHA		RECURSOS	INDICADOR DE GESTIÓN
			INICIO	FIN		
HACER UN PLAN DE FIDELIZACIÓN	MOTIVAR AL CLIENTE	DM/DC	01/02/2024	01/08/2024	DINERO, TIEMPO, REDES SOCIALES, BIENES	% INCREMENTO DE VISITA, # RESPUESTAS
LANZAR NUEVOS PRODUCTOS	MOTIVAR AL CLIENTE	DC	01/02/2024	01/08/2024	DINERO, TIEMPO, REDES SOCIALES, BIENES, PAGINA WEB, TERCEROS	% INCREMENTO EN VISITAS, # RESPUESTAS, \$ VENDIDOS
CREAR PROMOCIONES	GENERAR VENTAS	DAF/DC	01/02/2024	01/08/2024	TIEMPO, DINERO, TERCEROS, BIENES, REDES SOCIALES, PAGINA WEB	% INCREMENTO EN VISITAS, # DE VENTAS CERRADAS
IMPLEMENTAR PLAN PARA NUEVOS CLIENTES	MOTIVAR AL CONSUMIDOR	DC/DM/DAF	01/02/2024	01/08/2024	TIEMPO, DINERO, REDES SOCIALES, BIENES, TERCEROS	% INCREMENTO EN VISITAS, # RESPUESTAS, # DE CLIENTES NUEVOS
IMPLEMENTAR PLAN DE REFERIDOS	MOTIVAR AL CLIENTE	DC/DM/DAF	01/02/2024	01/08/2024	TIEMPO, DINERO, ASESORIA, BIENES	% INCREMENTO DE VENTAS, # PROGRAMAS, \$ VENDIDO, # DE VENTAS CERRADAS

Tabla No. 3 Plan de Acción #3
Elaborado por: Fabrizio Ramirez Del Hierro

“PROPUESTA DE ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA RAMIREZDELHIERRO & ASOCIADOS UBICADO EN GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2024”

Tabla 4

Plan de Acción #4

Llegar a los \$12,000.00 en ventas en los primeros 3 meses en plataformas digitales.						
MEDIOS (estrategias)	RESULTADO ESPERADO	EQUIPO	FECHA		RECURSOS	INDICADOR DE GESTIÓN
			INICIO	FIN		
REALIZAR UN ESTUDIO DE MERCADO	ANALIZAR EL MERCADO	DC	01/02/2024	01/03/2024	TIEMPO, DINERO, TERCERIZACIÓN	# DE CLIENTES NUEVOS, % INCREMENTO DE VENTAS
REALIZAR UN ANÁLISIS DE BENCHMARKING	ANALIZAR LOS COMPETIDORES	DC/DAF	01/02/2024	01/03/2024	TIEMPO, DINERO, TERCERIZACIÓN	# DE CLIENTES NUEVOS, % INCREMENTO DE VENTAS
REALIZAR ENCUESTAS A CLIENTES	CONOCER A NUESTROS CONSUMIDORES	DM/DC	01/04/2024	01/08/2024	TIEMPO, DINERO, BIENES	% DE SATISFACCIÓN, # DE CLIENTES SATISFECHOS
CREAR UN BUZÓN DE SUGERENCIAS	CONOCER A NUESTROS CONSUMIDORES	DM/DC	01/01/2024	01/12/2024	TIEMPO, DINERO, BIENES	% DE SATISFACCIÓN, # DE CLIENTES SATISFECHOS
IMPLEMENTAR PLAN PARA AMPLIAR NUESTRO PUBLICO OBJETIVO	CRECER EN EL MERCADO	DC/DAF	01/02/2024	01/03/2024	TIEMPO, DINERO, ASESORIA, REDES SOCIALES	# DE CLIENTES NUEVOS, % INCREMENTO DE VENTAS

Tabla No. 4 Plan de Acción #4
Elaborado por: Fabrizio Ramirez Del Hierro

Tabla 5

Plan de Acción #5

Aumentar nuestra cartera de clientes en un 75% en los primeros 20 meses.						
MEDIOS (estrategias)	RESULTADO ESPERADO	EQUIPO	FECHA		RECURSOS	INDICADOR DE GESTIÓN
			INICIO	FIN		
CREAR TIENDA DIGITAL	MEJORAR SERVICIO	DC/DAF	01/02/2024	01/03/2024	TIEMPO, DINERO, PAGINA WEB, REDES SOCIALES	% INCREMENTO DE VISITAS, # DE RESPUESTAS, # DE PRODUCTOS
CREAR PLAN DE ANUNCIOS WEB	IMPULSAR VENTAS	DM	01/02/2024	INDEFINIDO	DINERO, TIEMPO, REDES SOCIALES, LICENCIAS DIGITALES, PAGINA WEB	% INCREMENTO DE VISITAS, # DE RESPUESTAS, \$ VENDIDOS
IMPLEMENTAR FORMA DE PAGO EN LINEA	FACILITAR GESTIÓN DE PAGO EN LINEA AL CLIENTE	DAF	01/02/2024	01/02/2024	TERCERIZACIÓN, TIEMPO, PAGINA WEB	# DE VENTAS CERRADAS, \$ VENDIDO, \$ DE INCREMENTO DE VENTAS
IMPLEMENTAR ROTACIÓN DE PRODUCTOS	MOTIVAR A CLIENTES	DM/DC	01/02/2024	INDEFINIDO	DINERO, TIEMPO, REDES SOCIALES, BIENES	# DE VENTAS CERRADAS, % INCREMENTO DE VISITAS, # DE PRODUCTOS
CREAR OFERTAS DIGITALES	MOTIVAR AL CONSUMIDOR	DM/DC /DAF	01/02/2024	INDEFINIDO	DINERO, TIEMPO, REDES SOCIALES, BIENES	# DE VENTAS CERRADAS, \$ VENDIDO, % DE INCREMENTO DE VENTAS

Tabla No. 5 Plan de Acción #5
Elaborado por: Fabrizio Ramirez Del Hierro

Capítulo 3: Análisis Financiero del Proyecto.

3.1 Supuestos Financieros

Debido a que el proyecto está formulado para desarrollarse en los próximos 5 años detallamos en el cuadro a continuación los incrementos de los gastos que para llevarlo a cabo deberíamos incurrir.

Considerando que en 2024 el salario básico sería de \$450,00 y que de acuerdo a la proyección del gobierno actual este incrementará \$25,00 hasta llegar a los \$500,00 contaríamos con el 2024 con un básico de \$475,00 y en el 2025 de \$500,00 y para efectos de proyección continuaríamos por los siguientes 2 años con el mismo incremento de los \$25,00 anuales.

A parte del incremento obligatorio dispuesto por el gobierno se incrementará el 5% anual al sueldo básico establecido anual.

Debido a que vamos a manejar una campaña permanente, asumimos que vamos a captar el mismo número de clientes año a año, consideramos un 2% de incremento anual.

Finalmente, en el comportamiento de los gastos, se proyecta un incremento del 10% anual basándonos por incremento de actividad de seguimiento de los clientes que se capta en cada año en el valor base por los siguientes 5 años.

Tabla 6
Supuestos Financieros

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inflación proyectada					
Salarios básicos proyectados	450,00	475,00	500,00	525,00	550,00
Incremento anual de sueldos	0%	5%	5%	5%	5%
Comportamiento de la demanda esperada		2%	2%	2%	2%
Comportamiento de los gastos		10%	10%	10%	10%

Fuente: Investigación de Mercados
Realizado por: Fabrizio Ramirez

3.2 Inversión del Proyecto

Según lo planificado en cuanto a la operatividad, se requiere una inversión total de \$12.997,00, los cuales se distribuyen de la siguiente manera: \$10.000,00 para gastos operativos, es decir compra de dominios, cuotas de pago por presencia en redes, impresiones de insertos, volantes, etc. Se tiene previsto en la inversión un monto adicional para la compra de 3 equipos de oficina, siendo estos un celular, un iPad y una computadora, estos 3 activos tendrán un costo de \$2.997,00.

