

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
MAESTRÍA EN DISEÑO ESTRATÉGICO E INNOVACIÓN

Herramienta de optimización en el tiempo del proceso de búsqueda y contratación de proveedores de Marketing.

PROYECTO DE GRADO

KAREN MARÍA MEJÍA GUZMÁN
CARNET 10319-08

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, NOVIEMBRE DE 2017
CAMPUS CENTRAL

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
MAESTRÍA EN DISEÑO ESTRATÉGICO E INNOVACIÓN

Herramienta de optimización en el tiempo del proceso de búsqueda y contratación de proveedores de Marketing.

PROYECTO DE GRADO

TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE
ARQUITECTURA Y DISEÑO

POR
KAREN MARÍA MEJÍA GUZMÁN

PREVIO A CONFERÍRSELE

GRADO ACADÉMICO DE MAGÍSTER EN DISEÑO ESTRATÉGICO E INNOVACIÓN

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, NOVIEMBRE DE 2017
CAMPUS CENTRAL

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR

RECTOR: P. MARCO TULIO MARTINEZ SALAZAR, S. J.
VICERRECTORA ACADÉMICA: DRA. MARTA LUCRECIA MÉNDEZ GONZÁLEZ DE PENEDO
VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN: ING. JOSÉ JUVENTINO GÁLVEZ RUANO
VICERRECTOR DE INTEGRACIÓN UNIVERSITARIA: P. JULIO ENRIQUE MOREIRA CHAVARRÍA, S. J.
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO: LIC. ARIEL RIVERA IRÍAS
SECRETARIA GENERAL: LIC. FABIOLA DE LA LUZ PADILLA BELTRANENA DE LORENZANA

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

DECANO: MGTR. CRISTIÁN AUGUSTO VELA AQUINO
VICEDECANO: MGTR. ROBERTO DE JESUS SOLARES MENDEZ
SECRETARIA: MGTR. EVA YOLANDA OSORIO SANCHEZ DE LOPEZ

NOMBRE DEL ASESOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN

LIC. LEANDRO MAURICIO PORRAS MOLINA

TERNA QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN

MGTR. JUAN PABLO SZARATA
MGTR. MYNOR MAURICIO ROMERO GARCIA
ARQ. LIONEL ALBERTO RODRIGO BRAVO PINEDA

Guatemala, 4 de octubre de 2017

Sres. Miembros del Consejo de Facultad

Facultad de Arquitectura y Diseño

Maestría en Diseño Estratégico e Innovación.

Estimados señores:

Por este medio deseo dejar constancia y hacer de su conocimiento que el proyecto de titulación del programa de la Maestría en Diseño Estratégico e Innovación presentando por el/la estudiante: **KAREN MARÍA MEJÍA GUZMÁN**, con número de carné **1031908**, con el título: **“Herramienta de optimización en el tiempo del proceso de búsqueda y contratación de proveedores de Marketing”**, ha sido asesorado y revisado por mi persona y considero que cumple con los requisitos necesarios para ser presentado y evaluado ante las instancias correspondientes.

Sin otro particular, atentamente.


Mgtr. Leandro Mauricio Porras Molina.
Magister en diseño de servicios



Orden de Impresión

De acuerdo a la aprobación de la Evaluación del Trabajo de Graduación en la variante Proyecto de Grado de la estudiante KAREN MARÍA MEJÍA GUZMÁN, Carnet 10319-08 en la carrera MAESTRÍA EN DISEÑO ESTRATÉGICO E INNOVACIÓN, del Campus Central, que consta en el Acta No. 03196-2017 de fecha 6 de noviembre de 2017, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado:

Herramienta de optimización en el tiempo del proceso de búsqueda y contratación de proveedores de Marketing.

Previo a conferírsele grado académico de MAGÍSTER EN DISEÑO ESTRATÉGICO E INNOVACIÓN.

Dado en la ciudad de Guatemala de la Asunción, a los 30 días del mes de noviembre del año 2017.



**MGTR. EVA YOLANDA OSORIO SANCHEZ DE LOPEZ, SECRETARIA
ARQUITECTURA Y DISEÑO
Universidad Rafael Landívar**

Resumen Ejecutivo

El mercadeo en la actualidad es un área indispensable para poder llegar al consumidor de diferentes maneras, pero las empresas o negocios necesitan de proveedores que puedan ayudarles a cumplir sus objetivos de ventas de su plan de mercadeo de una manera eficiente. Sin embargo para las personas que ocupan esta función dentro de las empresas, o dueños de negocios, esta no es una tarea fácil ya que no existe en la actualidad un espacio digital donde se encuentren los proveedores de una manera fácil y eficiente. Es por esto que se pensó en crear una solución que permita optimizar este proceso al usuario y que a su vez todas las empresas que fungen como proveedores de marketing puedan potencializar el mercado llegando al target que busca sus servicios de forma directa. Por lo que a través de las herramientas de Design Thinking y un Plan de Marketing se llevó a cabo la “Plataforma Digital Click Gt” en la que los usuarios podrán optimizar recursos y tiempo a través de una búsqueda inteligente con filtro de datos que les permita encontrar lo que buscan en una sola visita, comparando propuestas y viendo referencias de los proveedores que cotizan para poder contratar al proveedor que mejor se adapta a su necesidad. El retorno de la inversión se recuperará en 5 años con un valor presente neto de Q. 229,999.28 con una tasa interna de retorno del 22%.

Índice

1. Introducción	1
2. Marco Teórico (Contexto)	2
2.1 Factores Sociales:	2
.....	4
5 tendencias de marketing que se verá en 2017	8
4.2 Factores Económicos:	9
4.3 Factores Tecnológicos	12
Tendencias de negocios con futuro en 2017	13
Customer engagement: el foco en la fidelización.....	13
Internet, Tecnología y Transformación Digital	13
3. Descripción de la Problemática	17
3.1 Descripción y Justificación	17
3.2 Actores	19
4. Brecha de Oportunidad	20
4.1 Descripción y Justificación	20
4.2 Casos Análogos	20
4.2.1 Antecedentes y Contexto.....	20
4.2.2 Business Model Canvas	21
4.2.3 FODA	22
4.2.4 Canvas Estratégico	22
4.2.5 Conclusiones.....	22
5. LA IDEA	27
5.1 Descripción de la idea y su contexto	27
5.2 Business Model Canvas.....	28
5.3 Misión, Visión y Objetivos Estratégicos.....	29
5.4 Servicios o Productos	29
5.5 Estructura Organizacional.....	31
5.6 Mapa de la Estrategia	32
5.7 Diseño del Servicio	33
5.7.1 Concepto del Servicio	34
5.7.2 Desarrollo y Evolución del Servicio.....	34
5.7.3 Ciclo de Vida del Servicio	35
5.7.4 Forma de Uso y Cuidados	36
5.7. 5 Prototipado (Service Blue Print).....	42

5.8 Experiencia del Servicio (Usuario)	46
5.8.1 Experiencia del Cliente (Proveedor)	52
5.9 Tipo de Innovación en el servicio o producto.....	54
5.10 Design Thinking aplicado al proyecto.....	54
6. Plan de Marketing.....	55
6.1 Diseño y Construcción de Marca	55
6.1.1 Estrategia de Branding a partir de Canvas Estratégico.....	55
6.1.2 Atributos de la marca.....	56
6.1.3 Personalidad de Marca.....	57
6.1.4 Posicionamiento	57
6.1.5 Arquitectura de Marca	58
6.2 Precios.....	60
6.2.2 Comparación con la Competencia en la Competencia	60
5.9.1 Márgenes de Comercialización	60
6.2.4 Condiciones de Pago	60
6.2.3 Pronóstico de Venta	61
6.2 Canales de Venta.....	61
6.3.1 Canales de Venta del Servicio	61
6.3.2 Relaciones con los clientes	62
6.4 Promoción.....	62
6.4.1 Público Objetivo	62
6.4.2 Publicidad.....	63
6.4.3 Promoción de Ventas	65
6.4.4 Relaciones Públicas	65
6.4.5 Equipo de Ventas	66
6.4.6 Marketing Directo	67
6.4.7 Cuadro de presupuesto de herramientas de comunicación	69
7. Marco legal	70
7.1. Marco Legal Empresa	70
7.1.1 Lugar de constitución de la empresa, áreas afectadas legalmente.....	70
7.1.1. Constitución de empresa:.....	70
7.1.3. Requisitos legales para la comercialización y comunicación	71
7.1.4. Sintonía con la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO)....	72
7.2. Marco Legal Marca	72
7.2.1. Pasos para registrar una marca en Guatemala	72

7.2.2.	Protección de derechos de propiedad intelectual	77
7.2.3.	Vigilancia de marca	77
8.	Prospectiva y Análisis de Factibilidad.....	78
8.1	Prospectiva y Formulación de Escenarios	78
8.2	Análisis de Factibilidad.....	79
8.2.1	Proyecciones Financieras de 5 años	79
8.2.2	Estado de Pérdidas y Ganancias.....	80
8.2.3	Punto de equilibrio VAN Y TIR.....	80
9.	Conclusiones.....	82
9.1	Recomendaciones	83
10.	Anexos	84
11.	Bibliografía.....	117

1. Introducción

El Proyecto que a continuación se presenta describe los pasos de una investigación para encontrar la mejor solución para poder optimizar el tiempo de búsqueda y contratación de proveedores de Marketing para los usuarios que constantemente demandan estos servicios para poder satisfacer y cumplir sus objetivos de marca.

Describe pasos importantes como encuestas realizadas a los actores involucrados para poder determinar la opción más adecuada que responda a sus necesidades de negocio así como el proceso de Diseño del servicio, elemental para poder dar una solución que estratégicamente responda a un modelo de negocio eficiente e innovador en el proceso de contratación de proveedores de Marketing.

Se plantea un Plan de Marketing que responda al correcto uso de las herramientas de mercadeo que permiten comunicar de una forma adecuada el servicio al target seleccionado y describe cada una de las variables de las 4p's presentando una oferta comercial completa para su uso.

Así mismo contempla el área Legal, primordial para poder operar en el mercado Guatemalteco y proyecciones financieras de 5 años que permiten ver el comportamiento económico y al rentabilidad del proyecto así como el análisis de factibilidad del mismo a través del Valor presente neto y la tasa interna de retorno.

2. Marco Teórico (Contexto)

2.1 Factores Sociales:

Según el registro de Gremiales de la Cámara de Industria de Guatemala, existen más de 40 sectores industriales entre ellos los más importantes se muestran en el siguiente gráfico

GREMIALES +40

Agencias de Carga	Calzado y Productos afines	Talleres de Enderezado y Pintura
Arrendadores de Maquinaria y Equipo	Fabricantes de Cerveza	Tecnología e Innovación
Artes Gráficas e Impresión	Fabricantes de papel	Tejido de Punto
Cosméticos	Fabricantes de productos alimenticios	Telecomunicación
Courier, paquetería y mensajería	Fabricantes de tuberías y accesorios plásticos	Tostadores de Café
Dulces, Chicles y Chocolates	Farmacéuticos	Forestal
Editores	Licorera	Logística de Guatemala
Embotelladores	Operadores de Telefonía pública	Textil
Empacadores, embudidos y carnes procesadas	Operadores de Tv por Cable	Publicidad Exterior
Productos y Servicios Ambientales	Plantas Pasteurizadoras de Lácteos	Restaurantes
Seguridad Privada	Profesionales de Compras	Seguridad Industrial
Subcontratación de Talento Humano	Proveedores de Productos Hospitalarios	Envasadores de Agua
Fabricantes de Alimentos	Fabricantes de Artículos de Plástico	Bodegas
Industrias extractivas	Generadores de Electricidad	Recicladoras

Tabla 1 Gremiales

Fuente: Cámara de Comercio de Guatemala

A su vez estos se clasifican según el tamaño de la Empresa en:



Gráfico 1 Conformación del Sector Industrial según el tamaño de Empresa

Fuente: Cámara de Comercio de Guatemala

Los Centros Comerciales en Guatemala se han convertido en una forma de entretenimiento para las familias y jóvenes que buscan diferente maneras de pasar el

tiempo libre, actualmente existen más de 20 Centros Comerciales de pequeño y gran formato (más de 100 opciones de compra) concentrados en la Ciudad Capital, pero también ubicado en el interior de la República, que se dirigen a distintos segmentos de mercadeo.



Grafico 3 Principales Centros Comerciales de la Ciudad de Guatemala

Fuente: Propia

Según el Estudio de Mercado realizado por MERCAPLAN (febrero 2017) para un Centro Comercial en Guatemala de gran formato se muestra en perfil del visitante y los principales Centros Comerciales, así como las razones de visita para estos Centros.

En su mayoría los Centros Comerciales son visitados por Millennials



Compran y consumen de forma inteligente



Una generación con sed social y que crea comunidad

PERFIL DE VISITANTE

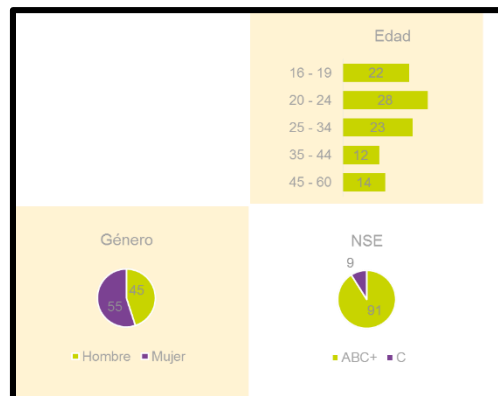
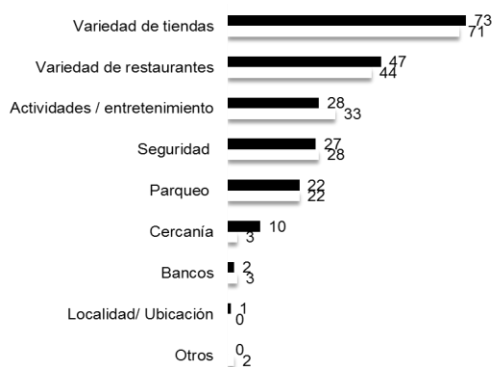


Gráfico 3 Perfil del Visitante en Centros Comerciales

Fuente: Estudio elaborado por MERCAPLAN (feb, 2017)

¿Qué buscan en un centro comercial?



Lo que busca representa los must haves de la categoría. Sin embargo, no solo quieren cualquier tienda, los centros comerciales deben manejar una amplia variedad de marcas que estén alineados con la moda actual o con los trends.

Además de esto, cobros moderados en parqueos, ubicaciones cercanas o de fácil acceso, y la variedad de restaurantes (fast food + comida casual como cafés o bistrós) son aspectos importantes en la toma de decisión.

Algo que sobresale como una característica valorada son los espacios abiertos.

Gráfico 4 Razón de Visita para Centros Comerciales

Fuente: Estudio elaborado por MERCAPLAN (feb, 2017)

Es importante conocer las razones de visita para Centros Comerciales, pues de esto depende en gran parte sobre qué inversión hacen este tipo de empresas, para saber qué tipo de proveedores pueden requerir.

Además de estos elementos, hay algunas otras ideas que podrían formar parte de su ideal de Centro Comercial:

Las personas buscan una experiencia gratificante, completa, de compras y entretenimiento, en un lugar organizado para facilitar el ubicar y comparar artículos, informarse con antelación de las actividades que pueden disfrutar en el centro y culminar su visita en cafés, bares – restaurantes que tengan un ambiente agradable.



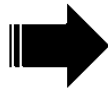
Gráfico 5 Otras razones por las que visitan Centros Comerciales

Fuente: Estudio elaborado por MERCAPLAN (feb, 2017)

Actividades y promociones que les gustaría ver en un centro comercial

Un centro comercial debe contar con un programa de actividades originales de entretenimiento que ofrezcan una experiencia única. Esto incluye exhibiciones de carros, actividades de baile y música.

Las personas buscan promociones generales del centro comercial y ofertas de los locales. La comunicación sobre las actividades debe mantenerse en redes sociales, gracias a que son el medio de comunicación con mayor impacto en el momento.



“Algo más interactivo, a mí me llama la atención tal vez para oír música”

“Un local de actividades movidas, como Laser Héroe”.

“Un local de actividades movidas, como Laser Héroe”.

“Ofertas de maquillaje, de productos para el pelo”

“Ofertas de maquillaje, de productos para el pelo”

“Algún tipo de local como gimnasio, el zumba es algo que está de moda últimamente”.

“Algún tipo de local como gimnasio, el zumba es algo que está de moda últimamente”.

Gráfico 6 Actividades y Promociones que les gustaría ver en un Centro Comercial

Fuente: Estudio elaborado por MERCAPLAN (feb, 2017)

Según la UGAP (Unión Guatemalteca de Agencias de Publicidad)

Están registradas 18 Agencias de publicidad de formato grande

Sin embargo en Guatemala existen más de 40 Agencias de Publicidad que están registradas en Páginas Amarillas y en DeGuate.com de formato mediano y pequeño como; *APCU, KREATIVA, CREATIVE SOLUTIONS, CREATIVIDAD REAL, PUNTO DE VISTA, ROJO COMUNICACIONES* y muchas otras que no están registradas, pero operan en Guatemala.



Las Agencias de publicidad representan a las marcas, trabajan para ellas, son importantes para el proyecto pues es interesante conocer cuántas existen en el país porque ellas también contratan servicios de distintos tipos de proveedores

Según el último estudio publicado por KANTAR IBOPE MEDIA; firma internacional especializada en investigaciones de medios y mercadeo en América Central y el Caribe, presentó la inversión Publicitaria en Guatemala para el 2015 la cual creció en un 18% vrs el 2014

Las empresas invirtieron \$939 millones el cual está distribuido de la siguiente manera:



Gráfico 7 Participación de los Medios del total de Inversión

Fuente: IBOPE MEDIA

Así mismo revelo que los sectores que más se anuncian son:

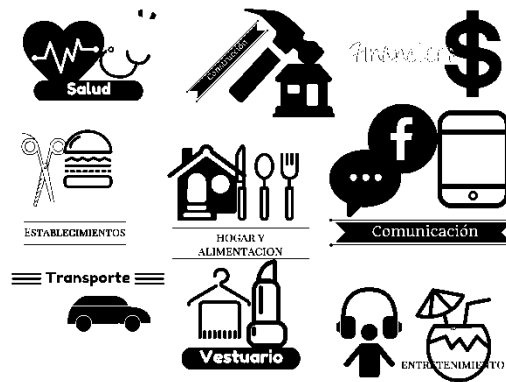


Gráfico 8 Sectores con mayor inversión en Publicidad

Fuente: IBOPE MEDIA

5 tendencias de marketing que se verá en 2017



Tabla 2: Tendencias del Marketing para el 2017

Fuente: Marketing Directo

Las tendencias de Marketing para el 2017 son importantes para el proyecto, esto porque en el área de mercadeo de las empresas están en constante investigación acerca de las nuevas tendencias para adaptarlas a sus segmentos de mercado, pero no las pueden ejecutar con recursos propios, es por ello se valen de los proveedores para poder implementar todos estos servicios de innovación y esa búsqueda de proveedores es la que se pretende facilitar.