Tabla 7

Lista de Inversión

DESCRIPCIÓN	TIPO DE ACTIVO	UNIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL
CAPITAL DE TRABAJO	1. ACTIVO CORRIENTE	1	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00		
CELULAR	EQUIPO DE OFICINA	1	\$ 999,00	\$ 999,00	3	\$ 333,00
IPAD	EQUIPO DE OFICINA	1	\$ 499,00	\$ 499,00	5	\$ 99,80
COMPUTADORA	EQUIPO DE OFICINA	1	\$ 700,00	\$ 1.499,00	5	\$ 299,80
INVERSIÓN TOTAL				\$ 12.997,00		\$ 732,60

Fuente: Investigación de Mercados
Realizado por: Fabrizio Ramirez

3.3 Financiamiento del Proyecto

Para el financiamiento del proyecto, que son \$12.997,00, se ha establecido obtener los fondos mediante 2 canales, el primero será por aportes propios, teniendo una inversión de \$7.997,00 y el segundo será por aportes de terceros, en este caso se obtendrán \$5,000.00 con el Banco Pichincha, los cuales tendrán un plazo de pago de 5 años y tendrán una tasa de interés del 12.80%.

Tabla 8

Financiamiento

Financiamiento	Valor	%
Aportes propios	\$7.997,00	61,53%
Aportes de terceros (Bancos)	\$5.000,00	38,47%
Total financiamiento		
Tasa a pagar	12,80%	
Plazo de deuda (años)	5	

Fuente: Investigación de Mercados
Realizado por: Fabrizio Ramirez

3.4 Proyecciones de Sueldos

En vista de que, este es un plan de Marketing diseñado para que se ejecute dentro de las instalaciones, con los recursos y tiempo del personal actual de RAMIREZdelHIERRO & asociados, no se ve la necesidad de contratar empleados.

3.5 Demanda Esperada Anual

En la tabla de demanda esperada, la cual se ha sido proyectada para los siguientes 5 años, se han tomado datos de los años anteriores para que los datos estén lo más cercanos a la realidad posible. En el anexo 1 podremos ver de manera más detallada las proyecciones, se podrán ver lo esperado mes a mes.

Tabla 9

Demanda Esperada

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Venta Casa	4	6	6	8	12
Alquiler Casa	2	4	6	6	6
Venta Villa	4	4	6	8	12
Alquiler Villa	3	3	3	6	6
Venta Departamento	5	5	6	6	6
Alquiler Departamento	6	6	6	6	6
Venta Finca	1	1	1	2	2
Alquiler Finca	1	1	1	2	2
Seguro de Vida	4	4	4	12	12
Seguro de Salud	8	11	16	16	16
Seguro de Vehiculo	6	6	12	12	12
Seguro Incendio	1	1	1	2	2
	45	52	68	86	94

Fuente: Investigación de Mercados
Realizado por: Fabrizio Ramirez

3.6 Proyecciones de Ventas

En la proyección de ventas, la tabla No. 5 que se encuentra a continuación, se observa que los valores incrementan en un 2% anual, lo cual no está tan alejado a la realidad, las propiedades tienen un incremento continuo en los últimos años.

“PROPUESTA DE ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA LA
EMPRESA RAMIREZDELHIERRO & ASOCIADOS UBICADO EN GUAYAQUIL A
PARTIR DEL AÑO 2024”

Tabla 10

Proyecciones de venta

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Venta Casa	160.000,00	163.200,00	166.464,00	169.793,28	173.189,15
Alquiler Casa	1.000,00	1.020,00	1.040,40	1.061,21	1.082,43
Venta Villa	60.000,00	61.200,00	62.424,00	63.672,48	64.945,93
Alquiler Villa	520,00	530,40	541,01	551,83	562,86
Venta Departamento	80.000,00	81.600,00	83.232,00	84.896,64	86.594,57
Alquiler Departamento	450,00	459,00	468,18	477,54	487,09
Venta Finca	450.000,00	459.000,00	468.180,00	477.543,60	487.094,47
Alquiler Finca	3.900,00	3.978,00	4.057,56	4.138,71	4.221,49
Seguro de Vida	100.000,00	102.000,00	104.040,00	106.120,80	108.243,22
Seguro de Salud	30.000,00	30.600,00	31.212,00	31.836,24	32.472,96
Seguro de Vehiculo	880,00	897,60	915,55	933,86	952,54
Seguro Incendio	430,00	438,60	447,37	456,32	465,45

Fuente: Investigación de Mercados
Realizado por: Fabrizio Ramirez

Con los datos obtenidos en la tabla No. 4 y la tabla No. 5 se puede calcular un aproximado de las ventas totales estimadas para los próximos 5 años, para el primer año se calcula generar \$2.385.870,00 en ventas, en el segundo año \$2.853.827,40, en el tercer año \$3.282.618,06, en el cuarto año \$5.147.962,46 y en el quinto año \$6.203.462,01. Estos valores se encuentran a continuación.

“PROPUESTA DE ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA LA
EMPRESA RAMIREZDELHIERRO & ASOCIADOS UBICADO EN GUAYAQUIL A
PARTIR DEL AÑO 2024”

Tabla 11

Ventas totales

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Venta Casa	640.000,00	979.200,00	998.784,00	1.358.346,24	2.078.269,75
Alquiler Casa	2.000,00	4.080,00	6.242,40	6.367,25	6.494,59
Venta Villa	240.000,00	244.800,00	374.544,00	509.379,84	779.351,16
Alquiler Villa	1.560,00	1.591,20	1.623,02	3.310,97	3.377,19
Venta Departamento	400.000,00	408.000,00	499.392,00	509.379,84	519.567,44
Alquiler Departamento	2.700,00	2.754,00	2.809,08	2.865,26	2.922,57
Venta Finca	450.000,00	459.000,00	468.180,00	955.087,20	974.188,94
Alquiler Finca	3.900,00	3.978,00	4.057,56	8.277,42	8.442,97
Seguro de Vida	400.000,00	408.000,00	416.160,00	1.273.449,60	1.298.918,59
Seguro de Salud	240.000,00	336.600,00	499.392,00	509.379,84	519.567,44
Seguro de Vehiculo	5.280,00	5.385,60	10.986,62	11.206,36	11.430,48
Seguro Incendio	430,00	438,60	447,37	912,64	930,89
TOTAL	2.385.870,00	2.853.827,40	3.282.618,06	5.147.962,46	6.203.462,01

Fuente: Investigación de Mercados
Realizado por: Fabrizio Ramirez

3.7 Proyecciones de Costos

En la tabla que se encuentra a continuación se observa el costo de cada bien y servicio en los siguientes 5 años, en la parte de bienes se han obtenido sacando el 3% de cada producto, este valor lo obtenemos ya que es un valor de comisión normalmente pactado.

"PROPUESTA DE ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA LA
EMPRESA RAMIREZDELHIERRO & ASOCIADOS UBICADO EN GUAYAQUIL A
PARTIR DEL AÑO 2024"

Tabla 12

Proyecciones de costos

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Venta Casa	156.800,00	159.936,00	163.134,72	166.397,41	169.725,36
Alquiler Casa	970,00	989,40	1.009,19	1.029,37	1.049,96
Venta Villa	58.200,00	59.364,00	60.551,28	61.762,31	62.997,55
Alquiler Villa	504,40	514,49	524,78	535,27	545,98
Venta Departamento	77.600,00	79.152,00	80.735,04	82.349,74	83.996,74
Alquiler Departamento	436,50	445,23	454,13	463,22	472,48
Venta Finca	445.500,00	454.410,00	463.498,20	472.768,16	482.223,53
Alquiler Finca	3.783,00	3.858,66	3.935,83	4.014,55	4.094,84
Seguro de Vida	97.000,00	98.940,00	100.918,80	102.937,18	104.995,92
Seguro de Salud	29.100,00	29.682,00	30.275,64	30.881,15	31.498,78
Seguro de Vehiculo	780,00	797,60	815,55	833,86	852,54
Seguro Incendio	370,00	378,60	387,37	396,32	405,45

Fuente: Investigación de Mercados
Realizado por: Fabrizio Ramirez

En la siguiente tabla podemos observar los costos totales anuales, teniendo un costo en el primer año de \$2.329.205,20, en el segundo año \$2.786.699,30, en el tercer año \$3.202.573,98, en el cuarto año \$5.025.252,36 y en el último año, el quinto, \$6.056.675,46.