4.2 Factores Económicos:

Según el Banco de Guatemala, muestra las estadísticas macroeconómicas del Producto Interno bruto real medido por el origen de la producción en el sector industrial

PRODUCTO INTERNO BRUTO REAL MEDIDO POR EL ORIGEN DE LA PRODUCCIÓN					
AÑOS 2016-2017					
Estructura porcentual y tasas de crecimiento					
ACTIVIDADES ECONOMICAS	Estructura Porcentual			Tasas de Variación	
1. Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	13.5	13.4		2.9	3.2
2. Explotación de minas y canteras	0.8	0.7		-8.5	-10.2
3. Industrias manufactureras	17.6	17.6		3.3	3.4
4. Suministro de electricidad y captación de agua	2.9	2.9		5.4	5
5. Construcción	2.8	2.8		1.8	4.9
6. Comercio al por mayor y al por menor	11.8	11.8		3.7	3.5
7. Transporte, almacenamietno y comunicaciones	10.3	10.2		2.6	3
8. Intermediación financiera, seguros y actividades auxiliares	6.2	6.6		7.8	8.6
9. Alquiler de vivienda	9.8	9.8		3.1	3
10. Servicios Privados	15.7	15.7		2.9	3.2
11. Administración pública y defensas	7.7	7.8		2.5	4.7
PRODUCTO INTERNO BRUTO				3.1	3.1-3.8

TABLA 3 Producto Interno Bruto Real Medido por el Origen de la Producción

Fuente: BANGUAT (2016-2017)

La actividad económica medida por la estimación del Producto Interno Bruto (PIB) real registró un crecimiento del 2.6% en el tercer trimestre del 2016, el cual estuvo impulsado principalmente por el comportamiento positivo que mostro el gasto de consumo privado.

El PIB por el origen de la producción se caracterizó por el comportamiento positivo que registró la mayoría de actividades económicas, entre las cuales destaca el crecimiento de las actividades de industrias manufactureras 3.3% y Comercio al por mayor y menor, 2.5%, actividades que en su conjunto representaron alrededor del 85% de la tasa de crecimiento del PIB.

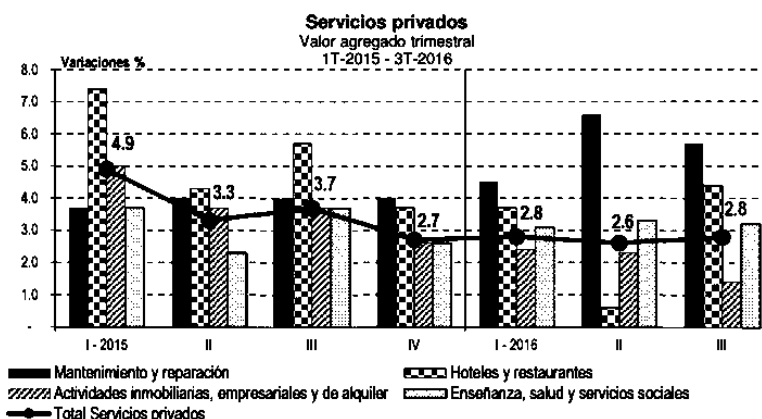


Grafico 9 **Servicios Privados.**

Fuente: BANGUAT

En el crecimiento de los Servicios Privados influyó el desempeño positivo mostrado por el grupo de Hoteles y Restaurantes, actividades que se favorecieron por el incremento observado en la demanda final, situación que se reflejó en la apertura de nuevos locales de restaurantes. En cuanto al mantenimiento y reparación de vehículos este registró un mayor dinamismo, derivado del incremento del parque vehicular y de precios favorables de los combustibles.

Por su parte en el comportamiento de actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler, destacó el crecimiento observado de las actividades inmobiliaria; y en las otras actividades empresariales, tales como servicios de seguridad, cobranza, y centros de llamadas, debido al aumento en la demanda de estos servicios, principalmente, por parte del comercio al por mayor y al por menor de la intermediación financiera.

En cuanto al crecimiento reportado por las actividades relacionadas con la enseñanza, salud y servicios sociales, éste estuvo influenciado por el incremento observado en la demanda por servicios médicos, y de diversos relacionados con la salud humana.

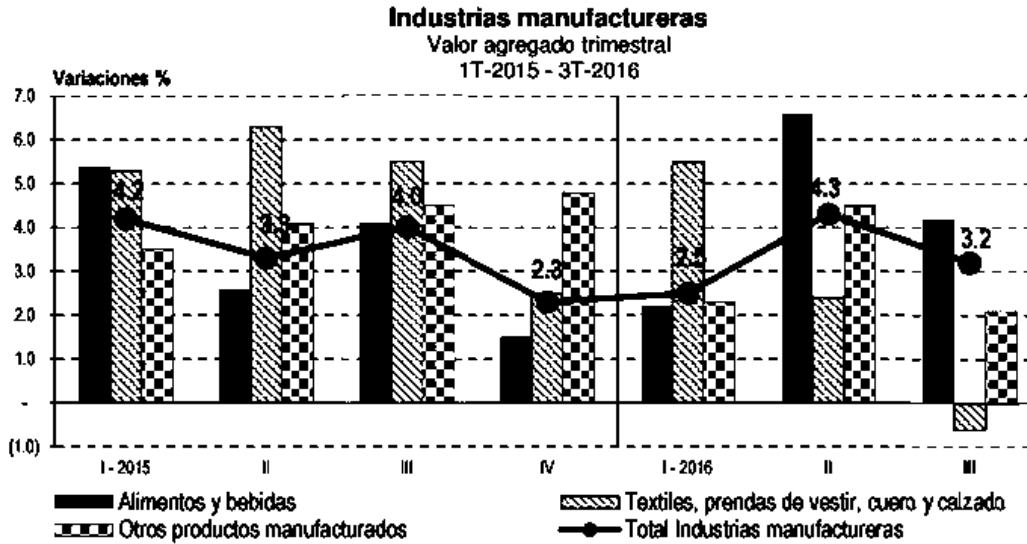


Grafico 10 **Industrias Manufactureras.**

Fuente: BANGUAT

El crecimiento de la industria manufacturera se asoció al desempeño positivo que registraron las actividades del grupo de alimentos y bebidas, particularmente las relacionadas con la elaboración de aceites y grasas de origen vegetal y animal, como resultado del incremento en la demanda de este tipo de productos.

En lo que corresponde al crecimiento del grupo de actividades relacionadas con los otros productos manufacturados, éste se vio influenciado por el crecimiento registrado en las actividades de productos químicos (abonos y pinturas)

Por último las actividades relacionadas con la fabricación de productos textiles, prendas de vestir, cuero y calzado registraron una caída, producto de la menor demanda externa de textiles y prendas de vestir.

4.3 Factores Tecnológicos

Guatemala lidera generación de servicios de tecnología en Centro América

La tecnología puede ser una fuente de desarrollo para Guatemala puesto que es un tipo de producto que fácilmente se exporta a cualquier nación y que gracias al acceso a Internet cada día más guatemaltecos tienen formación en tecnología a un nivel altamente especializado al igual que los profesionales de países más desarrollados.

Guatemala actualmente cuenta con un buen número de profesionales con competitividad a nivel internacional y esta tendencia se va consolidando con el paso de los meses.

A muchas empresas del extranjero les resulta conveniente sub-contratar a empresas de Guatemala o Centroamérica ya que el costo es menor comparado a contratar equipos similares en Estados Unidos o Inglaterra.

	<p>Servicios de Desarrollo de Software</p> <ul style="list-style-type: none">• La empresa Elemental Geeks cuenta con servicios de desarrollo de aplicaciones para IPADS, facebook apps.
	<p>Servicios de Publicidad por Internet</p> <ul style="list-style-type: none">• Empresas como TPP Emarketing , brindan servicios incluso a nivel Latinoamericano
	<p>Servicios en Social Media Marketing</p> <p>Empresas como: Atómica , Consulting Team y The Buzz Agency</p>
	<p>Servicios de Diseño y Desarrollo Web</p> <p>Empresas como Shiftt y Solución Web ya cuentan con fama internacional , destacando en servicios como; Epic Design, Power Development, Royal Estudios</p>
	<p>Servicios de Marketing Online y Analítica Web</p> <p>Es relevante la empresa TPP Emarketing por su experiencia en el mercado</p>

TABLA 4 Empresas Guatemaltecas que lideran los servicios de Tecnología en Centroamérica

Fuente: ILIFEBELT

Este artículo muestra las empresas más relevantes en Guatemala para el desarrollo de tecnología, lo que es importante conocer para el desarrollo del proyecto pues actualmente la tendencia en cualquier mercado son los avances en esta rama y las formas en las que se pueda incorporar a la idea de negocio.

Tendencias de negocios con futuro en 2017

Algunas tendencias no se circunscriben a un año específico sino que requieren tiempo para su desarrollo e implantación. Es el caso de la robotización o mecanización de la economía que algunos expertos consideran la principal tendencia de la venidera cuarta revolución industrial que empieza a gestarse.

Todas las nuevas tendencias e innovaciones de tecnología son importantes para tener un panorama de qué herramientas se pueden integrar al proyecto

Customer engagement: el foco en la fidelización

Si hay un aspecto dominante que marcará el devenir de pymes y negocios en 2017 y el futuro a corto plazo es el customer engagement o compromiso con el cliente. Éste tiene como objetivo estrechar la relación del cliente con la marca y fidelizarla. Una gran parte de las tendencias tecnológicas y aplicaciones que en este artículo se mencionan (inteligencia artificial, mensajería en directo con chatbots, cloud o análisis de datos...) están directa o indirectamente encaminadas a optimizar la experiencia de usuario y con ellas procurar su fidelización.

Internet, Tecnología y Transformación Digital

El desarrollo tecnológico y la generalización de internet y sobre todo de los Smartphone han cambiado la forma de realizar casi todas las actividades profesionales o de la vida personal, afectando directamente a los patrones de consumo y gasto de empresas y personas por todo el planeta y aportando una enorme mejora en los procesos de gestión

de la información. Y creando, claro está, excelentes oportunidades de negocios con futuro, rentables y en auge.

- **Social Commerce:** la evolución natural del comercio electrónico incorporando el elemento social, en el que las recomendaciones, especialmente de amigos y familiares, son un gran refuerzo para conseguir ventas.

Economía colaborativa: las comunidades online y el concepto de internet social vienen dando lugar a nuevos negocios basados en el conocimiento compartido, donde destacaba sobre todo el sector turístico. Pero el gran salto ha sido que surjan comunidades de particulares que se unan para ofrecer servicios de transporte (coches compartidos, taxis), alojamiento turístico en domicilios particulares, cursos de formación e incluso financiación (crowdlending y crowdfunding).

- **Geolocalización:** internet aúna lo global con lo local, al facilitar la comunicación y creación de redes con los que están lejos (dimensión global) pero también y muy especialmente con los que están muy cerca (dimensión local). Y las funcionalidades y capacidades para actuar en estas dos dimensiones van a seguir creciendo. Pequeñas comunidades locales integradas en comunidades globales.

(Chatbots) y Consultas de voz: El pasado año Facebook anunciaba la llegada de los chatbots a su Messenger. Los chatbots son software de inteligencia artificial que se desarrollan en las aplicaciones de mensajería para cumplir con su objetivo: la atención al cliente. Durante 2017 se espera su implementación en el resto de redes.

WEB 3.0. Y BIG DATA (y small data):

- **Transición de la web 3.0 a la web 4.0:** La clave de la web 3.0 es el acceso a la información mucho más natural y personalizada a través de buscadores, a

aplicaciones integradas y procesos de marketing automation. En 2017 y el futuro a corto medio plazo el salto tecnológico será hacia la web 4.0 que ofrecerá soluciones tecnológicas para permitir comportamientos más inteligentes y mayor interacción con el internauta.

- **Big Data y Deep Profile:** más información de los consumidores: Este campo abre enormes posibilidades para que puedas analizar y conocer las preferencias de tus consumidores antes de interactuar con tus campañas de marketing online y en redes sociales. Las marcas están almacenando los datos de millones de consumidores permitiendo la ampliación de los momentos y enfoques para relacionarse con el consumidor gracias a las herramientas de marketing automation. Las grandes empresas ya lo están haciendo y también algunos emprendedores y pequeños negocios.
- **Analítica avanzada, generalizada e invisible.** Con el crecimiento del Internet de las cosas y de los dispositivos tecnológicos integrados está aumentando enormemente la creación de grandes volúmenes de datos estructurados y no estructurados. Como resultado, las tecnologías analíticas se integrarán, de manera invisible, en todas las aplicaciones.
- **Filtrado de contenidos:** asistimos ya a una situación de sobreinformación y saturación por parte del internauta. Esto dará lugar al filtrado de contenidos, que se irá automatizando en base a las soluciones 3.0. El contenido perderá valor en detrimento del contexto, que a través de nuevas aplicaciones filtrarán el contenido. Google ya lo está haciendo. Aunque seguirá siendo fundamental la generación de contenido de verdadera calidad, ello no será suficiente por sí solo.
- **Small Data:** El Big Data se ha instaurado con éxito en el mundo empresarial. Sin embargo, en el punto de mira de las empresas para el próximo 2017 figura el Small Data que, lejos de encontrar correlaciones en grandes volúmenes de datos se

centran más en las causas y los factores que los originan. En definitiva, las empresas nuevas se centrarán en los pequeños datos para contextualizar y establecer razones.

A través de una entrevista realizada por la periodista Nancy Malacara, con Alex Corona, Director de Mercadotecnia de ASPEL, dijo que de entrada el reto más latente que se tiene es que la publicidad BTL no sea intrusiva y que logre conectar al consumidor de una manera orgánica y creíble

Hay que tomar en cuenta que el BTL está creciendo. Acorde con el último estudio de inversión BELOW THE LINE, realizado por el Departamento de Investigación de INFORMA BTL se prevé que supere los 50 mil millones de pesos este año.

De acuerdo al especialista estas son las nuevas tendencias:

1. La participación colectiva en la creación de productos y marcas innovadoras
2. Omnicanal es un tema crucial que maximiza la experiencia de marca
3. Las transacciones incluyen: búsqueda y navegación, preventa, compra, devoluciones, post venta, investigación antes de la compra
4. Integración de todos los canales físicos (offline) y los canales digitales (on línea) para ofrecer una experiencia de compra unificada

3. Descripción de la Problemática

3.1 Descripción y Justificación

Según la Cámara de Industria de Guatemala existen más de 40 gremiales registradas (entre estas figuran sectores importantes que mueven la economía como; *Publicidad exterior, Telecomunicaciones, Restaurantes, Hoteles, Alimentos y bebidas, entretenimiento, calzado y ropa entre otras*) estas empresas requieren proveedores para poder ejecutar sus planes de mercado.

El mismo caso para los Centros Comerciales, actualmente según la búsqueda que se llevó a cabo a través de Internet existen más de 30 Centros Comerciales en la Ciudad Capital que van dirigidos a distintos segmentos de mercado, también figuran Agencias de Publicidad que demandan servicios de mercadeo para sus clientes; como contratación de medios, actividades BTL; que según el Código Visual se define como; el acrónimo de ***Below The Line*** (debajo de la línea) y consiste en emplear formas de comunicación no masivas dirigidas a un segmento específico (**target**) empleando como armas principales **la creatividad, la sorpresa o el sentido de oportunidad**, creando a su vez canales novedosos para comunicar el mensaje deseado, ya sea publicidad como información corporativa interna. Dentro del Below the Line (también podemos llamarla publicidad no convencional) se ubican el **marketing directo**, el **marketing promocional** (las promociones de ventas), el **marketing relacional**: las relaciones públicas, patrocinios, merchandising, etc. Y mucho más. Según la UGAP existen 18 agencias de formato grande registradas, sin embargo en Guatemala según el registro en Páginas Amarilla y el portal De Guate que registra empresas, hay más de 60 agencias que operan en el país de formato pequeño y grande, por la cantidad de clientes que atienden y servicios que ofrecen.

Así mismo existen negocios individuales de formato pequeño o mediano que surgen de ideas familiares o emprendimientos para incrementar generar nuevas formas de ingreso como: panaderías, librerías, venta de ropa y accesorios, pastelerías, decoración de interiores, entre otras donde muchas veces no cuentan con una persona que tenga conocimientos de marketing o administración y no saben dónde y cómo conseguir empresas que les ayuden a dar a conocer su marca de un mejor manera y abarcar mayor potencial de clientes.

Por lo que el problema puntual que se identifica tanto para empresas grandes como negocios pequeños que demandan servicios de marketing para dar a conocer su marca de una mejor manera radica en que desconocen en dónde pueden encontrar proveedores de marketing que ofrezcan una amplia gama de servicios, y cuál es la mejor manera de dar a conocer su marca o llevar a cabo una actividad o proyecto, necesitan agilidad en las cotizaciones y ayuda para poder saber las últimas tendencias de mercado sobre qué acciones de marketing llevar a cabo para poder encaminar mejor la marca.

Es necesario realizar un trabajo de investigación para poder determinar la mejor manera para poder acercarse a las empresas y proveedores de Marketing.

Es por esta razón que el objetivo del proyecto es determinar la solución adecuada para facilitar la búsqueda de proveedores de marketing generando nuevas ideas a las marcas y que cumplan con sus objetivos acortando tiempos de búsqueda y contratación.

Para poder justificar la problemática planteada se llevó a cabo una encuesta vía electrónica

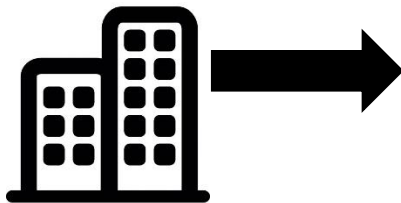
Ver Anexo 10.1

3.2 Actores

Usuarios



Proveedores
(Clientes)



El perfil de usuario está enfocado en personas que ocupan puestos como; Asistentes de compras mercadeo, coordinadores, planificadores y Gerentes de Marketing cuyo objetivo en común es cumplir los objetivos del plan de marketing a través de su ejecución, es por ello que necesitan encontrar proveedores de marketing que puedan ejecutar sus proyectos de una manera efectiva.

Así como personas con negocios individuales que desconocen la mejor manera de dar a conocer su marca cotizando rápidamente para generar ingresos en el menor tiempo posible.

Los proveedores (Clientes) que pagan por

Formar parte de Click Gt, son pieza clave en este servicio ya que son las empresas que prestan servicios marketing a otras para poder ejecutar y cumplir con los objetivos de mercadeo.