“PROPUESTA DE ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA LA
EMPRESA RAMIREZDELHIERRO & ASOCIADOS UBICADO EN GUAYAQUIL A
PARTIR DEL AÑO 2024”

Tabla 13

Costos totales

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Venta Casa	627.200,00	959.616,00	978.808,32	1.331.179,32	2.036.704,35
Alquiler Casa	1.940,00	3.957,60	6.055,13	6.176,23	6.299,76
Venta Villa	232.800,00	237.456,00	363.307,68	494.098,44	755.970,62
Alquiler Villa	1.513,20	1.543,46	1.574,33	3.211,64	3.275,87
Venta Departar	388.000,00	395.760,00	484.410,24	494.098,44	503.980,41
Alquiler Departar	2.619,00	2.671,38	2.724,81	2.779,30	2.834,89
Venta Finca	445.500,00	454.410,00	463.498,20	945.536,33	964.447,05
Alquiler Finca	3.783,00	3.858,66	3.935,83	8.029,10	8.189,68
Seguro de Vida	388.000,00	395.760,00	403.675,20	1.235.246,11	1.259.951,03
Seguro de Salu	232.800,00	326.502,00	484.410,24	494.098,44	503.980,41
Seguro de Vehi	4.680,00	4.785,60	9.786,62	10.006,36	10.230,48
Seguro Incendi	370,00	378,60	387,37	792,64	810,89
TOTAL	2.329.205,20	2.786.699,30	3.202.573,98	5.025.252,36	6.056.675,46

Fuente: Investigación de Mercados

Realizado por: Fabrizio Ramirez

3.8 Proyecciones de Gastos

En la proyección de gastos se ha determinado un rubro alto que es el de comisiones/incentivos, el cual es mayor al 50% de los gastos, ya que se proyecta hacer una tabla de incentivos al personal de RDH de acuerdo al cumplimiento de sus tareas, de esta manera nos aseguramos de que se cumplan tiempos y objetivos. Otro rubro alto es el de gastos de movilización ya que se piensa hacer mucho trabajo de campo, con diferentes asociados y empleados de RDH y debido a que solo es por la duración del proyecto ese valor se lo asumiría en el desarrollo del proyecto.

"PROPUESTA DE ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA LA
EMPRESA RAMIREZDELHIERRO & ASOCIADOS UBICADO EN GUAYAQUIL A
PARTIR DEL AÑO 2024"

Tabla 14
Proyecciones de gastos

GASTOS OPERACIONALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SUELDOS	-	-	-	-	-
ALQUILER	4.800,00	5.280,00	5.808,00	6.388,80	7.027,68
LIMPIEZA	960,00	1.056,00	1.161,60	1.277,76	1.405,54
SERVICIOS BÁSICOS	2.160,00	2.376,00	2.613,60	2.874,96	3.162,46
SEGURIDAD	-	-	-	-	-
PUBLICIDAD	1.200,00	1.320,00	1.452,00	1.597,20	1.756,92
CAPACITACIÓN	1.200,00	1.320,00	1.452,00	1.597,20	1.756,92
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	-	-	-	-	-
MOVILIZACIÓN	6.000,00	6.600,00	7.260,00	7.986,00	8.784,60
SUMINISTROS DE OFICINA	1.200,00	1.320,00	1.452,00	1.597,20	1.756,92
COMISIONES	36.000,00	39.600,00	43.560,00	47.916,00	52.707,60
PAGO DE LICENCIAS	358,80	394,68	434,15	477,56	525,32
TOTAL	53.878,80	59.266,68	65.193,35	71.712,68	78.883,95

Fuente: Investigación de Mercados
Realizado por: Fabrizio Ramirez

En el anexo 4 se muestra detallado los gastos mensuales, detallado por cada rubro y el costo total mensual y anual.

3.9 Préstamo Bancario

Para el financiamiento el proyecto el capital se obtendrá por aportes propios que equivale al 61,53% del total, que equivale a \$7.997,00, y el resto bajo un aporte de terceros el cual será del 38,47% del valor total, serían \$5.000,00, en este caso el Banco Pichincha, en el cual se hará un préstamo a 5 años, con una tasa de interés del 12,80%.

Tabla 15
Préstamo Bancario

Préstamo	\$5.000,00
Tasa anual	12,80%
Pagos por año	12
Tasa por período	1,07%
Plazo Deuda (años)	5
Cuotas (número)	60
Diviendo	\$113,25

Fuente: Investigación de Mercados
Realizado por: Fabrizio Ramirez

"PROPUESTA DE ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA LA
EMPRESA RAMIREZDELHIERRO & ASOCIADOS UBICADO EN GUAYAQUIL A
PARTIR DEL AÑO 2024"

3.10 Estados Financieros

a. Balance general

En la tabla No. 11 se observa el balance general proyectado para los siguientes 5 años, podemos observar que el efectivo anual incrementa cada año, eso nos es positivo para la empresa ya que tiene fondos suficientes para financiar su actividad a corto plazo.

Tabla 16
Balance General

		AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
		1	2	3	4	5
EFFECTIVO	10.000,00	11.873,31	17.434,54	27.766,77	64.546,71	110.247,39
A/F NETOS	2.997,00	2.264,40	1.531,80	799,20	1.065,60	333,00
ACTIVOS	12.997,00	14.137,71	18.966,34	28.565,97	65.612,31	110.580,39
CTAS.DOC. XPAGAR		362,57	1.153,82	2.235,70	7.695,17	10.272,87
PRÉSTAMO BCARIO.	5.000,00	4.237,23	3.370,89	2.386,91	1.269,33	-
PASIVOS	5.000,00	4.599,80	4.524,70	4.622,61	8.964,50	10.272,87
CAPITAL SOCIAL	7.997,00	7.997,00	7.997,00	7.997,00	7.997,00	7.997,00
RESERVA LEGAL		154,09	644,46	1.594,64	4.865,08	9.231,05
UTILIDADES RETENIDAS		1.386,82	5.800,17	14.351,72	43.785,73	83.079,46
PATRIMONIO	7.997,00	9.537,92	14.441,64	23.943,36	56.647,81	100.307,52
PASIVOS + PATRIMONIO	12.997,00	14.137,71	18.966,34	28.565,97	65.612,31	110.580,39

Fuente: Investigación de Mercados
Realizado por: Fabrizio Ramirez

b. Estado de resultados y Flujo de caja

Se puede observar en la tabla No. 12, Estado de Resultados y Flujo de Caja, que la empresa desde el primer año tiene una utilidad positiva, con un incremento anual superior al 200%.

"PROPUESTA DE ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA LA
EMPRESA RAMIREZDELHIERRO & ASOCIADOS UBICADO EN GUAYAQUIL A
PARTIR DEL AÑO 2024"

Tabla 17

Estado de resultados y Flujo de caja

	0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas		2.385.870,00	2.853.827,40	3.282.618,06	5.147.962,46	6.203.462,01
- Costo de Ventas		2.329.205,20	2.786.699,30	3.202.573,98	5.025.252,36	6.056.675,46
Utilidad Bruta en Ventas		56.664,80	67.128,10	80.044,08	122.710,10	146.786,54
- Gastos desembolsables		52.918,80	58.210,68	64.031,75	70.434,92	77.478,42
- Gastos no desembolsables		732,60	732,60	732,60	732,60	732,60
Utilidad Operacional		3.013,40	8.184,82	15.279,73	51.542,57	68.575,53
- Gastos financiamiento		596,28	492,71	375,07	241,47	89,72
+/- Ing/Eg. No operacionales						
Utilidad antes de Reparto a Trabajadores		2.417,12	7.692,11	14.904,66	51.301,11	68.485,81
- 15% Reparto Ut. Trabajadores		362,57	1.153,82	2.235,70	7.695,17	10.272,87
Utilidad antes de Impuesto Renta		2.054,55	6.538,29	12.668,96	43.605,94	58.212,94
- 25% Impuesto Renta		513,64	1.634,57	3.167,24	10.901,49	14.553,23
Utilidad antes de Reserva Legal		1.540,91	4.903,72	9.501,72	32.704,46	43.659,70
- 10% Reserva Legal		154,09	490,37	950,17	3.270,45	4.365,97
Utilidad del ejercicio		1.386,82	4.413,35	8.551,55	29.434,01	39.293,73
+ Gastos no desembolsables		732,60	732,60	732,60	732,60	732,60
+ Reserva Legal		154,09	490,37	950,17	3.270,45	4.365,97
+ Deudas no pagadas en el periodo		362,57	1.153,82	2.235,70	7.695,17	10.272,87
- Deudas pagadas			362,57	1.153,82	2.235,70	7.695,17
- Amortización (cap.pagado)		762,77	866,34	983,98	1.117,58	1.269,33
+ Valor en Libros (si se vende)						
Inversión	12.997,00				999,00	
Préstamo a largo plazo	5.000,00					
Flujo de Caja	- 7.997,00	1.873,31	5.561,23	10.332,23	36.779,94	45.700,68

Fuente: Investigación de Mercados
Realizado por: Fabrizio Ramirez

3.11 Indicadores Económicos

Calculando la Tasa interna de Retorno, la cual tiene un valor porcentual del 94,88%, al ser alto se puede determinar que es rentable, al calcular el VAN, el Valor Actual Neto, que es de \$29.072,06, nos indica que el resultado es satisfactorio.