Son empresas grandes y medianas que tienen operando más de 2 años en el mercado y

No tienen ningún problema legal y están dispuestas a cumplir con los tiempos y eficiencia en el proceso para satisfacer a los usuarios que utilicen la plataforma

Herramienta de trabajo; Mapa de Empatía ver Anexo 10.9.1

4. Brecha de Oportunidad

4.1 Descripción y Justificación

La oportunidad de negocio está en facilitar la búsqueda y contratación de proveedores de marketing en diversas categorías de servicios a las empresas y negocios individuales así como ayudar a encontrar la mejor manera de dar a conocer su marca a través de la muestra de proyectos de innovación que generan los proveedores de marketing.

Se llevó a cabo una encuesta con usuarios (asistentes del departamento de compras, Coordinadores y Gerentes de Mercadeo , así como asistentes del área de distintos giros de negocio como ; Centros Comerciales, Empresas de alimentos, Inmobiliarias, Agencias de Medios) **Ver Anexo 10.1** para poder validar la necesidad que existe por contar con un servicio eficiente, donde se puedan encontrar estos proveedores en un solo lugar, y poder ahorrar tiempo en la búsqueda, logrando contratar un servicio y establecer relaciones comerciales duraderas convirtiéndose en aliados comerciales.

4.2 Casos Análogos

Trivago

4.2.1 Antecedentes y Contexto

El buscador de hoteles de trivago te permite comparar fácilmente los precios de más de 1 millón de hoteles de todo el mundo en más de **250** webs de reserva. Cada mes, más de 120 millones de viajeros usan este buscador y comparador de hoteles para comparar distintas ofertas en el mismo destino. Además, te aportamos información útil para viajar a ciudades como Nueva York o Miami. Encontrar tu hotel ideal en Trivago es un proceso rápido y sencillo. Si buscas ideas para tu próxima aventura, recuerda que Los Ángeles y sus alrededores son una excelente opción para viajes de una semana o más, y en nuestro buscador encontrarás una gran cantidad de hoteles disponibles.

Las soluciones de Trivago son

Hotel Manager Espacio sin costo de registro para los Hoteles y ampliar la red de opciones para los usuarios

Comunidad Utiliza las opiniones y recomendaciones de los viajeros para validar la estadía en hoteles y a cambio da millas canjeables por dinero

Room5 Sección de Top de Hoteles, los más populares, artículos cortos para conocer más sobre los hoteles.

Tabla 5: **Soluciones que brinda Trivago** Fuente Propia

4.2.2 Business Model Canvas



Key Partners Hoteles en todo el Mundo Complejos Turisticos	Key Activities Pauta en Medios Digiitales Alianzas son Hoteles	Value Propositions Dar a conocer todas las opciones de hospedaje haciendo una comparación de la búsqueda ayudando al usuario a conocer el mayor hotel antes de hospedarse	Customer Relationships Fan Page Oficial en Facebook Cuenta official en Instagram Pagina web App responsive	Customer Segments Turistas : En todo el mundo que buscan la mayor opcion para hospedarse Hoteles : Que tienen interes en dar a conocer sus servicios y atraer la mayor cantidad de hoespedes
	Key Resources Aliados Estratégicos Marketing Digital specialist Software		Channels Internet Socios Estratégicos	
Cost Structure Sueldos Administrativos Impuestos Gastos de operacion			Revenue Streams Publicidad	

Tabla 6: **Business Model Canvas Trivago**. Fuente Propia

4.2.3 FODA

F Posicionada a nivel mundial como la el buscador que compara hoteles antes de hospedarse	O Atender otros nichos de mercado Crear alianzas para negocios corporativos
D No acepta pagos directos del cliente ya que lo direcciona a sus aliados (Hoteles)	A Competencia como AIRBNB que hace búsquedas rápidas de casas, hoteles, villas etc a los usuarios y se paga directamente a la aplicación

Tabla 7: **FODA Trivago**. Fuente Propia

4.2.4 Canvas Estratégico

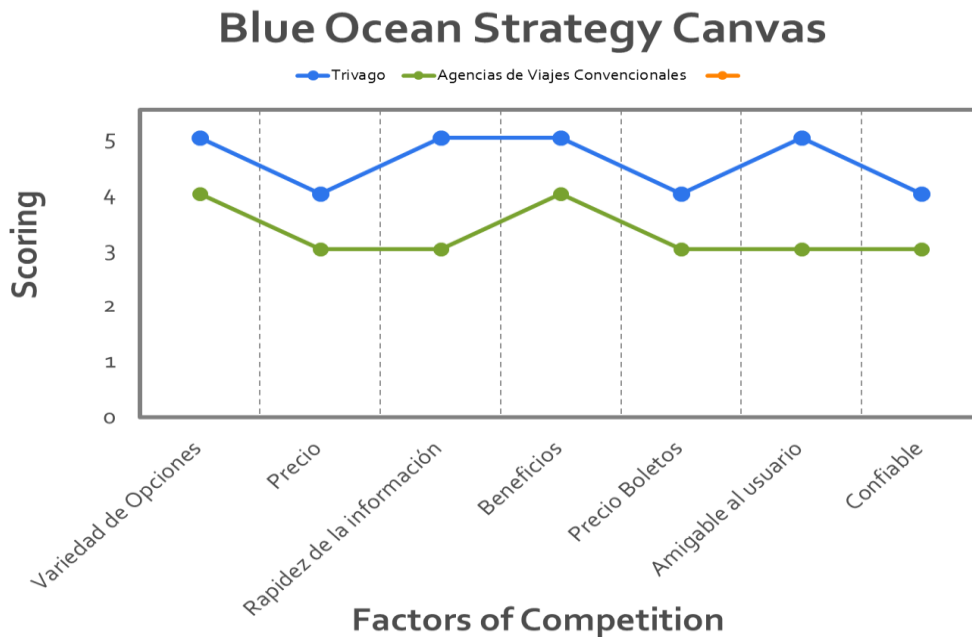


Gráfico 11. **Blue Ocean Strategy Canvas**. Fuente Propia

4.2.5 Conclusiones

El modelo de negocio Trivago es similar al que se plantea para la búsqueda de proveedores ya que pretende facilitar el acceso a los mismos, brindando al usuario las

mejores opciones, con los mejores precios para trabajar los distintos proyectos que se plantean.

Haciendo un review de su página en Facebook con los comentarios de usuarios, es importante limitar la responsabilidad del Portal en la contratación con los proveedores, ya que su fin es acercar y facilitar su acceso, pero no se puede hacer responsable si no cumple con la negociación previamente pactada, en todo caso podría eliminarlo de su Portal por haber incumplido con un tercero, pero no responsabilizarse.

Otro aspecto a tomar en cuenta es que la publicidad debe de tener cierto objetivo de penetración, mas no se completamente invasiva en redes sociales y cualquier otro medio de comunicación, pues los usuarios lo perciben como esto “una invasión “y ya no prestan atención si no, más bien es motivo de queja y burla.

Caso Análogo (2)



TRANSDOC

Es un Club: Sus miembros tienen derecho a utilizar todos los servicios incluidos en la membresía por el tiempo que la empresa contrata el servicio mientras más utilice, más eficiente

2 Servicios Básicos

1. Servicio Online

Reclutamiento

Información

a) Reclutamiento

- 1) Acceso a publicar ofertas de trabajo y revisar currícula de candidatos, con opción de invitarlos a los procesos abiertos de la empresa.
- 2) Acceso al programa de apoyo a reclutadores y candidatos. (Siempre sabrá en qué etapa se encuentra de todos los procesos activos.)
- 3) Evita recibir miles de currícula en su computadora, recibe candidatos pre entrevistados por usted, bajando carga de trabajo y minimizando el riesgo de infección de sus redes, saturación de su servidor y su computadora.

4) Base de currícula con un máximo de 5 meses de antigüedad, el sistema los borra automáticamente.

b) Información

1) Envío de noticias de último momento al correo electrónico, por medio del monitoreo de medios locales e internacionales, facilitando así la toma de decisiones bien informadas.

2) Recordatorios de vencimiento de obligaciones como pagos de impuestos e IGSS.

3) Información constante de cambio de leyes y procedimientos de empresas prestadoras de servicios y gubernamentales.

2. Buzón Físico

a) Uso de un buzón físico que se convierte en su recepción fuera de su empresa.

b) Centralización de facturas, estados de cuentas, etc.

c) Entrega simultánea de documentos a todos los usuarios de Transdoc inclusive correo directo, ver listado empresas.

El cobro se hace directamente a las empresas que desean formar parte de este portal, más no a los usuarios que son los interesados en subir su información para poder conseguir un trabajo

Utiliza artículos de interés e inclusión de cartelera del cine para poder atraer a los usuarios y que estos ingresen a conocer las distintas plazas que se adopten a sus perfiles.

Business Model Canvas

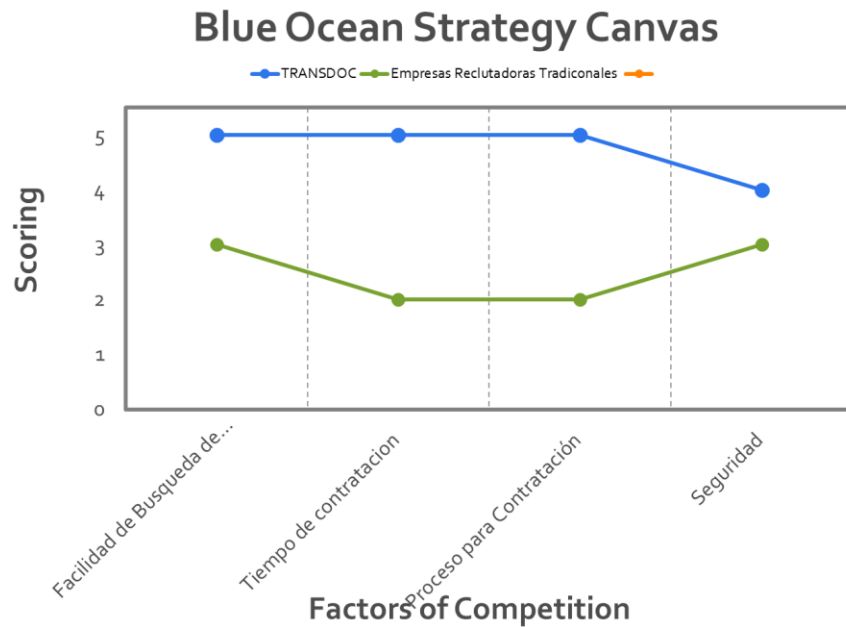


Key Partners Empresas interesadas en Reclutar personal con perfiles específicos	Key Activities Comunicación constaten con empresas Reclutoras Publicidad digital; mailing y recordatorio de plazas disponibles enviadas por correo a los usuarios registrados	Value Propositions Buscador para reclutadores y las personas en búsqueda de trabajo, con búsquedas filtradas acorde a los distintos perfiles , brindando el contacto directo con el reclutador para poder enviar los CV , así como revisar los procesos de las plazas a las que aplicaron	Customer Relationships Fan Page oficial Sitio Web Correo Electronico Y PBX de contacto	Customer Segments Reclutadores: Empresas en Guatemala y el Salvador que necesitan encontrar las personas idoneas para sus plazas vacantes Personas que buscan trabajo: Ya sea que desean cambiarse de trabajo o estan desempleados
	Key Resources Mailing constant Actualizacion de Web con data de los usuarios Publicidad		Channels Redes Sociales Contacto con personal de la empresa para envio de propuesta Página Web	
Cost Structure Sueldos Personal Administrativo Publicidad		Revenue Streams Publicidad Fee que cancelan las empresas que desean tener perfil para poder ver candidatos constantemente		

Tabla 8. Business Model Canvas Transdoc.

Fuente Propia

Canvas Estratégico



Gráfica 11. **Blue Ocean Estratégico Canvas Transdoc.** Fuente Propia

F	O
<p>Posicionamiento en el mercado como de los principales buscadores de trabajo así como para reclutadores.</p> <p>Opciones eficientes para revisión de plazas a las que se aplicó.</p>	<p>Está a la vanguardia de la tecnología y tener un app para facilitar la búsqueda</p> <p>Mejoras en la página, que sea más amigable la búsqueda y agradable visualmente</p>
D	A
<p>El formato de visualización no es tan amigable para el usuario</p> <p>Mejoras en las búsquedas y categorías de trabajo</p>	<p>La competencia en el mercado con altos tráficos de visita como; Tecoloco, Computrabajo, Linked in, Contrátame, entre otros. Así como empresas reclutadoras que tiene presencia fuerte en redes sociales</p>

Tabla 9 **FODA Transdoc.**

Fuente Propia

Conclusiones

El portal de Búsqueda de trabajos disponible para reclutadores también es similar al proyecto de proveedores, ya que su fin es facilitar la búsqueda de trabajo a través de filtros y parámetros específicos poniendo a disposición de una manera sencilla las distintas plazas disponibles en el país, y las empresas reclutadores pueden comparar a los distintos candidatos a través de la vista de perfiles y respuestas que envían.

5. LA IDEA

5.1 Descripción de la idea y su contexto

En Guatemala existen una cantidad atractiva de empresas medianas y grandes, que se dedican al desarrollo de servicios y productos para aportar soluciones de mercadeo a otras empresas o negocios que llegan directamente al a los que se les conoce como “proveedores “ estos a su vez están divididos en categorías como; Impresión digital, litografía, eventos, montajes, BTL (actividades dirigidas que forman parte del plan promocional para llegar de una forma directa y diferente a los consumidores), rotulación, desarrolladores de contenido digital, manejo de redes sociales y creadores de páginas web entre otros.

Sin embargo en la actualidad las empresas que requieren de dichos servicios no conocen a todos los proveedores que podrían ayudarles a encontrar lo que necesitan porque ello que la IDEA del proyecto es crear un enlace entre proveedores y empresas facilitando la búsqueda y contratación, así como ayudar al usuario a encontrar lo que necesitan a través de la vista de proyectos innovadores que aporten valor a su marca y encaminen mejor la manera en que se dan a conocer al mercado.

5.2 Business Model Canvas

Key Partners Empresas con Base de datos filtrados de clientes potenciales, para la construcción de red de contactos	Key Activities Acercamiento con proveedores y empresas para crear la red Filtrar la información clave a través de los puntos de contacto con los clientes Facilitando el acceso a la plataforma enviando la papelería necesaria por mail	Value Propositions Plataforma gratuita para usuarios que facilita la búsqueda y contratación de proveedores de Marketing poniendo a disposición la vista de proyectos innovadores, opción a cotizar en línea y ver las últimas tendencias para poder dar a conocer mejor su marca.	Customer Relationships Atención a través de La fan page Servicio por whats app Contacto vía telefónico y correo electrónico para hablar con asesores de venta	Customer Segments Cientes : Proveedores en Guatemala con servicio de calidad con mas de 2 años en el Mercado, dedicados a ofrecer opciones para ejecutar actividades y proyectos de marketing Usuarios : Personas trabajan para empresas o tienen negocios y ejecutan planes o actividades de mercadeo para alcanzar los diferentes objetivos de ventas y constantemente buscan proveedores que puedan llevar a cabo los distintos proyectos los cuales ponen a disposición de su mercado meta.
	Key Resources Plataforma Web Medios Publicidad Mailing, Fan Page (facebook) y otros medios digitales Recurso Humano para ventas y atención a cliente		Channels Redes Sociales Mailing Asesores personalizados, vía telefónica Chat Boot	
Cost Structure Desarrollo y mantenimiento de la plataforma web Salarios para comercialización de Proyecto Recepcionista para atención al cliente y facturación Asesores de venta Costo de Boot para manejo de FanPage Adquisición de computadora y celulares con plan de telefonía Publicidad Digital para dar a conocer el servicio Gastos Pre Operativos para poder tener la base de clientes y operar en el Mercado Costo Inicial : Q. 989,712		Revenue Streams Fee mensual para proveedores de Marketing que desean formar parte de la Plataforma		

Tabla 10. Business Model Canvas Click Gt. Fuente Propia

5.3 Misión, Visión y Objetivos Estratégicos

Misión

Acercar proveedores de calidad a empresas para aportar valor a sus proyectos de una manera pronta y eficiente generando aliados estratégicos en el largo plazo.

Visión

Llegar a ser el portal de búsqueda y contratación de proveedores de Marketing por excelencia en Guatemala

Objetivo Estratégico

- ✓ Generar impacto en los negocios y empresas Guatemaltecas a través de la búsqueda eficiente de aliados que generan valor a sus proyectos.

5.4 Servicios o Productos

Mapa de oferta

Click Gt

“Red de Proveedores de Marketing “

Click Gt es una plataforma web que sirve como enlace entre Proveedores de Marketing y Usuarios que desean cotizar los servicios de dichas empresas, ayudando al usuario a encontrar lo que busca a través de la vista de proyectos innovadores y por categorías mostrando búsquedas relacionadas a lo que está cotizando para poder integrar de mejor manera sus proyectos , ofreciendo la opción de cotizar en línea para cierto grupo de proveedores y poder agendar reuniones con proveedores que requieren una atención más personalizada ofreciendo encontrar lo que se necesita en una sola visita.

Mapa de Oferta

USUARIOS

PROVEEDOR

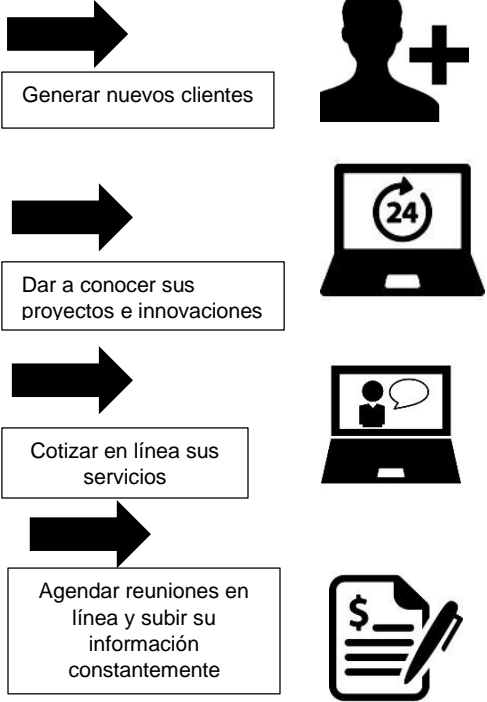
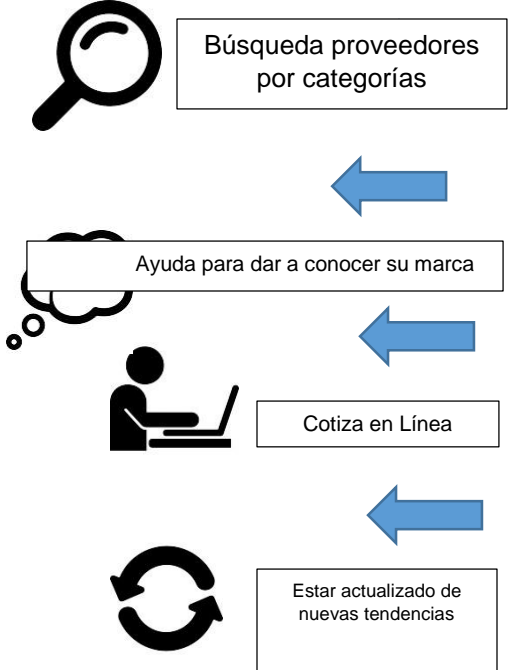


Grafico 12. Mapa de Oferta.