Estos indicadores son de gran ayuda ya que nos dan un resultado rápido y concreto del proyecto.

Tabla 18

Indicadores Económicos

TIR	94,88%
VAN	\$ 29.072,06
PAYBACK	2 AÑO(S) 8 MESES

Fuente: Investigación de Mercados
Realizado por: Fabrizio Ramirez

3.12 Punto de Equilibrio

Basado en los resultados obtenidos según las variables, costos fijos, ventas-costo variable, se puede apreciar que desde el primer año es alto y decrece anualmente en intervalos menor al 10% en los primeros 3 años. En la siguiente tabla, No. 14, se puede observar el punto de equilibrio.

Tabla 19
Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO FIJO	\$ 53.515,08	\$ 58.703,39	\$ 64.406,82	\$ 70.676,39	\$ 77.568,13
VENTAS - COSTO VARIABLE	\$ 56.664,80	\$ 67.128,10	\$ 80.044,08	\$ 122.710,10	\$ 146.786,54
% Equilibrio	94%	87%	80%	58%	53%
VENTAS	\$ 2.385.870,00	\$ 2.853.827,40	\$ 3.282.618,06	\$ 5.147.962,46	\$ 6.203.462,01
COSTOS VARIABLES	\$ 2.329.205,20	\$ 2.786.699,30	\$ 3.202.573,98	\$ 5.025.252,36	\$ 6.056.675,46
COSTOS FIJOS	\$ 53.515,08	\$ 58.703,39	\$ 64.406,82	\$ 70.676,39	\$ 77.568,13
UTILIDAD	\$ 3.149,72	\$ 8.424,71	\$ 15.637,26	\$ 52.033,71	\$ 69.218,41

Fuente: Investigación de Mercados
Realizado por: Fabrizio Ramirez

3.13 Ratios Financieros

Una vez realizado el análisis financiero de este proyecto observamos que los ratios son bastante saludables lo cual nos hace presumir que el proyecto será viable, por ejemplo, podemos ver que el margen de endeudamiento va decreciendo rápidamente año a año y el ratio de capital de trabajo nos muestra un incremento anual acelerado.

"PROPUESTA DE ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA LA
EMPRESA RAMIREZDELHIERRO & ASOCIADOS UBICADO EN GUAYAQUIL A
PARTIR DEL AÑO 2024"

Tabla 20

Ratios Financieros

RATIOS FINANCIEROS	FÓRMULA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RAZÓN CORRIENTE	ACT. C. / PAS. C.	\$ 32,75	\$ 15,11	\$ 12,42	\$ 8,39	\$ 10,73
CAPITAL DE TRABAJO	ACT. C - PAS. C.	\$ 11.510,74	\$ 16.280,72	\$ 25.531,07	\$ 56.851,54	\$ 99.974,52
ROTACIÓN DEL ACTIVO TOTAL	VENTAS/ ACTIVOS	\$ 168,76	\$ 150,47	\$ 114,91	\$ 78,46	\$ 56,10
ENDEUDAMIENTO	PASIVOS /ACTIVOS	\$ 0,33	\$ 0,24	\$ 0,16	\$ 0,14	\$ 0,09
LEVERAGE TOTAL	PASIVO/ PATRIMONIO	\$ 0,48	\$ 0,31	\$ 0,19	\$ 0,16	\$ 0,10
COBERTURA PASIVO FINANCIERO	PAS. FIN. / VENTAS	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
COBERTURA GASTO FINANCIERO	UT. OP. / GTO. FIN.	\$ 5,05	\$ 16,61	\$ 40,74	\$ 213,46	\$ 764,34
MARGEN BRUTO	UT. BR/ VENTAS	2,38%	2,35%	2,44%	2,38%	2,37%
MARGEN OPERATIVO	UT. OP. /VENTAS	0,13%	0,29%	0,47%	1,00%	1,11%
MARGEN NETO	UT. NE. /VENTAS	0,06%	0,15%	0,26%	0,57%	0,63%
ROA	UT NE/ ACTIVOS	9,81%	23,27%	29,94%	44,86%	35,53%
ROE	UT NE. /PATRIMONIO	30,15%	97,54%	184,99%	328,34%	382,50%

CONCLUSIONES.

En conclusión, por el análisis que se ha hecho para la puesta en marcha de este plan de marketing de la firma RAMIREZdelHIERRO & asociados se deduce que su implementación será exitosa, ya que se podrán obtener los recursos necesarios y esta se podrá desarrollar amigablemente ya que lo trabajarán personas que conocen del negocio, es decir los mismos colaboradores de la firma.

Por todas las herramientas tecnológicas que se encuentran a nuestra disposición tendremos varias opciones para elegir, buscando las que sean más viables y fáciles de implementar en nuestro proyecto.

Luego de que se analizaran los índices financieros supuestos durante el desarrollo y finalización del proyecto se observa que estos son óptimos, por lo tanto, el proyecto es viable.

RECOMENDACIONES.

Aunque han sido revisados todos los detalles del proyecto, se recomienda que los valores se vayan actualizando año a año para comprobar que se van cumpliendo los objetivos o, en el caso de que se detecte algún error, se efectúen los correctivos necesarios para llegar al resultado esperado en la proyección.

Se espera la fidelidad del personal de la firma, que son quienes van a ejecutar el trabajo, en el caso de que haya una alta rotación, habría que pensar en la manera de mantener actualizados a los nuevos integrantes y así no sufrir de retrasos en el proceso.

BIBLIOGRAFÍA

BOYD, D. M. (2007). *Journal of Computer-Mediated Communication*.
Obtenido de <http://gabinetedeinformatica.net/wp15/2008/06/12/sitios-de-redes-socialesdefinicion-historia-y-ayuda-a-su-estudio-i/>

CEPYME. (s.f.). *cepymenews*. Obtenido de <https://cepymenews.es/participacion-mercado-como-se-calcula/>

CloudFlare. (s.f.). Obtenido de <https://www.cloudflare.com/es-es/learning/cloud/what-is-the-cloud/>

Economipedia. (s.f.). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/redes-sociales.html>

Fuente, O. (2020). *Las 7 mejores Herramientas de Marketing*.

Guevara, V. (2022). *Importancia de las herramientas digitales en la gestión de negocios*.

Herrera. (2009). *Inovar*. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-50512009000100003

Hung. (2006). *Formation and survival of new ventures: A path from interpersonal to interorganizational networks*.

IEBS. (s.f.). *Escuela de Negocios de la Innovación y los Emprendedores*. Obtenido de <https://www.iebschool.com/blog/que-es-marketing-digital-marketing-digital/>

Jara, A. y. (2019). *Importancia del Marketing Digital en el Comercio Electrónico*. Obtenido de <https://revista.estudioidea.org/ojs/index.php/eidea/article/view/14>

“PROPUESTA DE ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA RAMIREZDELHIERRO & ASOCIADOS UBICADO EN GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2024”

Luna, J. (2016). IMPACTO DEL MERCHANDISING EN EL NIVEL DE VENTAS DE LA ESTACIÓN DE SERVICIOS CORPORACIÓN VISTA ALEGRE S.A.C. PERÚ.