Fuente Propia

5.5 Estructura Organizacional



Gráfico 13 Estructura Organizacional. Fuente Propia

<p align="center">Socio Andre Cortes (Programación y Diseño)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de Plataforma, boot, encargado de todos los artes para publicidad digital y creación de Programa de finanzas para automatizar esa función
<p align="center">Socia Karen Mejia (Mercadeo y Servicio al Cliente)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dirección en la estrategia de comunicación e imagen Institucional de Marca y servicio al cliente, a cargo de la asistente administrativa. Seguimiento a las sugerencias y reclamos de clientes y usuarios, así como la retroalimentación constante que hacen los usuarios al calificar el servicio.
<p align="center">Socia Evelyn Giron (Comercialización)</p> <p>Encargada del Área de Comercialización, contacto de clientes (Proveedores que quieran ser parte de la plataforma) ofreciendo una propuesta comercial y a cargo de los dos vendedores</p> <p>Asistente Administrativa y Servicio al Cliente ; Encargada del ingreso al sistema de facturación, envío digital de papelería, contratos etc , recibir llamadas , y consultas que necesitan contacto por redes sociales, correo electrónico.</p> <p>Vendedores: Contactar al cliente , dar seguimiento , estar en proceso desde la consulta hasta el cierre de contrato. Envío de encuesta para calificar el servicio de los proveedores que ha contratado</p>

Tabla 11 Descripciones de puestos equipo Click Gt

Fuente Propia

5.6 Mapa de la Estrategia

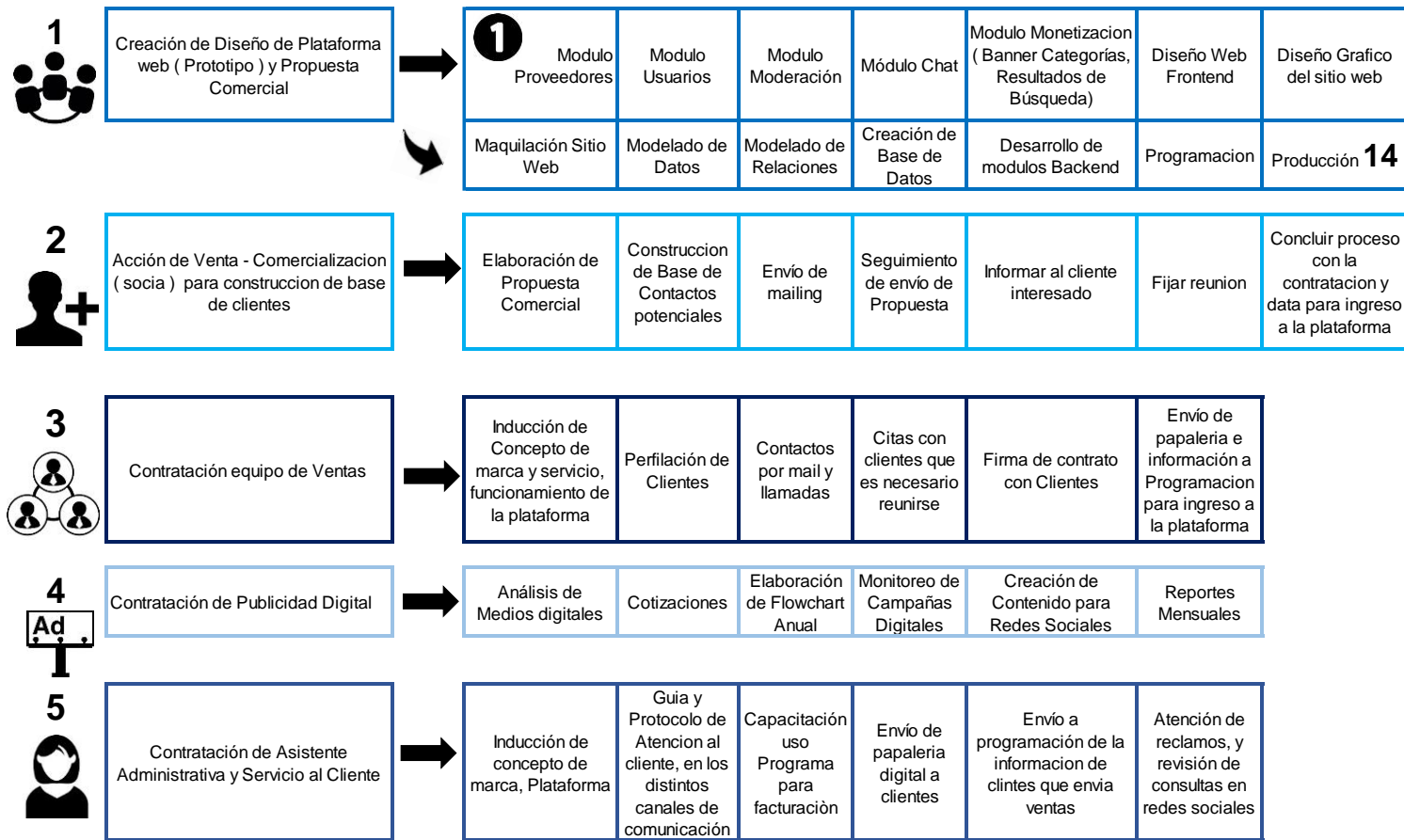


Tabla 12 Mapa de la Estrategia. Fuente Propia

5.7 Diseño del Servicio

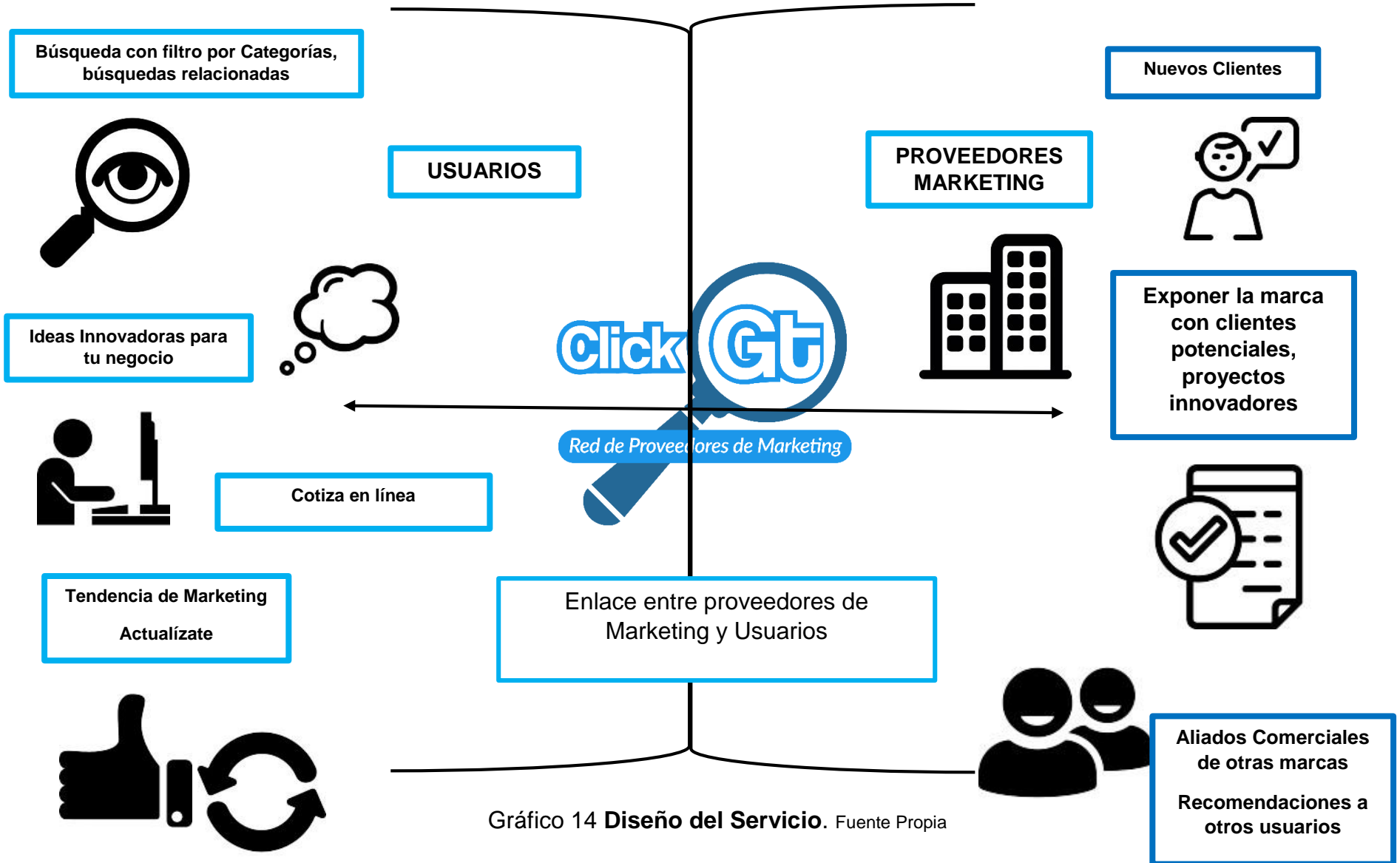


Gráfico 14 Diseño del Servicio. Fuente Propia

5.7.1 Concepto del Servicio

“Encuentra el Proveedor de marketing que buscas en una visita”

Click Gt promete ser el enlace entre usuarios y Proveedores de Marketing optimizando la búsqueda y contratación a través de ayudarle al usuario a buscar de manera sencilla por categorías lo que está buscando, ofreciendo listar búsquedas relacionadas para poder integrar mejor su proyecto, así como poder cotizar en línea con un grupo de proveedores seleccionados y agendar reuniones en línea con los que requieren visita personalizada, así como estar al tanto de las últimas tendencias de Marketing para su marca.

El acceso a Click Gt es responsive lo que permite al usuario ingresar a través de una PC o su teléfono móvil

5.7.2 Desarrollo y Evolución del Servicio



Gráfico 14 Desarrollo y Evolución del Servicio

Fuente Propia

5.7.3 Ciclo de Vida del Servicio

USUARIOS



Gráfico 15. Ciclo de Vida del Servicio.

Fuente Propia

5.7.4 Forma de Uso y Cuidados

Proceso de uso de la Plataforma para el usuario (Gráfico)

REGISTRO



Gráfico 16. **Proceso de uso de la Plataforma para el usuario**

Fuente Propia

*ClickGt no se responsabiliza por el incumplimiento de trabajos con el proveedor que se contrate, funge como un enlace eficiente entre los usuarios y proveedores.

Solamente se responsabiliza por eliminar al proveedor de la plataforma al tener más de 3 comentarios negativos en menos de 2 meses y calificaciones de 3 estrellas para abajo.

Explicación escrita del Proceso del Usuario

Registro

Nombre Empresa o negocio / Nombre personal

Elige el giro de negocio

Correo Electrónico (validar si desea recibir ofertas de los proveedores a través del correo electrónico)

Número de Celular (Para recibir notificaciones)

1. Búsqueda de Proveedores – Categorías

El usuario ingresa con palabras que conoce “claves “su búsqueda y aparecen las categorías relacionadas a su búsqueda, donde podrá ver las empresas que pertenecen a dicha categoría, mostrando la información de la empresa y las imágenes de los proyectos que han llevado a cabo, así mismo en la parte de abajo aparecerá las búsquedas relacionadas para que pueda elegir a otros proveedores que pueden complementar lo que cotiza optimizando su búsqueda.

2. Ideas Innovadoras para tu negocio

Ingresando la categoría de servicios de su interés el usuario podría ver todas las imágenes de proyectos innovadores que han agregado los proveedores para que tenga ideas y pueda cotizar con dichas empresas separando:

- Agregados recientemente
- Mes Anterior

Al seleccionar al proveedor de su interés podrá chatear y ponerse en contacto.

3. Cotiza en Línea

En esta opción se muestran las “Proveedores para cotizar en línea “y “Proveedores para fijar reunión y cotizar proyecto “

Proveedores para cotizar en línea	Proveedores para fijar reunión
Impresiones Digitales	Estudios de Mercadeo
Litografías	Licitación Agencias Publicidad
Promocionales	Montaje de Eventos
Material POP	Rotulación y Señalización
Fotografía *Requiere 2 días para cotizar	Relaciones Públicas
Medios Externos *Requiere un día para cotizar	Visual Merchandising – Decoración

Si elige la opción de cotizar en línea le despliega las categorías de proveedores con los que pueda cotizar y luego debe de ingresar la información de lo que desea cotizar, seguido de seleccionar la opción de “Cotizar “, la plataforma hace la búsqueda y brinda un comparativo de las cotizaciones de lista para que posterior a esto el usuario contacte al proveedor y haga su contratación.

La forma en que cotiza es inmediata ya que para este tipo de servicios ya existe una lista de precios a excepción de las categorías que necesitan más tiempo para cotizar, el mensaje sale al usuario para que sepa el tiempo en que recibirá la cotización.

Si elige la opción de “Proveedores para fijar reunión “selecciona el proveedor de su interés y la plataforma desplegará una agenda para poder ingresar el día, hora y lugar en que desea tener la reunión, el usuario espera a que sea confirmada por el proveedor.

4. Tendencias de Marketing – Actualízate

En esta sección se ingresan las últimas tendencias del mercado por semana, extraídas de páginas oficiales de Marketing y noticias para que el usuario conozca de primera mano la información de los últimos cambios y tendencias que le ayudaran a encaminar de mejor manera sus proyectos, optimizando recursos y generando ideas innovadoras a partir de la información que se le brinda.

Pasos para formar parte de Click Gt

El proveedor debe de cumplir con la siguiente papelería: (debe de subirlos a la plataforma escaneados)



- Patente de Comercio
- Acta de Representación Legal
- Dpi Representante Legal
- RTU (Actualizado)
- 2 Referencias Bancarias
- 3 Referencias Comerciales
- 2 años como mínimo de operar en el mercado



Se hace una investigación del proveedor en un máximo de 24 hrs se valida la papelería y se envía correo informando que fue aprobado o rechazado para formar parte de la plataforma



Se le solicita el logo, información y las imágenes que serán cargadas al sistema



Se envía el contrato para firmar (se envía escaneado) no es necesario tenerlo físico.

Se envía (digital) un manual de usuario para el correcto uso de la Plataforma

El pago debe de hacerse de forma mensual Pago de Fee mensual: Debito a cuenta monetaria o tarjeta de crédito



Pago con transferencia electrónica a través de los sistemas de bancos

Gráfico 17. **Pasos para formar parte de la Plataforma** Fuente Propia

Proceso Uso de la Plataforma para el proveedor (Gráfico)



Gráfico 18. Proceso Uso de la Plataforma para el proveedor

Fuente Propia

Proceso escrito del Proceso del Proveedor

1. **Registro** (una vez firmado el contrato de servicios el proveedor ingresa estos campos a la plataforma)

Nombre de la Empresa

Correo electrónico

Número de teléfono celular

Nombre de la persona/s a cargo de verificar la plataforma

Contacto directo de estas personas

2. **Cotizaciones Aprobadas**

El proveedor recibe notificación por mail o celular de las cotizaciones que fueron aprobadas por el cliente, establece contacto con su nuevo cliente y se prepara para poder ejecutar el servicio solicitado.

3. **Actualiza tu información**

En esta sección el proveedor selecciona la categoría de servicios y la imagen que desea subir a la plataforma para dar a conocer nuevas innovaciones que tiene para ofrecer a los clientes, la plataforma valida que la imagen sea correcta y le aparece un check para que sepa que ya forma parte de la secciones de “Ideas innovadoras para tu negocio “que está en la vista del usuario

4. **Confirmación de Reuniones**

En esta sección aparecerán en la agenda, todas las fechas con hora y ubicación que fueron seleccionadas por el usuario para validar que se puedan confirmar y posteriormente tener la reunión con el cliente.

5.7. 5 Prototipado (Service Blue Print)

Fecha: 15 de agosto

Hora: 7:00 a 9: pm

Lugar: Domicilio, z.7 El Pedregal

Grupo de 14 personas, personas que trabajan en el área de mercadeo, de distintas empresas y giros de negocio como; Gerentes, Coordinadores, Planificadores, Asistentes de mercadeo, ejecutivos de cuenta de agencias, asistentes y analistas de compras.



Gráfico 19 **Prototipado Usuario** Fuente Propia

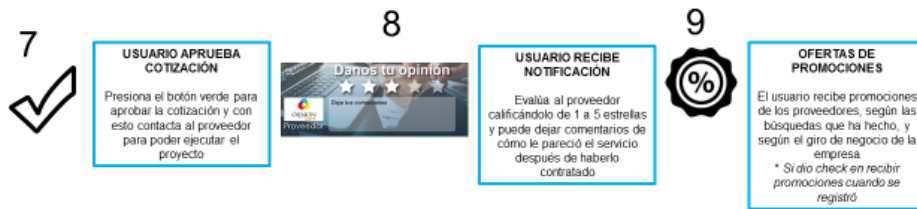


Gráfico 20 **Prototipado Usuario (2)** Fuente Propia

Retroalimentación de los Usuarios

- **Se hizo un Focus Group con 14 personas para poder ver el proceso de uso de la plataforma y validar y buscar mejoras a la misma**
1. En el proceso 4 sería bueno que uno pudiera colocar la cantidad de proveedores y de estos poder ver la referencia (en imágenes) de trabajos que han hecho para otras empresas que sean similares o iguales los que se está cotizando
 2. Hay proveedores como impresiones digitales , litografía que ya tienen los precios de lista, entonces sería bueno que este tipo de solicitudes llevaran un tiempo mucho menor en cotizar , es decir que apareciera “ tu cotización estará lista en 15 minutos como máximo “
 3. Me parece excelente que envié un mensaje de texto al celular cuando se pueda ingresar a la plataforma para ver las cotizaciones
 4. Creo que es muy importante que este la opción de poder comparar con los proveedores que cotizaron
 5. El hecho que se puedan calificar los proveedores esta genial porque esto permite que los demás usuarios puedan tener mejores referencias de los proveedores
 6. Me parece que debería de agregarse un botón que diga “ Elegir más Proveedores “ al momento de recibir todas las propuestas , que exista esta opción de poder elegir más proveedores

7. Se debe de agregar una opción con el tiempo máximo en que se necesita la cotización

Fecha: 25 de agosto

Hora: 7:00 pm 7:00 a 9: pm

Lugar: Cafetería Universidad Rafael Landívar

Grupo de 14 personas, personas que son dueños, ejecutivos de cuentas, Gerentes de Operaciones de empresas que son proveedores de marketing como; Impresiones Digitales, Litografías, BTL, eventos, Audio – Iluminación, Redes Sociales, Agencias, Medios digitales, Promocionales y Rotulación.



Gráfico 21 Prototipado Proveedor. Fuente Propia

Retroalimentación del Proveedor

- **Se llevó a cabo un Focus Group con 14 personas dueños y Gerentes de Operación de distintas empresas como ; Impresión Digital, Litografía, Promocionales, Organización de Eventos, BTL, Redes Sociales, Fotografía, para poder ver el proceso de uso de la plataforma y validar y buscar mejoras a la misma**
1. Al momento de subir la cotización podría ser más efectivo contar con un formato amigable y fácil de utilizar para poder llenar los campos y ahorrar tiempo en el envío al cliente
 2. En el registro se debería de colocar el número de celular en específico , si se van a recibir solicitudes , notificando vía mensaje de texto
 3. Agregaría un filtrado de datos para que las empresas puedan elegir qué tipo de solicitudes les interesa cotizar o si son todas como; monto de inversión, ubicación de zona etc.
 4. Me parece que las solicitudes como las de nosotros que son impresiones digitales , como se tienen listados de precios, es más fácil cotizar y podrían ser enviadas en mucho menos tiempo , como de 10 a 15 minutos
 5. Me parece bien la forma de trabajar para poder tener clientes satisfechos con el servicio que cada vez busquen más esta plataforma para sus cotizaciones
 6. Me parece muy bien que el usuario pueda ver la referencia de trabajos realizados o ingresar a un link para tener una idea más clara en el servicio
 7. Creo que es clave , tener el contacto a través de chat con el cliente por cualquier duda que se tenga
 8. El sistema es funcional para el usuario y óptimo para las empresas que cotizamos
 9. Son eficientes las formas que hay para subir archivos y estar en contacto con el usuario

5.8 Experiencia del Servicio (Usuario)



Página principal

Menú de Opciones

1. Búsqueda de proveedores (con palabras clave)
2. Ideas Innovadoras para tu negocio
3. Cotizar en línea
4. Tendencias en Marketing



Registro del Usuario

1 El usuario puede ver los trabajos de los proveedores y le aparecen proyectos relacionados con su búsqueda



Registro | Contáctanos |   

Click Gt
Red de Proveedores de Marketing

Búsqueda de proveedores | Ideas innovadoras para tu negocio | Cotiza en línea | Tendencias en Marketing Actualízate

IMAGEN VISIBLE

- Impresión digital y litografía
- BTL
- Promocionales
- Agencia medios digitales

Productos/servicios: Impresión, rotulación, POP, empaque

Ver Proyectos

Proyectos relacionados con tu búsqueda



Registro | Contáctanos |   

Click Gt
Red de Proveedores de Marketing

Búsqueda de proveedores | Ideas innovadoras para tu negocio | Cotiza en línea | Tendencias en Marketing Actualízate

merca
publicidad

- Impresión digital y litografía
- BTL
- Promocionales
- Agencia medios digitales

Productos/servicios: Montajes, Decoración, Modelos, Merchandising.

Ver Proyectos

Proyectos relacionados con tu búsqueda



Registro | Contáctanos |   

Click Gt
Red de Proveedores de Marketing

Búsqueda de proveedores | Ideas innovadoras para tu negocio | Cotiza en línea | Tendencias en Marketing Actualízate

INNOVACIONES PUBLICITARIAS

- Impresión digital y litografía
- BTL
- Promocionales
- Agencia medios digitales

Productos/servicios: Vasos, lapiceros, pачones, usb, playeras, gorras, sombrillas, bolsas, botones.

Ver Proyectos

Proyectos relacionados con tu búsqueda



Registro | Contáctanos |   

Click Gt
Red de Proveedores de Marketing

Búsqueda de proveedores | Ideas innovadoras para tu negocio | Cotiza en línea | Tendencias en Marketing Actualízate

ClickPen

- Impresión digital y litografía
- BTL
- Promocionales
- Agencia medios digitales

Productos/servicios: OWN MEDIA, PAID, MEDIA, EARNED MEDIA.

Ver Proyectos

Proyectos relacionados con tu búsqueda



2 El Usuario ve las ideas innovadoras que han agregado proveedores por categoría de servicios, al elegir el proyecto de aparecerá la opción de chat o los datos para ponerse en contacto con dicho proveedor.



3

El usuario ve los proveedores con los que puede cotizar en línea y con los que debe de fijar una reunión



4 Opción para ver las Tendencias de Marketing y qué proveedores puede contratar



El usuario tiene la opción de dejar comentarios y calificar a los proveedores con los que haya trabajado.



Gráficos 22 **Experiencia del Usuario**. Fuente Propia

5.8.1 Experiencia del Cliente (Proveedor)

1

The screenshot shows the registration form for providers on the Click Gt website. The form is overlaid on a background image of a person using a laptop. The form includes the Click Gt logo and the text 'Red de Proveedores de Marketing'. At the top right, there are social media icons for Facebook, Twitter, and Instagram, and a link for 'Inicia sesión'. The navigation menu at the top has four items: 'Registro' (highlighted), 'Cotizaciones aceptadas por cliente', 'Actualiza tu información', and 'Confirmar reunión con cliente'. The registration form fields are: 'Nombre de la empresa:', 'Correo:' (with a sub-label 'De empresa'), 'Teléfono:', 'Nombre persona a cargo:' (with a sub-label 'Encargado de dar seguimiento a solicitudes'), and 'Celular:' (with a sub-label 'Encargado de dar seguimiento a solicitudes'). There are 'Regístrate' and 'Siguiente' buttons at the bottom.

Página principal

Menú de Opciones

1. **Registro**
2. Cotizaciones aceptadas por cliente
3. Actualizar tu información
4. Confirmar reunión con cliente

2

The screenshot shows the 'Cotizaciones aceptadas por cliente' page on the Click Gt website. The navigation menu at the top has four items: 'Registro', 'Cotizaciones aceptadas por cliente' (highlighted), 'Actualiza tu información', and 'Confirmar reunión con cliente'. The page title is 'Cotizaciones aceptadas'. The form displays the following information: 'Usuario: Carmen Stephenson', 'Cotización: #0015' (with a green checkmark), 'Descripción: 1,500 volantes', 'Fecha de entrega: 10 - diciembre - 2017', and 'Ubicación: Zona Pradera Torre II'. There is an 'Enviar' button and a 'Contactar al cliente' link at the bottom.

Cotizaciones aceptadas por cliente

El proveedor puede ver el usuario que acepto su cotización y ponerse en contacto para afinar detalles y cumplir con lo aprobado

3

Click Gt
Red de Proveedores de Marketing

Inicia sesión f t i

Registro | Cotizaciones aceptadas por cliente | **Actualiza tu información** | Confirmar reunión con cliente

Actualiza tu información
Ingresa nuevas opciones innovadoras:

1. Selecciona la imagen:
Adjuntar imagen en JPEG ó PNG

2. Elige la categoría de servicio a la que pertenece:

3. Espera aprobación y listo los usuarios podrán ver las nuevas opciones que tienes para sus proyectos.

Enviar

Actualiza tu información

El proveedor puede subir contenido en la sección que corresponde, en cualquier caso debe de esperar a que Click Gt apruebe el material y confirme que ya es visible en la página

4

Click Gt
Red de Proveedores de Marketing

Inicia sesión f t i

Registro | Cotizaciones aceptadas por cliente | Actualiza tu información | **Confirmar reunión con cliente**

Confirmar reunión con cliente:

Diciembre 2017

Dom	Lun	Mar	Mie	Jue	Vie	Sub
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

Confirmar Enviar otra fecha

Confirmar reunión con cliente

El proveedor recibe notificación del calendario donde el cliente solicita una reunión para poder cotizar un proyecto, en la plataforma el proveedor acepta o envía otra fecha para agendarlo.

Gráficos 23 **Experiencia del Proveedor**. Fuente Propia

5.9 Tipo de Innovación en el servicio o producto

Según Manual de Innovación CEEI Ciudad Real (2007) por el grado de innovación es “Incremental “ya que se trata de pequeños cambios dirigidos a aumentar la funcionalidad y prestación del producto o servicio, sin modificar sustancialmente la utilidad del mismo. Es decir se está dando un uso nuevo a algo existente.

Facilitando la forma de interacción y comunicación entre clientes y proveedores adaptado a la era digital de forma más ágil.

5.10 Design Thinking aplicado al proyecto

(Ver detalle del Proceso en Anexo 10.9 Herramientas del proceso de Design Thinking)



Gráfico 24 Design Thinking Aplicado al Proyecto. Fuente Propia

En el proceso de Design Thinking aplicado a este proyecto destaca el uso de herramientas que se detallan en el anexo que ayudaron a encontrar la verdadera problemática del usuario entendiendo sus necesidades a través de la constante validación.

Lo más importante de este proceso es la retroalimentación que hace el usuario (en este caso proveedores y usuarios) para poder presentar una propuesta de Diseño más acertada que responda a sus principales necesidades y que se cumpla el objetivo de optimizar el tiempo en la búsqueda y contratación de proveedores de Marketing

La utilización del Design Thinking partiendo desde la identificación del problema, validación, construcción de idea y fortaleciendo en casa proceso el Diseño final para responder a la problemática de la formas más acertada.

6. Plan de Marketing

6.1 Diseño y Construcción de Marca

6.1.1 Estrategia de Branding a partir de Canvas Estratégico

Click Gt es una plataforma de enlace entre usuarios y Proveedores de Marketing optimizando la búsqueda y contratación a través de ayudarle al usuario a buscar de manera sencilla por categorías lo que está buscando, ofreciendo listar búsquedas relacionadas para poder integrar mejor su proyecto, así como poder cotizar en línea con un grupo de proveedores y agendar reuniones en línea con los que requieren visita personalizada, así como estar al tanto de las últimas tendencias de Marketing para su marca.

El nombre de la Marca " Click Gt " fue creada para que sea fácil de recordar y se asocie a algo rápido, fácil de encontrar como " Un Click " así como el agregado - Gt que se asocia con el país de origen, Guatemala.

6.1.2 Atributos de la marca

Click Gt busca consolidar atributos de marca que entreguen un valor perceptible al usuario

Funcional: Su principal atributo es que es funcional al usuario, es decir facilita el acceso a la búsqueda de proveedores por categoría y brinda una serie de opciones para optimizar el tiempo y recursos

Confiable: Es muy importante que el usuario perciba que la plataforma es segura, esto se logra a través de dejar constancia en la página que los proveedores que forman parte de la plataforma, han pasado por un previo filtro para poder formar parte de la misma.

Amigable: La plataforma tiene un diseño amigable al usuario, para garantizar que la búsqueda será rápida y efectiva, fácil de utilizar sin complicaciones.

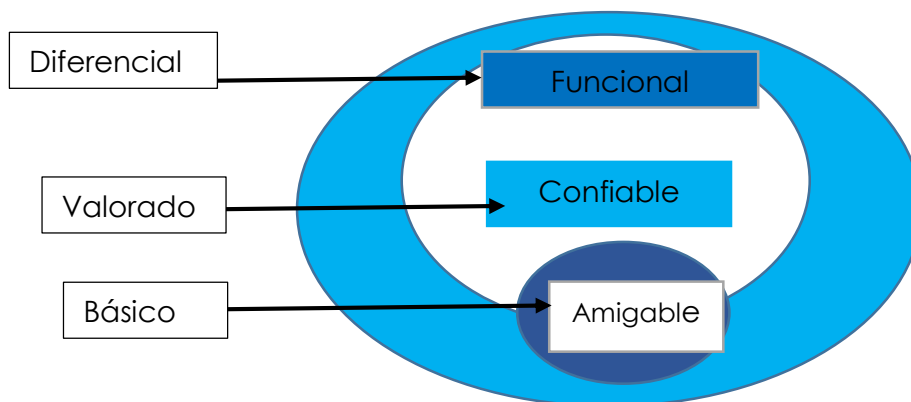


Gráfico 25 Atributos de Marca

Fuente Propia

6.1.3 Personalidad de Marca

Click Gt busca ser un aliado estratégico para los usuarios, esa plataforma que alivia estrés y preocupación por encontrar rápido un proveedor de marketing que pueda ejecutar las distintas actividades y proyectos de una forma rápida y efectiva



Es por ello que recurrió a un arquetipo que represente estas funciones como un Súper Héroe que busca siempre ayuda a las demás personas en el momento preciso en que lo necesitan.

Sus principales características de personalidad son:

Empatía, Optimismo, Valor, Objetividad

“La marca busca ser un aliado para los usuarios, hacer de un problema Una solución”

6.1.4 Posicionamiento

El posicionamiento de Click Gt se basa en una ventaja diferencial al mercado, ya que actualmente no existe algo similar. Se busca que sea percibido como algo funcional, amigable al usuario, fácil de utilizar y sobre todo

“Resuelve " lo que el usuario está buscando y logre encontrar una solución efectiva en una sola visita a la plataforma

6.1.5 Arquitectura de Marca



Gráfico 26 **Logo Cick Gt**

Fuente Propia

Tipográfico



Red de Proveedores de Marketing
Lato Sans - Bold Italic

Coolvetica es una tipografía san serif, que permite una excelente legibilidad y da a la marca dar un aspecto formal pero a la vez dinámico transmitiendo confianza, simpatía y estabilidad a nuestro grupo objetivo.

Lato Sans en su versión **bold italic** permite que el slogan de la marca tenga presencia en el logotipo. Permite que el logotipo sea simétrico dada su posición en el espacio y tamaño de la tipografía.

Gráfico 27 **Tipográfico Click Gt**

Fuente Propia

Color

Se utilizaron colores que van relacionados con el grupo objetivo al cuál nos estamos dirigiendo dándole un mayor empuje a la marca a través del sentido icónico del color. Damos a nuestros clientes una marca que se perciba como estable, relacionada a la tecnología y que le permita el crecimiento de su negocio.



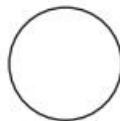
AZUL (#246896)
C: 86% M: 52% Y: 21% K: 5%
R: 36 G: 104 B: 234

El color azul está relacionado a la utilidad, fuerza y fidelidad, muchos de los aspectos que deseamos reflejar como marca hacia nuestro grupo objetivo.



AZUL CELESTE (#1C97EA)
C: 74% M: 31% Y: 0% K: 0%
R: 28 G: 151 B: 234

Tonalidad de azul que transmite tranquilidad y confianza, mismas que deseamos reflejar por la excelencia de la plataforma y confianza en la marca, creando fidelidad en nuestros clientes.



BLANCO (#FFFFFF)
C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0%
R: 255 G: 255 B: 255

El color blanco es un color neutro que contrasta y permite una mejor visualización de la marca.

Gráfico 28 Color Logo Click Gt

Fuente Propia

Variaciones



Gráfico 29 Variaciones Logo Click Gt

Fuente Propia

6.2 Precios

6.2.1 Estrategia de fijación de precios y fundamentación de la misma

Estimado Base de Clientes	176	Ingreso Anual
	Ingresos	Q 950,400.00
Fee Mensual de cada Cliente	Q450.00	

Gráfico 30 **Tabla de Precio**. Fuente Propia

Se llevó a cabo una encuesta a las empresas (muestra de 50 empresas) para medir el precio máximo que estarían dispuestos a pagar por formar parte de este servicio.

Ver anexo 10.3

6.2.2 Comparación con la Competencia en la Competencia



Cobro de Q.7, 800 (Q.650 mensuales)
Incluye presencia en directorio
Impresión y digital, con pauta en
aplicación
Se puede dividir en 5 cuotas
Se debe de renovar anualmente

Gráfico 31 **Comparación con la Competencia**. Fuente Propia

5.9.1 Márgenes de Comercialización

$$\frac{(950,400 - 320,324)}{950,400} * 100 = 66\%$$

6.2.4 Condiciones de Pago

- Pago de Fee mensual : Debito a cuenta monetaria o tarjeta de crédito
- Pago con transferencia electrónica a través de los sistemas de bancos



6.2.3 Pronóstico de Venta

Demanda Potencial: Base de Empresas de Marketing elaborada de 2,500 empresas. Captar un 7% de la demanda potencial en el 1 año de operación.

(Ver anexo 10.11)

Se llevará a cabo una fase Pre Operativa para poder contar con la base de clientes.

Fuerza de Ventas Pre Operativa

DESCRIPCION	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV
CAPTACION	29	10	10	10	15	15	15	20	20	20	25
CLIENTE ACUMULADOS	0	39	49	59	74	89	104	124	144	164	189
PERDIDA DE CLIENTES 20%		7.8	9.8	11.8	14.8	17.8	20.8	24.8	28.8	32.8	37.8
CLIENTES TOTALES	29	41.2	49.2	57.2	74.2	86.2	98.2	119.2	135.2	151.2	176

Objetivo captar 176 clientes para poder lanzar la marca al mercado

Pronostico Ventas

Años	1	2	3	4	5
CAPTACION	207	193.6	180	168	157
PERDIDA DE CLIENTES 15%	31	30	27	25	24
CLIENTES TOTALES	176	164	153	143	134
Ingreso por Cliente	450	450	450	450	450
Ingreso Total	Q 950,400.00	Q 883,440.00	Q 826,016.40	Q 772,325.33	Q 722,124.19

*En el primer año se pretende captar el 7% del mercado potencial que son 2,500 empresas

Gráfico 32 **Pronósticos de Venta**. Fuente Propia

6.2 Canales de Venta

6.3.1 Canales de Venta del Servicio

Click Gt llega a sus clientes de forma Directa, a través de los asesores de venta que brindan la información y solicitan la papelería para ser enviada vía correo electrónico y de esta forma se les brinda un usuario y contraseña. Después de haber pasado por el filtro y ser aceptados como parte de la plataforma

Para el Usuario que es la persona que utilizar el servicio para cotizar también es un canal directo, ya que hace la visita a través de la plataforma únicamente

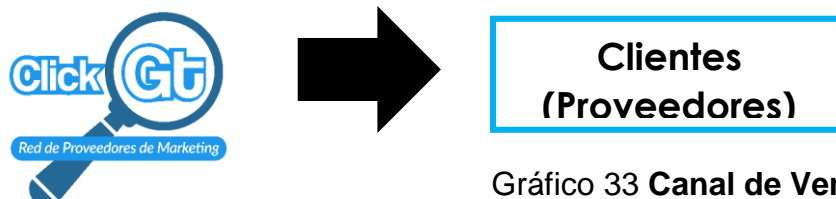


Gráfico 33 **Canal de Venta**. Fuente Propia

6.3.2 Relaciones con los clientes

La comunicación con los clientes (Proveedores que quieren formar parte de la plataforma) será:

A través de:

- La fan page
- Servicio por whats app
- Correo electrónico
- Contacto vía telefónico para hablar con asesores de venta

6.4 Promoción

6.4.1 Público Objetivo

CLIENTES

Empresas medianas y grandes en Guatemala que se dedican a brindar servicios para el área de mercadeo de las empresas en diferentes giros de negocio como; (Se pueden agregar más categorías) y cuentan con una pagina web o fan page y están registradas en directorios y búsqueda en google

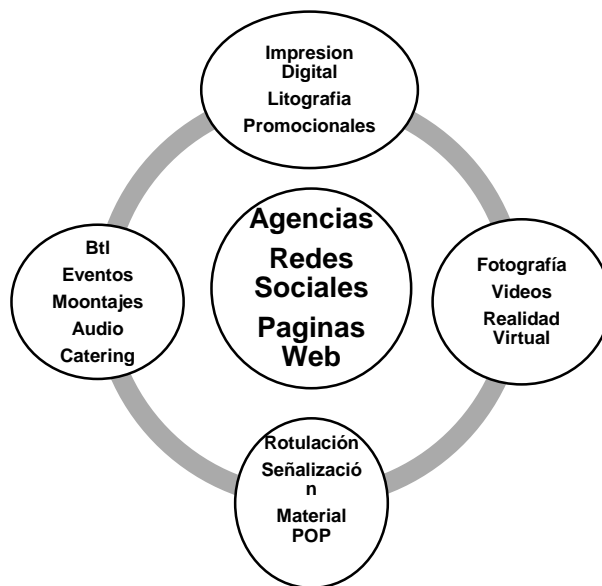


Gráfico 34 **Clientes** Fuente Propia

que cumplen con los requisitos legales de inscripción, que tengan más de 2 años operando en el país, que estén interesados en formar parte del proyecto para darse

a conocer en el mercado y poder ser aliados estratégicos de empresas reconocidas en el país.