Mendoza, R. y. (2017). *MARKETING DIGITAL, UNA VISIÓN DESDE LA ACADEMIA.*

MORÁN, J. (2015). *INGENIERA EN GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL.*

Mundo, B. N. (2019). *BBC.* Obtenido de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-48558989>

Nuñez. (2010). *Crecimiento y Efectividad de la publicidad en las Redes Sociales.* [https://www.pdfcast.org/pdf/mi-mini-tesis-redes-sociales.](https://www.pdfcast.org/pdf/mi-mini-tesis-redes-sociales)

Oxford. (s.f.). Oxford Languages.

Oxford. (s.f.). Obtenido de <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/us/>

Piñeiro, G. (2006). *EL PROCESO DE VENTAS.*

RAE. (s.f.).

Sanchez, M. (2013). *Gana con las redes sociales.*

Westwood, J. (2016). *Preparar un plan de Marketing.*

Wikipedia. (s.f.). Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Comercio_electr%C3%B3nico

Yirda, A. (s.f.). Recuperado el 2022, de <https://conceptodefinicion.de/proceso/>

“PROPUESTA DE ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA LA
EMPRESA RAMIREZDELHIERRO & ASOCIADOS UBICADO EN GUAYAQUIL A
PARTIR DEL AÑO 2024”

“PROPUESTA DE ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA LA
EMPRESA RAMIREZDELHIERRO & ASOCIADOS UBICADO EN GUAYAQUIL A
PARTIR DEL AÑO 2024”

ANEXOS

Anexo No. 1

Proyección de la demanda

“PROPUESTA DE ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA RAMIREZDELHIERRO & ASOCIADOS UBICADO EN GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2024”

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1
Venta Casa			1			1			1			1	4
Alquiler Casa						1						1	2
Venta Villa			1			1			1			1	4
Alquiler Villa				1				1				1	3
Venta Departamento			1			1			1		1	1	5
Alquiler Departamento		1		1		1		1		1		1	6
Venta Finca												1	1
Alquiler Finca												1	1
Seguro de Vida			1			1				1		1	4
Seguro de Salud			2			2			2			2	8
Seguro de Vehiculo		1		1		1		1		1		1	6
Seguro Incendio										1			1
TOTAL	-	2	6	3	-	9	-	3	5	4	1	12	45

COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA ESPERADA: AÑO 2

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 2
Venta Casa	-	1	-	1	-	1	-	1	-	1	-	1	6
Alquiler Casa	-	-	1	-	-	1	-	-	1	-	-	-	4
Venta Villa	-	-	1	-	-	1	-	-	1	-	-	-	4
Alquiler Villa	-	-	-	1	-	-	-	1	-	-	-	-	3
Venta Departamento	-	-	1	-	-	1	-	-	1	-	1	1	5
Alquiler Departamento	-	1	-	1	-	1	-	1	-	1	-	-	6
Venta Finca	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1
Alquiler Finca	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1
Seguro de Vida	-	-	1	-	-	1	-	-	-	1	-	-	4
Seguro de Salud	-	1	2	-	1	2	-	1	2	-	-	2	11
Seguro de Vehiculo	-	1	-	1	-	1	-	1	-	1	-	-	6
Seguro Incendio	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	1
TOTAL	-	4	6	4	1	9	-	5	5	5	1	12	52

COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA ESPERADA: AÑO 3

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 3
Venta Casa	-	1	-	1	-	1	-	1	-	1	-	1	6
Alquiler Casa	1	-	1	-	1	-	1	-	1	-	1	-	6
Venta Villa	1	-	1	-	1	-	1	-	1	-	-	-	6
Alquiler Villa	-	-	-	1	-	-	-	1	-	-	-	-	3
Venta Departamento	1	-	1	-	-	1	-	1	-	1	-	-	6
Alquiler Departamento	-	1	-	1	-	1	-	1	-	1	-	-	6
Venta Finca	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1
Alquiler Finca	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1
Seguro de Vida	-	-	1	-	-	1	-	-	-	1	-	-	4
Seguro de Salud	-	1	3	-	1	3	-	1	3	-	1	3	16
Seguro de Vehiculo	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
Seguro Incendio	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	1
TOTAL	4	4	8	4	4	8	3	6	6	6	4	11	68

COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA ESPERADA: AÑO 4

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 4
Venta Casa	1	1	-	1	1	-	1	1	-	1	1	-	8
Alquiler Casa	1	-	1	-	1	-	1	-	1	-	1	-	6
Venta Villa	1	1	1	-	1	-	1	1	1	-	1	-	8
Alquiler Villa	-	1	-	1	-	1	-	1	-	1	-	-	6
Venta Departamento	1	-	1	-	-	1	-	1	-	1	-	-	6
Alquiler Departamento	-	1	-	1	-	1	-	1	-	1	-	-	6
Venta Finca	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1	2
Alquiler Finca	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1	2
Seguro de Vida	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
Seguro de Salud	-	1	3	-	1	3	-	1	3	-	1	3	16
Seguro de Vehiculo	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
Seguro Incendio	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1	-	-	2
TOTAL	6	7	8	6	6	10	5	8	7	7	6	10	86

COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA ESPERADA: AÑO 5

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 5
Venta Casa	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
Alquiler Casa	1	-	1	-	1	-	1	-	1	-	1	-	6
Venta Villa	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
Alquiler Villa	-	1	-	1	-	1	-	1	-	1	-	-	6
Venta Departamento	1	-	1	-	-	1	-	1	-	1	-	-	6
Alquiler Departamento	-	1	-	1	-	1	-	1	-	1	-	-	6
Venta Finca	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1	2
Alquiler Finca	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1	2
Seguro de Vida	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
Seguro de Salud	-	1	3	-	1	3	-	1	3	-	1	3	16
Seguro de Vehiculo	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
Seguro Incendio	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1	-	-	2
TOTAL	6	7	9	7	6	12	5	8	8	8	6	12	94

“PROPUESTA DE ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA RAMIREZDELHIERRO & ASOCIADOS UBICADO EN GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2024”

Anexo No. 2

Proyección de ventas totales

VENTAS PROYECTADAS: AÑO 1

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1
Venta Casa	-	-	160.000,00	-	-	160.000,00	-	-	160.000,00	-	-	160.000,00	640.000,00
Alquiler Casa	-	-	-	-	-	1.000,00	-	-	-	-	-	1.000,00	2.000,00
Venta Villa	-	-	60.000,00	-	-	60.000,00	-	-	60.000,00	-	-	60.000,00	240.000,00
Alquiler Villa	-	-	-	520,00	-	-	-	520,00	-	-	-	520,00	1.560,00
Venta Departamento	-	-	80.000,00	-	-	80.000,00	-	-	80.000,00	-	80.000,00	80.000,00	400.000,00
Alquiler Departamento	-	450,00	-	450,00	-	450,00	-	450,00	-	450,00	-	450,00	2.700,00
Venta Finca	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	450.000,00	450.000,00
Alquiler Finca	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3.900,00	3.900,00
Seguro de Vida	-	-	100.000,00	-	-	100.000,00	-	-	-	100.000,00	-	100.000,00	400.000,00
Seguro de Salud	-	-	60.000,00	-	-	60.000,00	-	-	60.000,00	-	-	60.000,00	240.000,00
Seguro de Vehículo	-	880,00	-	880,00	-	880,00	-	880,00	-	880,00	-	880,00	5.280,00
Seguro Incendio	-	-	-	-	-	-	-	-	-	430,00	-	-	430,00
TOTAL	1.330,00	460.000,00	1.850,00	1.850,00	1.850,00	462.330,00	1.850,00	360.000,00	101.760,00	80.000,00	916.750,00	2.385.870,00	