USUARIOS

Personas que desempeñan puestos en el área de mercadeo de empresas grandes así como dueños de negocios individuales que buscan proveedores de marketing para poder llevar a cabo sus actividades y dar a conocer su marca.

6.4.2 Publicidad

La publicidad será dirigida a los usuarios con los siguientes objetivos de Campaña

- ✓ Atraer a los usuarios primarios y secundarios para que se interesen en visitar y utilizar la página
- ✓ Generar transacciones efectivas para los clientes que forman parte del plataforma

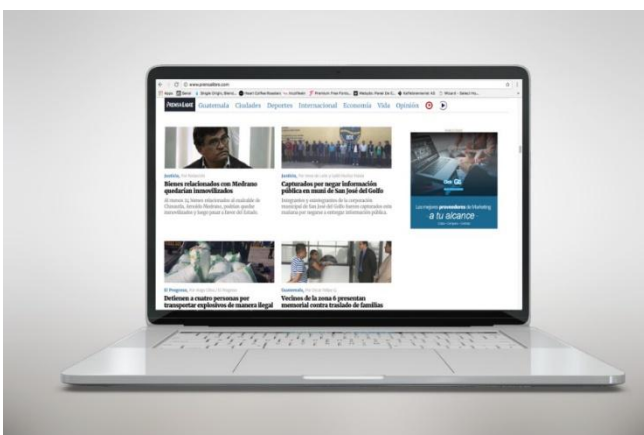
Estrategia de Comunicación

La estrategia está basada en publicidad digital integral, en los medios digitales y redes sociales de alto impacto, la cual tendrá una fuerte inversión en los primeros 6 meses, para luego continuar siempre con presencia digital en publicidad, pero con un porcentaje menor de inversión, a través de la efectividad de los medios.

A través del arte y contenido con videos que puedan ser viralizados a través de las redes sociales

Se generará contenido orgánico a través de Facebook y también video en YouTube que se compartirán a través de la pauta digital en Facebook.

Visual de Campaña en Medios Digitales



Prensa Libre

Gráfico 35 Montaje Publicidad Prensa Libre.

Fuente Propia

Facebook

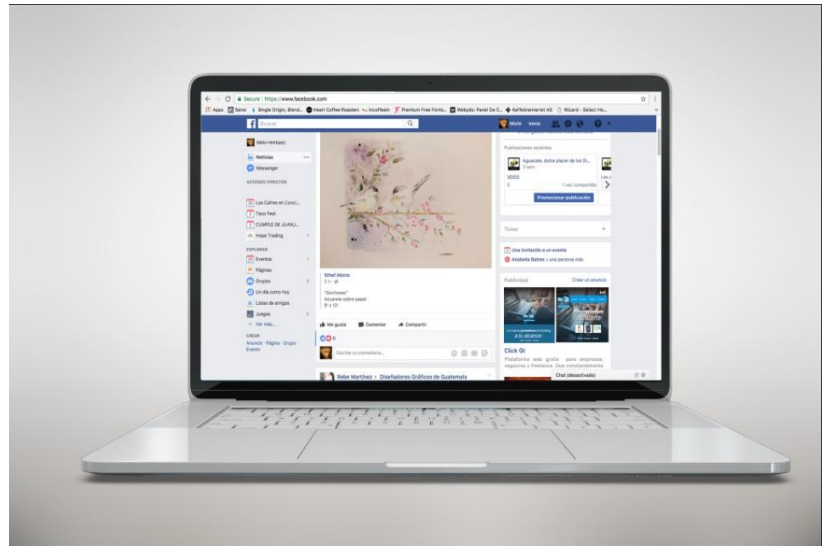
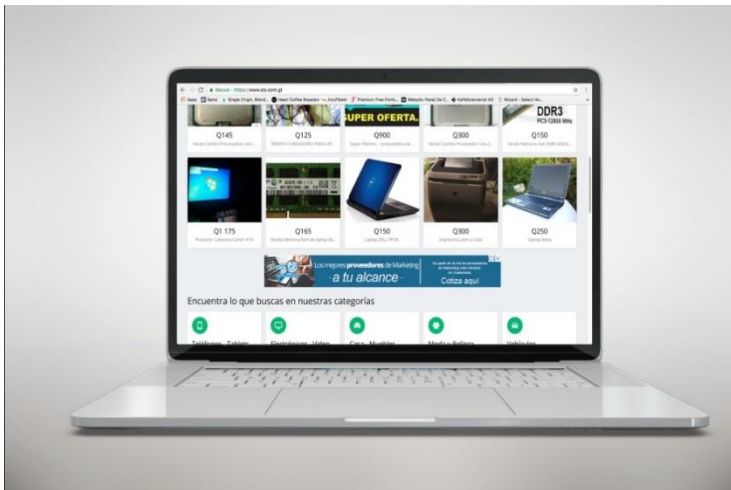


Gráfico 35 Montaje Publicidad Facebook. Fuente Propia



OLX

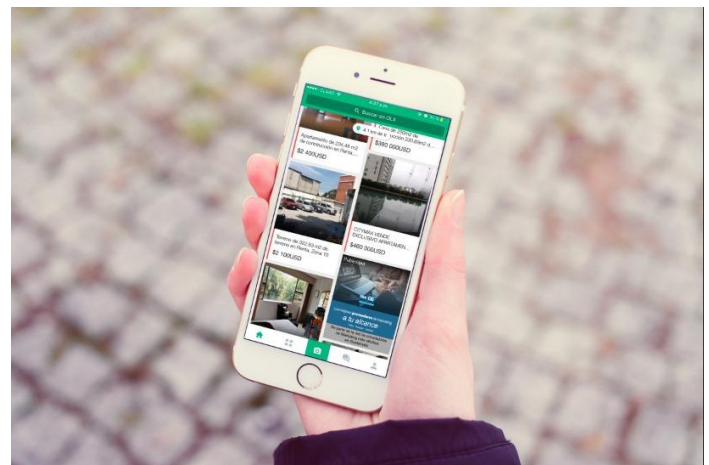


Gráfico 36 Montaje Publicidad OLX. Fuente Propia

Visual de búsqueda en Google

Click Gt

www.clickgt.com/

Plataforma web gratis para empresas, negocios y freelance que constantemente buscan proveedores que resuelvan sus necesidades de negocio.

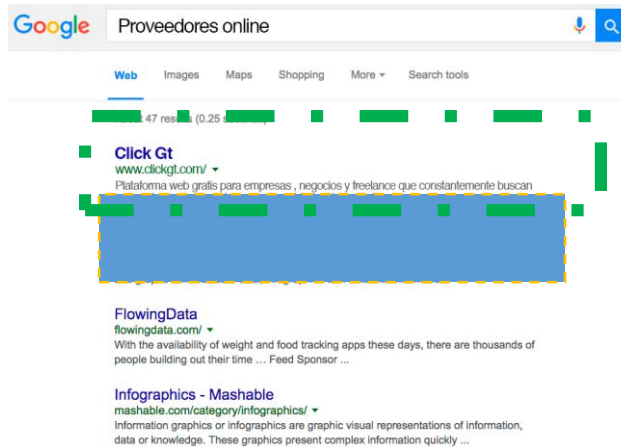


Gráfico 37 Montaje Publicidad OLX.

Fuente Propia

6.4.3 Promoción de Ventas

En la campaña de lanzamiento se tendrá como promoción

Beneficios de un referido

Al referir a 2 o 3 negocios, y que estos firmen contrato con Click Gt obtiene un 15 % de descuento en el contrato anual

Objetivos

Captar clientes potenciales

Incrementar la base de clientes en un 10% en los primeros 3 meses

6.4.4 Relaciones Públicas

Durante la campaña de lanzamiento se tendrá una conferencia de prensa con medios de comunicación de alto impacto para dar a conocer la plataforma al mercado local, presentando los beneficios de ser parte de Click Gt de forma puntual

Se contactará a Guatemala.com para poder viralizar la nueva propuesta comercial de Click Gt , sin costo a través de su página en Facebook que cuenta con 631,619 fans (Consultado el 9 de septiembre a las 11.15 am)

6.4.5 Equipo de Ventas

La principal actividad de la fuerza de ventas es captar la mayor cantidad de clientes para formar parte de la red de proveedores que se quiere tener para iniciar operaciones. Se contratará a 2 vendedores antes de lanzar la marca el mercado para poder tener la base de clientes y poder operar en el mercado (11 meses de labor de ventas, la cual está contemplada en el presupuesto de inversión inicial)

Se contará con dos personas que hagan la labor de búsqueda, y filtrado de clientes en base a los parámetros de calidad previamente establecidos, los cuales estarán a cargo de las socias que dirigen la parte comercial y atienden por WhatsApp consultas de clientes

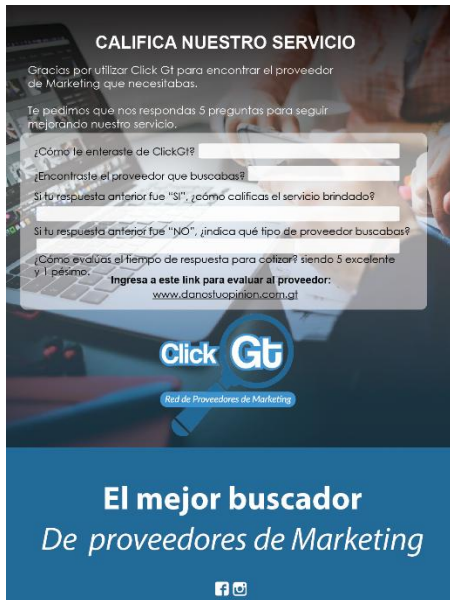
Se tendrá una recepcionista que re direcciona y da información básica a las persona que son ingresan por llamada y está a cargo de la facturación, la cual será contratada al momento de lanzar marca

El personal será contratado por RH Consulting para que lleve a cabo la contratación del personal

Se les dará capacitación antes de iniciar la parte Pre Operativa para que comprendan todo el

Así mismo se tendrá un Boot electrónico que atenderá a los clientes que consultan a través de las redes sociales

Como parte de la estrategia de servicio al cliente en obtener un feedback constante del cliente se solicita el usuario que contrato un servicio con Click Gt que conteste una encuesta y se le da el link para ingresar a la página y calificar directamente al proveedor, dejar comentarios para tener feedback en la comunidad de usuarios.



Gráficos 38 Encuesta de Servicio y Evaluación de

Proveedor. Fuente Propia

6.4.6 Marketing Directo

- Se utilizará la herramienta de mailing (a través de Direct Publi Web – Servicio contratado) para envío de información a los clientes potenciales, a través de una base efectiva informando sobre los beneficios de formar parte de la plataforma y la manera efectiva para captar clientes potenciales.
- Será utilizado también para dar a conocer la plataforma al usuario, informando de forma clara los beneficios que puede obtener al utilizarla, que es sin costo y el ahorro de tiempo en sus cotizaciones

Arte de Mailing para Clientes
(Proveedores)

**COTIZAR PROVEEDORES DE MARKETING
NUNCA FUE TAN FÁCIL**

Ingres a ClickGt:

Cotiza en línea con los mejores proveedores:

- ✓ Ahorro de tiempo en cotizar.
- ✓ Fácil de utilizar.
- ✓ Te notifican a tu celular cuando ya este la cotización.
- ✓ Tu eliges el mejor.

Solicita información

✉ventas@clickgt.com

☎(502)2439 4733 / 5489-6391

Click Gt
Red de Proveedores de Marketing

El mejor buscador
De proveedores de Marketing

Facebook and Instagram icons.

Arte Mailing para
(Usuarios)

**OBTENER CLIENTES
NUNCA FUE TAN FÁCIL**

Sé parte de la Red de Proveedores
de Marketing más efectiva en Guatemala

Solicita información

✉ventas@clickgt.com

☎(502)2439 4733 / 5489-6391

Click Gt
Red de Proveedores de Marketing

La mejor opción
Para obtener nuevos clientes

Facebook and Instagram icons.

Gráficos 39 **Artes de mailing Proveedores y Usuarios.** Fuente Propia

6.4.7 Cuadro de presupuesto de herramientas de comunicación

Flow Chart

Medio	Inversión	Formato	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept	Oct	Nov	Dic	
Redes Sociales															
Facebook	Q 2,000.00	Adds													
Linked In	Q 1,000.00	Adds	x	x				x	x				x	x	
OLX	Q 1,500.00	Desktop App													
Prensa Libre digital	Q 2,500.00	Intermodulo													
Mailing (Publiweb)	Q 2,500.00	Mobile	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
Google Adds	Q 2,500.00	Search	x	x				x	x				x	x	INVERSION ANUAL
			Q 8,000.00	Q 8,000.00	Q 4,500.00	Q 4,500.00	Q 4,500.00	Q 10,500.00	Q 10,500.00	Q 4,500.00	Q 4,500.00	Q 7,000.00	Q 10,500.00	Q 10,500.00	Q 87,500.00

Tabla 14 Cuadro de Inversión de Click Gt. Fuente Propia

7. Marco legal

7.1. Marco Legal Empresa

7.1.1 Lugar de constitución de la empresa, áreas afectadas legalmente.

La entidad se constituirá en la ciudad de Guatemala, Guatemala, y de momento no se planea la existencia de sucursales o actividades fuera de Guatemala. El giro del negocio se encuentra relacionado con el área de Servicios por Plataforma Web por lo que se deberá tomar en cuenta los ámbitos mercantil y laboral.

7.1.1. Constitución de empresa:

Para el modelo de negocio se formará una sociedad mercantil, la cual se registrará como Sociedad Anónima. Así mismo se ha verificado en el Registro Mercantil la disponibilidad de la razón social y se determinó el nombre comercial de la sociedad.

Razón Social: Enlaza, S. A.

Nombre Comercial: Click Gt

La sociedad contará con un capital pagado de Q. 675,000 el cual será aportado a través de dinero efectivo por parte de tres socios. Uno de los socios aportará el 33.3% del capital respectivamente.

La aportación no Dineraria, se dará por uno de los socios para la Creación y Desarrollo de la Plataforma valorado en Q. 135,000

Para constituir la sociedad la empresa deberá realizar los siguientes trámites:

- **Registro mercantil:** En el registro mercantil se deberán hacer los siguientes trámites: escritura constitutiva, nombramiento de representante legal, inscripción de escritura provisional, certificación provisional de la inscripción, inscripción de nombramiento de representante legal, publicación en el diario oficial, solicitud de

inscripción definitiva, tramite de patente de la sociedad e inscripción de patente de empresa.

- **Inscripción de la empresa en la SAT:** Emisión de NIT, habilitación de libros contables, inscripción de representantes legales, autorización de libro de registro de accionistas, autorización de impresión de facturas, inscripción al IVA e ISR.
- **Inscripción en IGSS e IRTRA:** Inscripción en el IGSS y afiliación al IRTRA para cinco empleados que estarán en planilla.

7.1.3. Requisitos legales para la comercialización y comunicación

Para poder cumplir con la labor de comercialización del proyecto se hace necesario la preparación de lo siguiente:

- a) Contratos de trabajo con el personal: Condiciones laborales, fijación de salario según perfil, razones de terminación de contrato , duración de contrato
- b) Contratos con los Proveedores : Derecho a publicitarse dentro de la plataforma, obligación de pago, Asunción de responsabilidad por la prestación de servicio, Pasar por un proceso de calificación y criterios para formar parte de la plataforma, causas por las que se le puede eliminar como proveedor de la plataforma (limite de reclamos de usuarios)
- c) Dentro del Contenido de la Plataforma habrá una sección de Condiciones y responsabilidades: Función de Click Gt ante proveedores y empresas, eximir de responsabilidad a Click Gt de limitaciones, ya que funciona como intermediario, pero no asume responsabilidad en las negociaciones entre empresas o incumplimiento de servicios por parte de proveedores hacia los usuarios.

Asimismo, en cuanto a la comercialización se debe tomar en cuenta las normas de publicidad comprendidas en los artículos 18 al 25 de la ley de protección al consumidor y usuario referentes a la obligación del establecimiento poner a disposición del consumidor los precios de los productos, se prohíbe la publicidad engañosa, en caso de haber promociones es necesario indicar plazo.

7.1.4. Sintonía con la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO)

Según el artículo 4 de la ley de protección al consumidor y usuario, las normas que aplican al negocio son: la protección de vida, salud y seguridad del usuario, libertad de elección, brindar al usuario información veraz, la reposición de producto en caso tuviera defectos, la sostenibilidad de precios, recibir educación sobre el consumo de productos, brindar libro de quejas al usuario.

En cumplimiento al artículo 17 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, la Click Gt ., pondrá a disposición del consumidor el libro de quejas con el objetivo de garantizar el derecho de reclamo sobre el producto o servicio adquirido.

Proceso para la autorización del Libro de Quejas

- Adquirir el Libro de Quejas en los centros de distribución autorizados, el costo es de Q. 50.00.
- Llenar formulario de solicitud.
- Adjunto al formulario deben ser presentadas fotocopias simples de: Patente de Comercio de Sociedad y Patente de Comercio de Empresa, nombramiento del representante legal, constancia de inscripción tributaria / RTU / y DPI del representante legal de la entidad.

7.2. Marco Legal Marca

7.2.1. Pasos para registrar una marca en Guatemala

Adquirir en las oficinas del Registro de la Propiedad Intelectual, un formulario de solicitud de búsqueda retrospectiva del distintivo (Q.5.00), completarlo con la información requerida, efectuar el pago respectivo en Caja (denominativos Q.100.00; gráficos Q.200.00; y mixtos Q.200.00).

Presentar el formulario y recibo de cancelación de la tasa en recepción, solicitando la búsqueda requerida.

Adquirir formulario solicitud de registro inicial de distintivo (Q.5.00), completarlo con la información requerida, anexando los documentos pertinentes, adhiriendo los ejemplares del signo solicitado en el formulario y las copias, firma del solicitante, firma y sello del Abogado Auxiliante, colocando el timbre forense respectivo.

Efectuar el pago de Q.110.00 por presentación de la solicitud, adjuntar copia del recibo correspondiente al expediente.

Adjuntar a la solicitud los siguientes documentos:

- Si es persona individual, fotocopia legalizada de documento de identificación
- Si se tratare de persona jurídica, fotocopia legalizada del documento que acredite la representación.
- Si se tratare de persona individual o jurídica extranjera no domiciliada en Guatemala, deberá acompañar copia legalizada del mandato con cláusula especial otorgado a un abogado guatemalteco colegiado activo.
- Original o fotocopia legalizada del recibo que acredite el pago de la tasa de Q.110.00 por ingreso de la solicitud.
- Cuatro reproducciones de la marca si fuera mixta o figurativa. Si fuera figura tridimensional, las reproducciones deberán consistir en una vista única o varias vistas diferentes, bidimensionales.
- De toda solicitud y documentos que se presenten deberán adjuntarse una copia para efectos de reposición.

Ingresar la solicitud en la recepción, donde efectúa un examen de los documentos adjuntos previo a la solicitud, quienes al aceptarlo sellan de recibido la solicitud y las copias. Presentada la solicitud, el Registro anotará la fecha y hora de su presentación, asignará un número de expediente y entregará al solicitante un recibo de la solicitud y de

los documentos presentados. Se tendrá como fecha de presentación de la solicitud la fecha de su recepción por el Registro, siempre que al tiempo de recibirse, la misma hubiera contenido al menos los siguientes requisitos:

- Que contenga información que permita identificar al solicitante o su representante e indique dirección para recibir notificaciones en el país
- Que indique la marca cuyo registro se solicita o, tratándose de marcas denominativas con grafía, forma o color especiales, o de marcas figurativas, mixtas o tridimensionales con o sin color, se acompaña una reproducción de la marca
- Que indique los nombres de los productos o servicios para los cuales se usa o se usará la marca
- Que acompañe el comprobante de pago de la tasa establecida.

El expediente es trasladado a la Sección de forma y Fondo para su examen, si la solicitud cumple con todos los requisitos, se emite resolución declarando con lugar la solicitud y se extiende el edicto correspondiente, por el cual se deben cancelar Q.50.00.

El solicitante, debe efectuar 3 publicaciones del edicto, en el término de quince días en el Diario Oficial, debiendo presentar los ejemplares originales al registro dentro del mes siguiente a la fecha de la última publicación. El edicto deberá contener: El nombre y domicilio del solicitante; El nombre del representante del solicitante, cuando lo hubiese; La fecha de presentación de la solicitud; El número de la solicitud o expediente; La marca tal como se hubiere solicitado; La clase a que corresponden los productos o servicios que distinguirá la marca; y La fecha y firma del Registrador o el funcionario del Registro que éste designe para el efecto.

Si no presentan oposición a la inscripción, el solicitante requiere se emita la orden de pago de Q.90.00 para que se efectúe la anotación que corresponde y presentarla al Registro para que se inscriba el signo distintivo solicitado.

Para que el Registro le haga entrega del título respectivo, el solicitante debe cancelar en Caja la suma de Q.50.00.

Vigencia de la Marca: 10 años, renovables por períodos iguales.

Construcción de la marca

Tipo de marca: Mixta

Clase: 35 Publicidad: gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos oficina

Descripción de la marca:

Click Gt: Es un modelo de negocio que sirve como intermediario entre Proveedores y usuarios los cuales buscan distintos tipos de servicios a través de una plataforma web donde pueden contraer negocios comerciales mediante las múltiples funciones cuyo objetivo es acortar tiempos de envíos de cotizaciones y ofrece la oportunidad de crecer su cartera de clientes para las empresas que tienen esta oferta de servicios a los usuarios.

- **Nombre:** La composición de la marca Click Gt está compuesto de 2 palabras.
- **Gráfico o Isologo:** Los elementos nombre e ícono que conforman la composición para representar ante el mercado Click Gt , ambos deben utilizarse en conjunto para su correcta aplicación corporativa interna y externa.

– Paleta de colores:

Color

Se utilizaron colores que van relacionados con el grupo objetivo al cuál nos estamos dirigiendo dándole un mayor empuje a la marca a través del sentido icónico del color. Damos a nuestros clientes una marca que se perciba como estable, relacionada a la tecnología y que le permita el crecimiento de su negocio.




	AZUL (#246896) C: 86% M: 52% Y: 21% K: 5% R: 36 G: 104 B: 234	El color azul está relacionado a la utilidad, fuerza y fidelidad, muchos de los aspectos que deseamos reflejar como marca hacia nuestro grupo objetivo.
	AZUL CELESTE (#1C97EA) C: 74% M: 31% Y: 0% K: 0% R: 28 G: 151 B: 234	Tonalidad de azul que transmite tranquilidad y confianza, mismas que deseamos reflejar por la excelencia de la plataforma y confianza en la marca, creando fidelidad en nuestros clientes.
	BLANCO (#FFFFFF) C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0% R: 255 G: 255 B: 255	El color blanco es un color neutro que contrasta y permite una mejor visualización de la marca.

Gráfico 40 Descripción de Paleta de Colores Logo Click Gt. Fuente Propia

- **Tipografía:** La familia de fuentes empleadas para la creación del logotipo Click Gt , corresponde a: CoolveticaRg - Regular y para “ Red de Proveedores de Marketing” ; Lato Sans – Bold Italic

Tipográfico

Click Gt
CoolveticaRg-Regular

Red de Proveedores de Marketing
Lato Sans - Bold Italic

Coolvetica es una tipografía san serif, que permite una excelente legibilidad y da a la marca dar un aspecto formal pero a la vez dinámico transmitiendo confianza, simpatía y estabilidad a nuestro grupo objetivo.

Lato Sans en su versión **bold italic** permite que el slogan de la marca tenga presencia en el logotipo. Permite que el logotipo sea simétrico dada su posición en el espacio y tamaño de la tipografía.

Gráfico 41 Tipografía utilizada para el logo Click Gt Fuente Propia

Diseño:



Gráfico 42 **Diseño Logo CLick Gt** . Fuente Propia

- **Clasificación marcaria que tiene el producto o servicio:** para el efecto se utilizó la Clasificación Clase 35 / Publicidad ; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina
- **Búsqueda de la marca:** Una vez se determinó la clase en la que se clasifica el servicio, se realizó la búsqueda de la marca, para establecer la viabilidad de registro y que no infrinja derechos de terceros.

7.2.2. Protección de derechos de propiedad intelectual

- Para proteger los derechos de propiedad intelectual de Click Gt es necesario hacer contratos con los diseñadores para proteger el logo, imagen de la misma.

7.2.3. Vigilancia de marca

La marca Click Gt tendrá una vigencia de 10 años, sin embargo, se contratará un abogado, quien se encargará de efectuar una vigilancia y en el momento que exista una solicitud de marca que pueda afectar los intereses de Click Gt ., deberá presentar una oposición y notificarlo inmediatamente a la compañía. Asimismo, tendrá a su cargo efectuar la gestión de la renovación cuando corresponda

8. Prospectiva y Análisis de Factibilidad

8.1 Prospectiva y Formulación de Escenarios

Optimista						
Estado de Resultados Proyecto " Click Gt "						
	1	2	3	4	5	
Ventas	Q 1,350,000.00	Q 1,485,000.00	Q 1,633,500.00	Q 1,796,850.00	Q 1,976,535.00	
Costo de ventas	Q 28,512.00	Q 29,937.60	Q 31,434.48	Q 33,006.20	Q 34,656.51	
Utilidad Bruta	Q 1,321,488.00	Q 1,455,062.40	Q 1,602,065.52	Q 1,763,843.80	Q 1,941,878.49	

Tabla 15 Escenario Optimista Click Gt

Fuente Propia

Se plantea un escenario Optimista para Click Gt en el cual se proyecta una captación de clientes de 250 en el primer año con un incremento anual del 10% a un precio de venta unitario de Q. 450 mensual por cliente, esto nos genera una utilidad bruta de Q. 1, 321,488 anuales.

Proyectando una base de clientes de 250 que permita generar un ingreso mensual de Q. 112,500 por cliente lo cual permite cubrir los gastos de operación, generando una utilidad atractiva para Click Gt.

Estado de Resultados Proyecto " Click Gt "						
	1	2	3	4	5	
Ventas	Q 950,400.00	Q 1,045,440.00	Q 1,149,984.00	Q 1,264,982.40	Q 1,391,480.64	
Costo de ventas	Q 28,512.00	Q 29,937.60	Q 31,434.48	Q 33,006.20	Q 34,656.51	
Utilidad Bruta	Q 921,888.00	Q 1,015,502.40	Q 1,118,549.52	Q 1,231,976.20	Q 1,356,824.13	

Tabla 16 Escenario Realista Click Gt

Fuente Propia

Se hace otro planteamiento que se plantea como "Realista" el cual propone una captación de clientes de 176 lo que representa alrededor del 7% del mercado potencial de clientes, dejando el precio de Q. 450 mensuales, lo que genera una utilidad bruta de Q. 921,888, que permite cubrir los costos de operación, permitiendo tener un margen de ganancia atractivo para Click Gt, que le permite seguir creciendo en el mercado, generando más ventas a través de la captación incremental de clientes.

Pesimista						
Estado de Resultados Proyecto " Click Gt "						
	1	2	3	4	5	
Ventas	Q 432,000.00	Q 475,200.00	Q 522,720.00	Q 574,992.00	Q 632,491.20	
Costo de ventas	Q 28,512.00	Q 29,937.60	Q 31,434.48	Q 33,006.20	Q 34,656.51	
Utilidad Bruta	Q 403,488.00	Q 445,262.40	Q 491,285.52	Q 541,985.80	Q 597,834.69	

Tabla 17 Escenario Pesimista Click Gt

Fuente Propia

En este escenario se plantean captar únicamente 80 clientes que representa únicamente el 1% del mercado potencial, dejando el precio de Q. 450, se obtiene un margen de ganancia mucho menor del 24% sobre los ingresos totales.

8.2 Análisis de Factibilidad

8.2.1 Proyecciones Financieras de 5 años

Presupuesto de Efectivo Proyecto "Click Gt "					
	1	2	3	4	5
Ingresos					
Ingresos por Ventas	Q950,400.00	Q883,440.00	Q826,016.40	Q772,325.33	Q722,124.19
Total Ingresos	Q950,400.00	Q883,440.00	Q826,016.40	Q772,325.33	Q741,545.62
Egresos					
Publicidad	Q87,500.00	Q89,250.00	Q91,035.00	Q92,855.70	Q94,712.81
Gastos de Administración	Q232,824.00	Q244,465.20	Q256,688.46	Q269,522.88	Q282,999.03
Intereses	Q33,835.65	Q28,532.72	Q22,192.44	Q14,611.89	Q5,548.44
25% de Impuesto Sobre la Renta	Q141,932.09	Q123,321.49	Q77,619.58	Q80,770.69	Q61,356.36
Amortización del Préstamo	Q27,108.58	Q32,411.51	Q38,751.79	Q46,332.34	Q55,395.79
Total Egresos	Q523,200.31	Q517,980.92	Q486,287.27	Q504,093.50	Q500,012.43
Situación de Efectivo					
Flujo Neto de Efectivo	Q427,199.69	Q365,459.08	Q339,729.13	Q268,231.83	Q241,533.19
Caja Inicial	Q200,000.00	Q627,199.69	Q992,658.77	Q1,332,387.90	Q1,600,619.73
Caja Final Acumulada	Q627,199.69	Q992,658.77	Q1,332,387.90	Q1,600,619.73	Q1,842,152.92
Saldo Mínimo	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00
Excedente o Faltante	Q627,199.69	Q992,658.77	Q1,332,387.90	Q1,600,619.73	Q1,842,152.92

Tabla 18 Presupuesto de Efectivo Click Gt.

Fuente: Propia

Cuadro: Anualidad Simple Ordinaria							
Año	Interés	Amortización	Saldo	Tasa de Interés mensual=	1.500000%	Periodos(meses)=	60
0			Q200,000.00	$(1+i) =$		$(1+0,006667) =$	1.015
1	Q33,835.65	Q27,108.58	Q172,891.42	$(1+i)^{-n} =$		$(1+0,006667)^{-60} =$	0.40929597
2	Q28,532.72	Q32,411.51	Q140,479.92	$1 - (1+i)^{-n} =$		$1 - (1+0,006667)^{-60} =$	0.59070403
3	Q22,192.44	Q38,751.79	Q101,728.13	$((1 - (1+i)^{-n}) / i) =$		$(1 - (1+0,006667)^{-60}) / 0,006667 =$	39.3802689
4	Q14,611.89	Q46,332.34	Q55,395.79	Préstamo / $((1 - (1+i)^{-n}) / i) =$	0,00	$(0,00 / ((1 - (1+0,006667)^{-60}) / 0,006667)) =$	Q5,078.69
5	Q5,548.44	Q55,395.79	(Q0.00)	Monto del Préstamo	Q200,000.00	Cuota Mensual	Q5,078.69

Tabla 19 Anualidad Simple Ordinaria.

Fuente: Propia

8.2.2 Estado de Pérdidas y Ganancias

Estado de Resultados Proyecto " Click Gt "					
	1	2	3	4	5
Concepto					
Ventas	Q950,400.00	Q883,440.00	Q772,325.33	Q793,096.92	Q722,724.19
Costo de ventas	Q28,512.00	Q29,937.60	Q31,434.48	Q33,006.20	Q34,656.51
Utilidad Bruta	Q921,888.00	Q853,502.40	Q740,890.85	Q760,090.72	Q688,067.68
Gastos de Administración y Salarios	Q232,824.00	Q239,808.72	Q311,751.34	Q321,103.88	Q330,736.99
Publicidad	Q87,500.00	Q91,875.00	Q96,468.75	Q101,292.19	Q106,356.80
Utilidad Operativa (UAll)	Q601,564.00	Q521,818.68	Q332,670.76	Q337,694.65	Q250,973.89
Intereses	Q33,835.65	Q28,532.72	Q22,192.44	Q14,611.89	Q5,548.44
Utilidad Antes de Impuestos (UAI)	Q567,728.35	Q493,285.96	Q310,478.33	Q323,082.77	Q245,425.45
25% de Impuesto Sobre la Renta	Q141,932.09	Q123,321.49	Q77,619.58	Q80,770.69	Q61,356.36
Utilidad Neta	Q425,796.26	Q369,964.47	Q232,858.74	Q242,312.08	Q184,069.09

Tabla 20 Estado de Pérdidas y Ganancias

Fuente: Propia

8.2.3 Punto de equilibrio VAN Y TIR

Precio Unitario	Q	450.00
Costo Variable Unitario	Q	13.50
Costo Fijo	Q	1,820.00

Año 1	PE(U)=	4	Punto de Equilibrio en Unidades
Año 1	PE(Q)=	Q 1,876.29	Punto de Equilibrio en Q

Calculo de VAN y TIR

	1	2	3	4	5
Flujo de Efectivo	427200	365459	339729	268232	241533

Inversión inicial	
Adquisición de equipos	Q 25,300.00
Trámites legales	Q 40,000.00
Softwares y Desarrollo Bot	Q 135,000.00
Publicidad	Q 600,000.00
Gastos Pre Operativos	Q 189,412.00
	Q 989,712.00

Tasa de descuento
12%

VAN

Q232,389.12

TIR

22%

Tabla 21 Punto de Equilibrio VAN Y TIR Click Gt

Fuente: Propia

9. Conclusiones

Después de haber realizado una serie de encuestas al usuario y cliente se concluye que Click Gt promete ser solución para la búsqueda y contratación de proveedores de marketing permitiendo relaciones duraderas comerciales, convirtiendo a los proveedores en aliados comerciales para los usuarios que demandan sus servicios

Click Gt tiene un crecimiento potencial ya que a partir de este modelo se puede ir combinando con otros servicios como poner a disposición la data de los usuarios para poder comercializar espacios de venta publicitarios en el sitio web, ofreciendo a los proveedores la posibilidad de llegar directamente a través de conocer puntualmente las frecuencias de compra y el tipo de servicio que demandan.

La plataforma se podría crecer convirtiéndose en una plataforma que brinda otro tipo de proveedores, siguiendo el mismo modelo de negocio, pero ampliándose a otros segmentos de mercado, que le permita su crecimiento como marca

A través de los avances en la tecnología se podría reinventar las opciones para optimizar aún más la experiencia del usuario, así mismo con la constante retroalimentación que da el mismo conforme su utilización.

9.1 Recomendaciones

Es necesario que a través de la evolución del servicio en su implementación se lleven a cabo las actualizaciones necesarias de la Plataforma y la continua búsqueda de funciones adicionales que se puedan implementar a lo largo del uso y de la constante retroalimentación que hacen los usuarios, para poder eficientizar cada vez más su uso

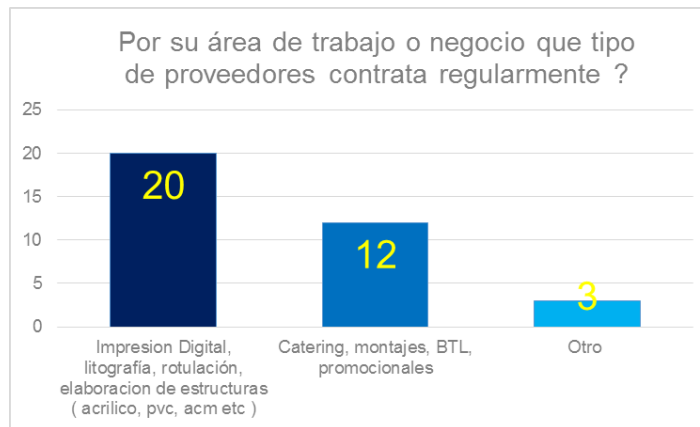
Una parte fundamental del concepto de Click Gt es el personal como equipo de ventas, para poder llevar a cabo la búsqueda y filtro de proveedores de una manera adecuada que permita tener una base de contactos de calidad y la correcta relación con el cliente para poder tener una calificación efectiva tanto del usuario como del cliente, que dé como resultado que el servicio se propague de un “ boca a boca “ positivo y que de esta manera se tenga un incremento de clientes potencial para cumplir con los objetivos planteados.