VENTAS PROYECTADAS: AÑO 2

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 2
Venta Casa	-	163.200,00	-	163.200,00	-	163.200,00	-	163.200,00	-	163.200,00	-	163.200,00	979.200,00
Alquiler Casa	-	-	1.020,00	-	-	1.020,00	-	-	1.020,00	-	-	1.020,00	4.080,00
Venta Villa	-	-	61.200,00	-	-	61.200,00	-	-	61.200,00	-	-	61.200,00	244.800,00
Alquiler Villa	-	-	-	530,40	-	-	-	530,40	-	-	-	-	1.591,20
Venta Departamento	-	-	81.600,00	-	-	81.600,00	-	-	81.600,00	-	81.600,00	81.600,00	408.000,00
Alquiler Departamento	-	459,00	-	459,00	-	459,00	-	459,00	-	459,00	-	459,00	2.754,00
Venta Finca	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	459.000,00	459.000,00
Alquiler Finca	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3.978,00	3.978,00
Seguro de Vida	-	-	102.000,00	-	-	102.000,00	-	-	-	102.000,00	-	102.000,00	408.000,00
Seguro de Salud	-	30.600,00	61.200,00	-	30.600,00	61.200,00	-	30.600,00	61.200,00	-	-	61.200,00	336.600,00
Seguro de Vehículo	-	897,60	-	897,60	-	897,60	-	897,60	-	897,60	-	897,60	5.385,60
Seguro Incendio	-	-	-	-	-	-	-	-	-	438,60	-	-	438,60
TOTAL	195.156,60	307.020,00	165.087,00	165.087,00	30.600,00	471.576,60	195.687,00	205.020,00	266.935,20	81.600,00	935.085,00	2.853.827,40	

VENTAS PROYECTADAS: AÑO 3

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 3
Venta Casa	-	166.464,00	-	166.464,00	-	166.464,00	-	166.464,00	-	166.464,00	-	166.464,00	998.784,00
Alquiler Casa	1.040,40	-	1.040,40	-	1.040,40	-	1.040,40	-	1.040,40	-	1.040,40	-	6.242,40
Venta Villa	62.424,00	-	62.424,00	-	62.424,00	-	62.424,00	-	62.424,00	-	62.424,00	-	374.544,00
Alquiler Villa	-	-	541,01	-	-	-	-	541,01	-	-	-	541,01	1.623,02
Venta Departamento	83.232,00	-	83.232,00	-	-	83.232,00	-	83.232,00	-	83.232,00	-	83.232,00	499.392,00
Alquiler Departamento	-	468,18	-	468,18	-	468,18	-	468,18	-	468,18	-	468,18	2.809,08
Venta Finca	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	468.180,00	468.180,00
Alquiler Finca	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4.057,56	4.057,56
Seguro de Vida	-	-	104.040,00	-	-	104.040,00	-	-	-	104.040,00	-	104.040,00	416.160,00
Seguro de Salud	31.212,00	93.636,00	-	-	31.212,00	93.636,00	-	31.212,00	93.636,00	-	31.212,00	93.636,00	499.392,00
Seguro de Vehículo	915,55	915,55	915,55	915,55	915,55	915,55	915,55	915,55	915,55	915,55	915,55	915,55	10.985,62
Seguro Incendio	-	-	-	-	-	-	-	-	-	447,37	-	-	447,37
TOTAL	147.611,95	199.059,73	345.287,95	168.388,74	95.591,95	448.755,73	64.379,95	282.832,74	158.015,95	395.567,10	95.591,95	921.534,30	3.282.618,06

VENTAS PROYECTADAS: AÑO 4

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 4
Venta Casa	169.793,28	169.793,28	-	169.793,28	169.793,28	-	169.793,28	169.793,28	-	169.793,28	169.793,28	-	1.358.346,24
Alquiler Casa	1.061,21	-	1.061,21	-	1.061,21	-	1.061,21	-	1.061,21	-	1.061,21	-	6.367,25
Venta Villa	63.672,48	63.672,48	63.672,48	-	63.672,48	-	63.672,48	63.672,48	-	63.672,48	-	63.672,48	509.379,84
Alquiler Villa	-	551,83	-	551,83	-	551,83	-	551,83	-	551,83	-	551,83	3.310,97
Venta Departamento	84.896,64	-	84.896,64	-	-	84.896,64	-	84.896,64	-	84.896,64	-	84.896,64	509.379,84
Alquiler Departamento	-	477,54	-	477,54	-	477,54	-	477,54	-	477,54	-	477,54	2.865,26
Venta Finca	-	-	-	-	-	4.138,71	-	-	-	-	-	-	955.087,20
Alquiler Finca	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4.138,71	8.277,42
Seguro de Salud	106.120,80	106.120,80	106.120,80	106.120,80	106.120,80	106.120,80	106.120,80	106.120,80	106.120,80	106.120,80	106.120,80	106.120,80	1.272.440,60
Seguro de Vida	-	31.836,24	95.508,72	-	31.836,24	95.508,72	-	31.836,24	95.508,72	-	31.836,24	95.508,72	509.379,84
Seguro de Vehículo	933,86	933,86	933,86	933,86	933,86	933,86	933,86	933,86	933,86	933,86	933,86	933,86	11.206,36
Seguro Incendio	-	-	-	456,32	-	-	-	-	-	456,32	-	-	912,64
TOTAL	426.478,27	373.386,03	352.193,71	278.333,63	373.417,87	770.171,71	341.581,63	458.282,67	267.297,07	363.230,27	373.417,87	770.171,71	5.147.962,46

VENTAS PROYECTADAS: AÑO 5

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 5
Venta Casa	173.189,15	173.189,15	173.189,15	173.189,15	173.189,15	173.189,15	173.189,15	173.189,15	173.189,15	173.189,15	173.189,15	173.189,15	2.078.269,75
Alquiler Casa	1.082,43	-	1.082,43	-	1.082,43	-	1.082,43	-	1.082,43	-	1.082,43	-	6.494,59
Venta Villa	64.945,93	64.945,93	64.945,93	64.945,93	64.945,93	64.945,93	64.945,93	64.945,93	64.945,93	64.945,93	64.945,93	64.945,93	779.351,16
Alquiler Villa	-	562,86	-	562,86	-	562,86	-	562,86	-	562,86	-	562,86	3.377,19
Venta Departamento	86.594,57	-	86.594,57	-	-	86.594,57	-	86.594,57	-	86.594,57	-	86.594,57	519.567,44
Alquiler Departamento	-	487,09	-	487,09	-	487,09	-	487,09	-	487,09	-	487,09	2.922,57
Venta Finca	-	-	-	-	-	4.221,49	-	-	-	-	-	-	978.188,94
Alquiler Finca	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4.221,49	8.442,97
Seguro de Vida	108.243,22	108.243,22	108.243,22	108.243,22	108.243,22	108.243,22	108.243,22	108.243,22	108.243,22	108.243,22	108.243,22	108.243,22	1.298.918,59
Seguro de Salud	-	32.472,96	97.418,89	-	32.472,96	97.418,89	-	32.472,96	97.418,89	-	32.472,96	97.418,89	519.567,44
Seguro de Vehículo	952,54	952,54	952,54	952,54	952,54	952,54	952,54	952,54	952,54	952,54	952,54	952,54	11.430,48
Seguro Incendio	-	-	-	465,45	-	-	-	-	-	465,45	-	-	930,89
TOTAL	435.007,84	380.853,76	532.426,73	348.846,24	380.886,23	1.023.710,22	348.413,26	467.448,33	445.832,16	435.440,81	380.886,23	1.023.710,22	6.203.462,01

“PROPUESTA DE ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA RAMIREZDELHIERRO & ASOCIADOS UBICADO EN GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2024”

Anexo No. 3

Proyección de costos totales

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1
Venta Casa	-	-	156.800,00	-	-	156.800,00	-	-	156.800,00	-	-	156.800,00	627.200,00
Alquiler Casa	-	-	-	-	-	970,00	-	-	-	-	-	970,00	1.940,00
Venta Villa	-	-	58.200,00	-	-	58.200,00	-	-	58.200,00	-	-	58.200,00	232.800,00
Alquiler Villa	-	-	-	504,40	-	-	-	504,40	-	-	-	504,40	1.513,20
Venta Departamento	-	-	77.600,00	-	-	77.600,00	-	-	77.600,00	-	77.600,00	77.600,00	388.000,00
Alquiler Departamento	-	436,50	-	436,50	-	436,50	-	436,50	-	436,50	-	436,50	2.619,00
Venta Finca	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	445.500,00	445.500,00
Alquiler Finca	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3.783,00	3.783,00
Seguro de Vida	-	-	97.000,00	-	-	97.000,00	-	-	-	97.000,00	-	97.000,00	388.000,00
Seguro de Salud	-	-	58.200,00	-	-	58.200,00	-	-	58.200,00	-	-	58.200,00	232.800,00
Seguro de Vehículo	-	780,00	-	780,00	-	780,00	-	780,00	-	780,00	-	780,00	4.680,00
Seguro Incendio	-	-	-	-	-	-	-	-	-	370,00	-	-	370,00
#REF!	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL	-	1.216,50	#####	1.720,90	-	449.986,50	-	1.720,90	350.800,00	98.586,50	77.600,00	899.773,90	2.329.205,20

COSTOS PROYECTADOS: AÑO 2

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 2
Venta Casa	-	159.936,00	-	159.936,00	-	159.936,00	-	159.936,00	-	159.936,00	-	159.936,00	959.616,00
Alquiler Casa	-	-	989,40	-	-	989,40	-	-	989,40	-	-	989,40	3.957,60
Venta Villa	-	-	59.364,00	-	-	59.364,00	-	-	59.364,00	-	-	59.364,00	237.456,00
Alquiler Villa	-	-	-	514,49	-	-	-	514,49	-	-	-	514,49	1.543,46
Venta Departamento	-	-	79.152,00	-	-	79.152,00	-	-	79.152,00	-	79.152,00	79.152,00	395.760,00
Alquiler Departamento	-	445,23	-	445,23	-	445,23	-	445,23	-	445,23	-	445,23	2.671,28
Venta Finca	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	454.410,00	454.410,00
Alquiler Finca	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3.858,66	3.858,66
Seguro de Vida	-	-	98.940,00	-	-	98.940,00	-	-	-	98.940,00	-	98.940,00	395.760,00
Seguro de Salud	-	29.682,00	59.364,00	-	29.682,00	59.364,00	-	29.682,00	59.364,00	-	-	59.364,00	326.502,00
Seguro de Vehículo	-	797,60	-	797,60	-	797,60	-	797,60	-	797,60	-	797,60	4.785,60
Seguro Incendio	-	-	-	-	-	-	-	-	-	378,60	-	-	378,60
#REF!	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL	-	#####	#####	#####	29.682,00	458.988,23	-	191.375,32	198.869,40	260.497,43	79.152,00	917.771,38	2.786.699,30

COSTOS PROYECTADOS: AÑO 3

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 3
Venta Casa	-	163.134,72	-	163.134,72	-	163.134,72	-	163.134,72	-	163.134,72	-	163.134,72	978.808,32
Alquiler Casa	1.009,19	-	1.009,19	-	1.009,19	-	1.009,19	-	1.009,19	-	1.009,19	-	6.055,13
Venta Villa	60.551,28	-	60.551,28	-	60.551,28	-	60.551,28	-	60.551,28	-	60.551,28	-	363.307,68
Alquiler Villa	-	-	-	524,78	-	-	-	524,78	-	-	-	524,78	1.574,33
Venta Departamento	80.735,04	-	80.735,04	-	-	80.735,04	-	80.735,04	-	80.735,04	-	80.735,04	484.410,24
Alquiler Departamento	-	454,13	-	454,13	-	454,13	-	454,13	-	454,13	-	454,13	2.724,81
Venta Finca	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	463.498,20	463.498,20
Alquiler Finca	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3.935,83	3.935,83
Seguro de Vida	-	-	100.918,80	-	-	100.918,80	-	-	-	100.918,80	-	100.918,80	403.675,20
Seguro de Salud	-	30.275,64	90.826,92	-	30.275,64	90.826,92	-	30.275,64	90.826,92	-	30.275,64	90.826,92	484.410,24
Seguro de Vehículo	815,55	815,55	815,55	815,55	815,55	815,55	815,55	815,55	815,55	815,55	815,55	815,55	9.786,62
Seguro Incendio	-	-	-	-	-	-	-	-	-	387,37	-	-	387,37
#REF!	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL	#####	#####	#####	#####	92.651,66	436.885,17	62.376,02	275.939,86	153.202,94	346.445,62	92.651,66	904.843,98	3.202.573,98

COSTOS PROYECTADOS: AÑO 4

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 4
Venta Casa	166.397,41	166.397,41	-	166.397,41	166.397,41	-	166.397,41	166.397,41	-	166.397,41	-	166.397,41	1.331.179,32
Alquiler Casa	1.029,37	-	1.029,37	-	1.029,37	-	1.029,37	-	1.029,37	-	1.029,37	-	6.176,23
Venta Villa	61.762,31	61.762,31	61.762,31	-	61.762,31	-	61.762,31	61.762,31	61.762,31	-	61.762,31	-	494.098,44
Alquiler Villa	-	535,27	-	535,27	-	535,27	-	535,27	-	535,27	-	535,27	3.211,64
Venta Departamento	82.349,74	-	82.349,74	-	-	82.349,74	-	82.349,74	-	82.349,74	-	82.349,74	494.098,44
Alquiler Departamento	-	463,22	-	463,22	-	463,22	-	463,22	-	463,22	-	463,22	2.779,30
Venta Finca	-	-	-	-	-	472.768,16	-	-	-	-	-	472.768,16	945.536,33
Alquiler Finca	-	-	-	-	-	4.014,55	-	-	-	-	-	4.014,55	8.029,10
Seguro de Vida	102.937,18	102.937,18	102.937,18	102.937,18	102.937,18	102.937,18	102.937,18	102.937,18	102.937,18	102.937,18	102.937,18	102.937,18	1.235.246,11
Seguro de Salud	-	30.881,15	92.643,46	-	30.881,15	92.643,46	-	30.881,15	92.643,46	-	30.881,15	92.643,46	494.098,44
Seguro de Vehículo	833,86	833,86	833,86	833,86	833,86	833,86	833,86	833,86	833,86	833,86	833,86	833,86	10.006,36
Seguro Incendio	-	-	-	396,32	-	-	-	-	-	396,32	-	-	792,64
#REF!	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL	#####	#####	#####	#####	#####	756.545,44	332.960,13	446.160,14	259.206,17	353.913,00	363.841,28	756.545,44	5.025.252,36

COSTOS PROYECTADOS: AÑO 5

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 5
Venta Casa	169.725,36	169.725,36	169.725,36	169.725,36	169.725,36	169.725,36	169.725,36	169.725,36	169.725,36	169.725,36	169.725,36	169.725,36	2.036.704,35
Alquiler Casa	1.049,96	-	1.049,96	-	1.049,96	-	1.049,96	-	1.049,96	-	1.049,96	-	6.299,76
Venta Villa	62.997,55	62.997,55	62.997,55	62.997,55	62.997,55	62.997,55	62.997,55	62.997,55	62.997,55	62.997,55	62.997,55	62.997,55	755.970,62
Alquiler Villa	-	545,98	-	545,98	-	545,98	-	545,98	-	545,98	-	545,98	3.275,87
Venta Departamento	83.996,74	-	83.996,74	-	-	83.996,74	-	83.996,74	-	83.996,74	-	83.996,74	503.980,41
Alquiler Departamento	-	472,48	-	472,48	-	472,48	-	472,48	-	472,48	-	472,48	2.834,88
Venta Finca	-	-	-	-	-	482.223,53	-	-	-	-	-	482.223,53	964.447,05
Alquiler Finca	-	-	-	-	-	4.094,84	-	-	-	-	-	4.094,84	8.189,68
Seguro de Vida	104.995,92	104.995,92	104.995,92	104.995,92	104.995,92	104.995,92	104.995,92	104.995,92	104.995,92	104.995,92	104.995,92	104.995,92	1.259.951,03
Seguro de Salud	-	31.498,78	94.496,33	-	31.498,78	94.496,33	-	31.498,78	94.496,33	-	31.498,78	94.496,33	503.980,41
Seguro de Vehículo	852,54	852,54	852,54	852,54	852,54	852,54	852,54	852,54	852,54	852,54	852,54	852,54	10.230,48
Seguro Incendio	-	-	-	405,45	-	-	-	-	-	405,45	-	-	810,89
#REF!	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL	#####	#####	#####	#####	#####	#####	339.621,33	455.085,35	434.117,66	423.992,02	371.120,11	1.004.401,27	6.056.675,46

“PROPUESTA DE ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA RAMIREZDELHIERRO & ASOCIADOS UBICADO EN GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2024”

Anexo No. 4

Proyección de gastos totales

GASTOS OPERACIONALES PROYECTADOS: AÑO 1

GASTOS OPERACIONALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICEMBRE	TOTAL AÑO 1
SUELDOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ALQUILER	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	4.800,00
LIMPIEZA	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	960,00
SERVICIOS BÁSICOS	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	2.160,00
SEGURIDAD	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
PUBLICIDAD	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00
CAPACITACIÓN	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
MOVILIZACIÓN	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	6.000,00
SUMINISTROS DE OFICINA	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00
COMISIONES	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	36.000,00
PAGO DE LICENCIAS	29,90	29,90	29,90	29,90	29,90	29,90	29,90	29,90	29,90	29,90	29,90	29,90	358,80
TOTAL	4.489,90	4.489,90	4.489,90	4.489,90	4.489,90	4.489,90	4.489,90	4.489,90	4.489,90	4.489,90	4.489,90	4.489,90	53.878,80

GASTOS OPERACIONALES PROYECTADOS: AÑO 2

GASTOS OPERACIONALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICEMBRE	TOTAL AÑO 2
SUELDOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ALQUILER	440,00	440,00	440,00	440,00	440,00	440,00	440,00	440,00	440,00	440,00	440,00	440,00	5.280,00
LIMPIEZA	88,00	88,00	88,00	88,00	88,00	88,00	88,00	88,00	88,00	88,00	88,00	88,00	1.056,00
SERVICIOS BÁSICOS	198,00	198,00	198,00	198,00	198,00	198,00	198,00	198,00	198,00	198,00	198,00	198,00	2.376,00
SEGURIDAD	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
PUBLICIDAD	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	1.320,00
CAPACITACIÓN	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	1.320,00
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
MOVILIZACIÓN	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	6.600,00
SUMINISTROS DE OFICINA	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	1.320,00
COMISIONES	3.300,00	3.300,00	3.300,00	3.300,00	3.300,00	3.300,00	3.300,00	3.300,00	3.300,00	3.300,00	3.300,00	3.300,00	39.600,00
PAGO DE LICENCIAS	32,89	32,89	32,89	32,89	32,89	32,89	32,89	32,89	32,89	32,89	32,89	32,89	394,68
TOTAL	4.938,89	4.938,89	4.938,89	4.938,89	4.938,89	4.938,89	4.938,89	4.938,89	4.938,89	4.938,89	4.938,89	4.938,89	59.266,68

GASTOS OPERACIONALES PROYECTADOS: AÑO 3

GASTOS OPERACIONALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICEMBRE	TOTAL AÑO 3
SUELDOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ALQUILER	484,00	484,00	484,00	484,00	484,00	484,00	484,00	484,00	484,00	484,00	484,00	484,00	5.808,00
LIMPIEZA	96,80	96,80	96,80	96,80	96,80	96,80	96,80	96,80	96,80	96,80	96,80	96,80	1.161,60
SERVICIOS BÁSICOS	217,80	217,80	217,80	217,80	217,80	217,80	217,80	217,80	217,80	217,80	217,80	217,80	2.613,60
SEGURIDAD	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
PUBLICIDAD	121,00	121,00	121,00	121,00	121,00	121,00	121,00	121,00	121,00	121,00	121,00	121,00	1.452,00
CAPACITACIÓN	121,00	121,00	121,00	121,00	121,00	121,00	121,00	121,00	121,00	121,00	121,00	121,00	1.452,00
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
MOVILIZACIÓN	605,00	605,00	605,00	605,00	605,00	605,00	605,00	605,00	605,00	605,00	605,00	605,00	7.260,00
SUMINISTROS DE OFICINA	121,00	121,00	121,00	121,00	121,00	121,00	121,00	121,00	121,00	121,00	121,00	121,00	1.452,00
COMISIONES	3.630,00	3.630,00	3.630,00	3.630,00	3.630,00	3.630,00	3.630,00	3.630,00	3.630,00	3.630,00	3.630,00	3.630,00	43.560,00
PAGO DE LICENCIAS	36,18	36,18	36,18	36,18	36,18	36,18	36,18	36,18	36,18	36,18	36,18	36,18	434,15
TOTAL	5.432,78	5.432,78	5.432,78	5.432,78	5.432,78	5.432,78	5.432,78	5.432,78	5.432,78	5.432,78	5.432,78	5.432,78	65.193,35

GASTOS OPERACIONALES PROYECTADOS: AÑO 4

GASTOS OPERACIONALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICEMBRE	TOTAL AÑO 4
SUELDOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ALQUILER	532,40	532,40	532,40	532,40	532,40	532,40	532,40	532,40	532,40	532,40	532,40	532,40	6.388,80
LIMPIEZA	106,48	106,48	106,48	106,48	106,48	106,48	106,48	106,48	106,48	106,48	106,48	106,48	1.277,76
SERVICIOS BÁSICOS	239,58	239,58	239,58	239,58	239,58	239,58	239,58	239,58	239,58	239,58	239,58	239,58	2.874,96
SEGURIDAD	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
PUBLICIDAD	133,10	133,10	133,10	133,10	133,10	133,10	133,10	133,10	133,10	133,10	133,10	133,10	1.597,20
CAPACITACIÓN	133,10	133,10	133,10	133,10	133,10	133,10	133,10	133,10	133,10	133,10	133,10	133,10	1.597,20
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
MOVILIZACIÓN	665,50	665,50	665,50	665,50	665,50	665,50	665,50	665,50	665,50	665,50	665,50	665,50	7.986,00
SUMINISTROS DE OFICINA	133,10	133,10	133,10	133,10	133,10	133,10	133,10	133,10	133,10	133,10	133,10	133,10	1.597,20
COMISIONES	3.993,00	3.993,00	3.993,00	3.993,00	3.993,00	3.993,00	3.993,00	3.993,00	3.993,00	3.993,00	3.993,00	3.993,00	47.916,00
PAGO DE LICENCIAS	39,80	39,80	39,80	39,80	39,80	39,80	39,80	39,80	39,80	39,80	39,80	39,80	477,56
TOTAL	5.976,06	5.976,06	5.976,06	5.976,06	5.976,06	5.976,06	5.976,06	5.976,06	5.976,06	5.976,06	5.976,06	5.976,06	71.712,68

GASTOS OPERACIONALES PROYECTADOS: AÑO 5

GASTOS OPERACIONALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICEMBRE	TOTAL AÑO 5
SUELDOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ALQUILER	585,64	585,64	585,64	585,64	585,64	585,64	585,64	585,64	585,64	585,64	585,64	585,64	7.027,68
LIMPIEZA	117,13	117,13	117,13	117,13	117,13	117,13	117,13	117,13	117,13	117,13	117,13	117,13	1.405,54
SERVICIOS BÁSICOS	263,54	263,54	263,54	263,54	263,54	263,54	263,54	263,54	263,54	263,54	263,54	263,54	3.162,46
SEGURIDAD	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
PUBLICIDAD	146,41	146,41	146,41	146,41	146,41	146,41	146,41	146,41	146,41	146,41	146,41	146,41	1.756,92
CAPACITACIÓN	146,41	146,41	146,41	146,41	146,41	146,41	146,41	146,41	146,41	146,41	146,41	146,41	1.756,92
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
MOVILIZACIÓN	732,05	732,05	732,05	732,05	732,05	732,05	732,05	732,05	732,05	732,05	732,05	732,05	8.784,60
SUMINISTROS DE OFICINA	146,41	146,41	146,41	146,41	146,41	146,41	146,41	146,41	146,41	146,41	146,41	146,41	1.756,92
COMISIONES	4.392,30	4.392,30	4.392,30	4.392,30	4.392,30	4.392,30	4.392,30	4.392,30	4.392,30	4.392,30	4.392,30	4.392,30	52.707,60
PAGO DE LICENCIAS	43,78	43,78	43,78	43,78	43,78	43,78	43,78	43,78	43,78	43,78	43,78	43,78	525,32
TOTAL	6.573,66	6.573,66	6.573,66	6.573,66	6.573,66	6.573,66	6.573,66	6.573,66	6.573,66	6.573,66	6.573,66	6.573,66	78.883,95