10. Anexos

10.1 Encuesta para evaluar la problemática en los usuarios que requieren este tipo de servicios (USUARIO) y demanda por este servicio (10 febrero 2017)

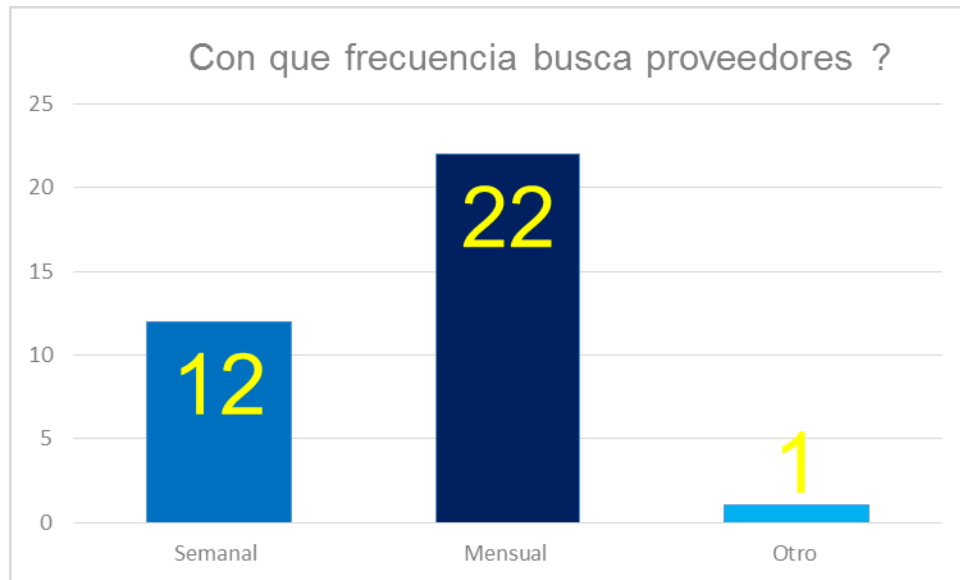
1 Por su área de trabajo o negocio que tipo de proveedores contrata regularmente ?

Impresion Digital, litografía, rotulación, elaboracion de estructuras (acrilico, pvc, acm etc)	20
Catering, montajes, BTL, promocionales	12
Otro	3
	35



2 Con que frecuencia busca proveedores ?

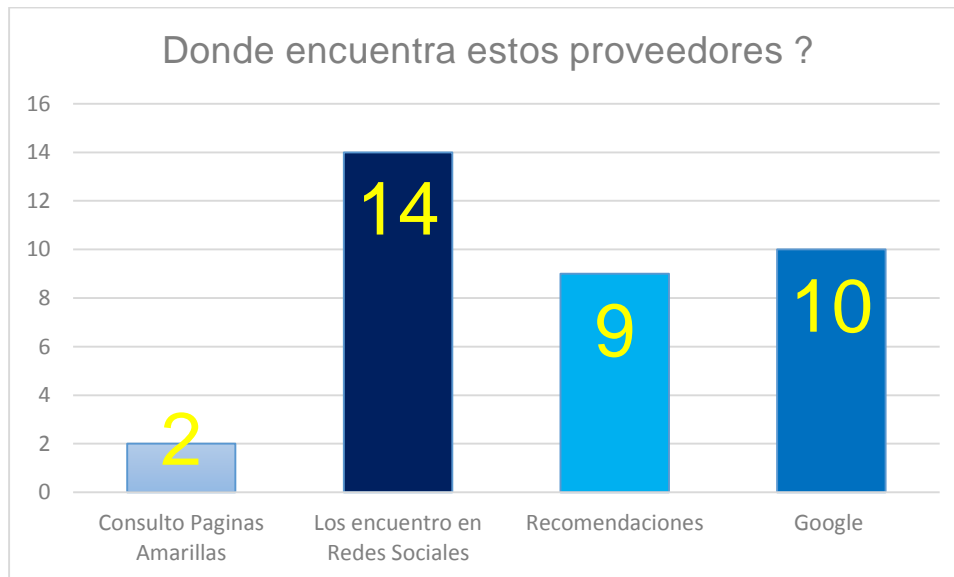
Semanal	12
Mensual	22
Otro	1
	35



3 Donde encuentra estos proveedores ?

Consulta Paginas Amarillas	2
Los encuentro en Redes Sociales	14
Recomendaciones	9
Google	10

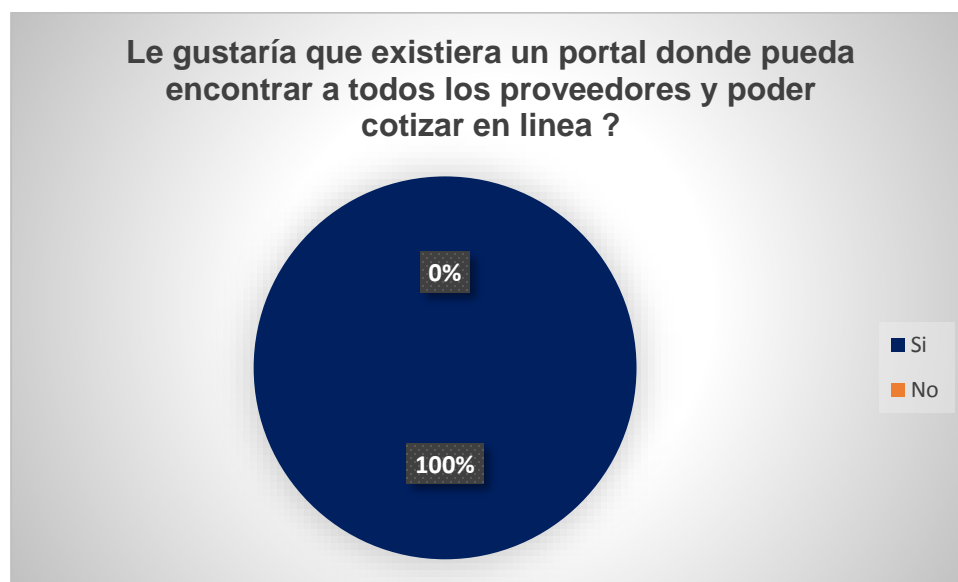
35



4 **Le gustaría que existiera un portal donde pueda encontrar a todos los proveedores y poder cotizar en línea ?**

Si	35
No	

35



5 **Si su respuesta fue Si , que le gustaría poder hacer en este portal para facilitar la búsqueda y contratación del proveedor que busca ?**

Reseñas que recomienden a la persona, cotizaciones y la ubicación de los lugares si es necesario visitarlos (por ej. Litografías)

Que se muestre un precio aproximado según las características que busco.
(Diferentes ofertantes)

Obtener referencias de trabajos que realizan, como trabajan, con que tiempo de anticipación se deben enviar los artes, como se deben enviar los artes, precios, teléfono, dirección, correo electrónico, etc.

En orden y sin muchas vueltas

Ver la opinión de los otros usuarios,

ver todos los productos que ofrece el proveedor, que estén ordenados por categoría y ranking.

6 Cual es el principal problema que solucionaría con este Portal

Ahorro de tiempo y darme una certeza que el proveedor existe
Llamadas a proveedores que se tardan eternidades en enviar cotizaciones
encontrarlos en un solo lugar ahorra tiempo y se maximiza el encontrar el
proveedor ideal.
ontar con una base de datos de proveedores ya calificados por otros clientes.

10.2 Interpretación de Resultados

- Se identificó los tipos de servicios de marketing que mas cotizan los usuarios
- La frecuencia de contratación es mensual y generalmente buscan los proveedores a través de las redes sociales y google
- Al 100% le gustaría que existiera un portal donde sea mas fácil la búsqueda y contratación de los proveedores
- La mayoría de los usuarios entrevistados valoran el tiempo que se pueden ahorrar haciendo estas búsquedas y les gustaría que pudieran ver los trabajos que estos proveedores han hecho para tener una referencia mas cercana asi como la opinión de otros usuarios que han utilizado el servicio

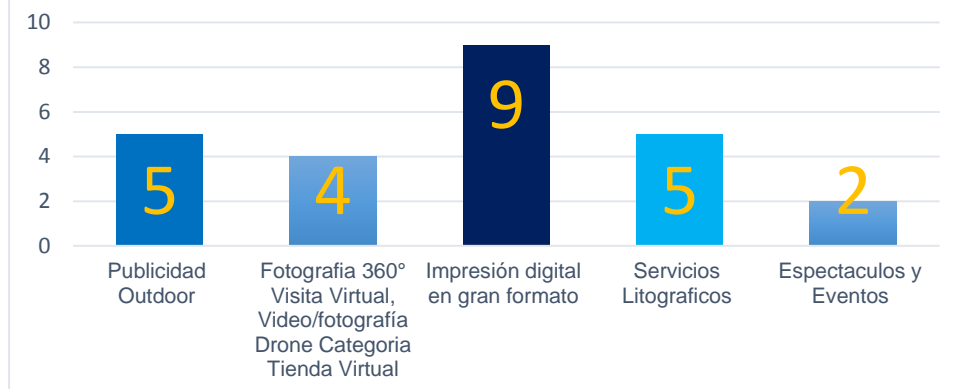
10.3 Evaluar el interés por parte de los Proveedores (clientes) en formar parte de la Plataforma (20 julio 2017)

- 1 Indique a qué se dedica su empresa y en qué categoría de negocio se encuentra ?

Publicidad Outdoor	5
Fotografía 360° Visita Virtual, Video/fotografía Drone Categoría Tienda Virtual	4
Impresión digital en gran formato	9
Servicios Litograficos	5
Espectaculos y Eventos	2

25

Indique a qué se dedica su empresa y en qué categoría de negocio se encuentra ?



2 Como da a conocer sus productos y servicios actualmente?

Buscando clientes	3
Toque en frío y referidos	2
Con propuestas personalizadas contacto directo	5
Contactando directamente a las empresas, redes sociales y referencias	9
Telemarketing, llamadas, prospectando, tener conocimiento en el medio	2
Pagina web, fan page, correos, visita personal .	3
Tener contactos en el medio	1

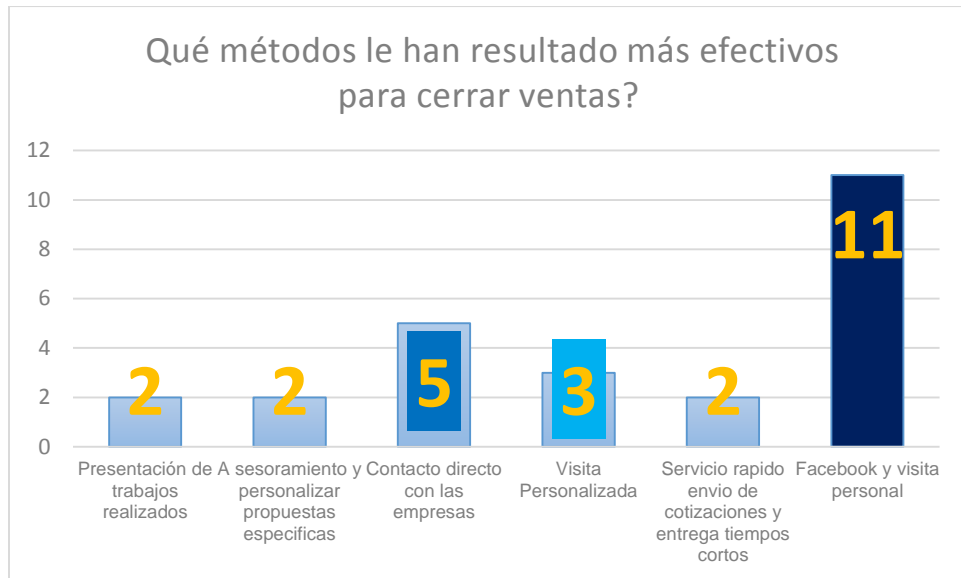
25



3 Qué métodos le han resultado más efectivos para cerrar ventas?

Presentación de trabajos realizados	2
A sesoramiento y personalizar propuestas específicas	2
Contacto directo con las empresas	5
Visita Personalizada	3
Servicio rapido envio de cotizaciones y entrega tiempos cortos	2
Facebook y visita personal	11

25



4 Cómo sería una forma ideal para captar clientes potenciales?

Por referidos	5
Publicidad en redes	6
por estacionalidad	3
Ubicacion de Power Chanel, brindando seguimiento personalizado	1
Buen Servicio	3
Portal de acceso rapido	7

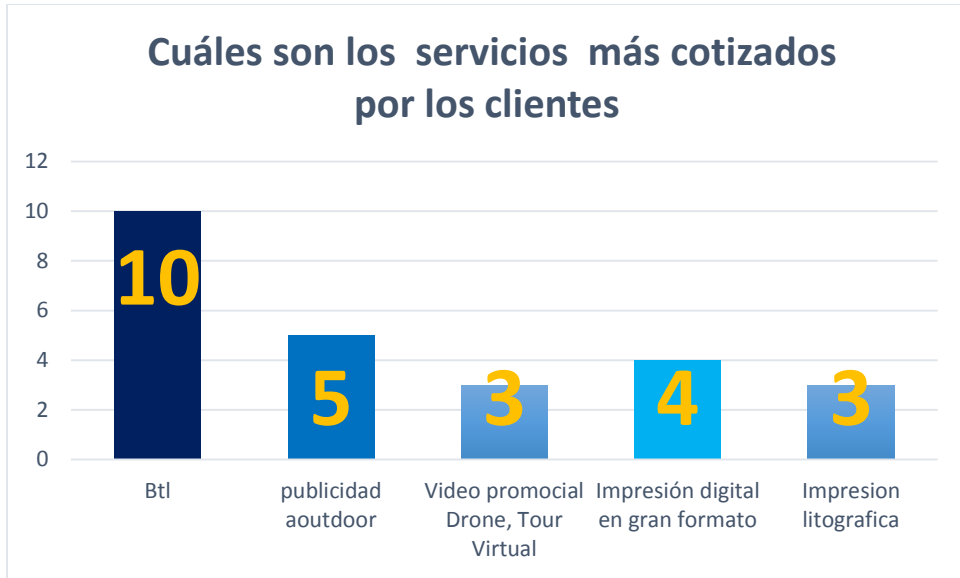
25



5 Cuáles son los servicios más cotizados por los clientes

Btl	10
publicidad aoutdoor	5
Video promocial Drone, Tour Virtual	3
Impresión digital en gran formato	4
Impresion litografica	3

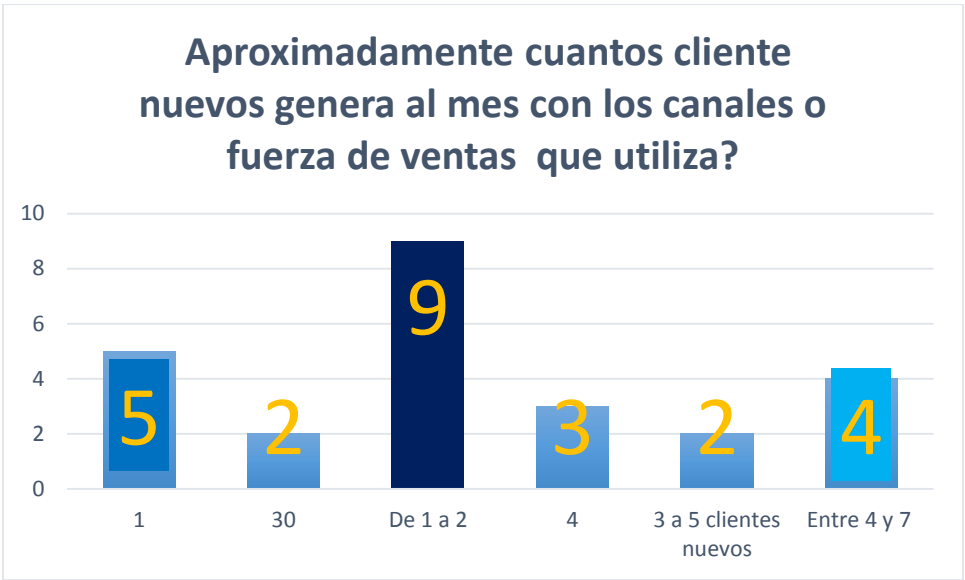
25



6 Aproximadamente cuantos cliente nuevos genera al mes con los canales o fuerza de ventas que utiliza?

1	5
30	2
De 1 a 2	9
4	3
3 a 5 clientes nuevos	2
Entre 4 y 7	4

25



Indique un promedio de inversión monetaria en publicidad que hace al 7 mes?

\$. 70,000.00	7
Q2,000.00	3
100,000	12
No invierto	3

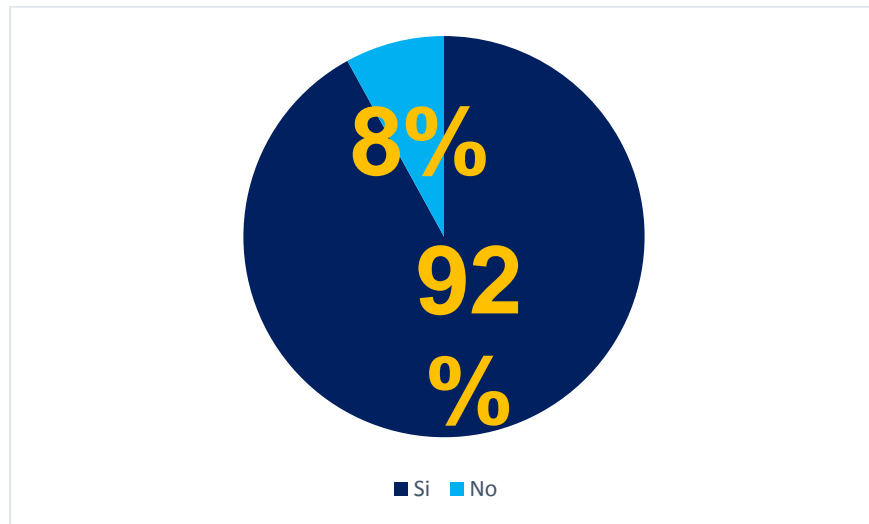
25



8 **Le gustaría formar parte de una plataforma donde pueda captar clientes potenciales de una forma rápida y constante? Donde este solo proveedores que responden a necesidades de marketing y que sea mas fácil cotizar para las empresas que requieren del tipo de servicios como el que ustedes ofrecen .**

Si	23
No	2

25

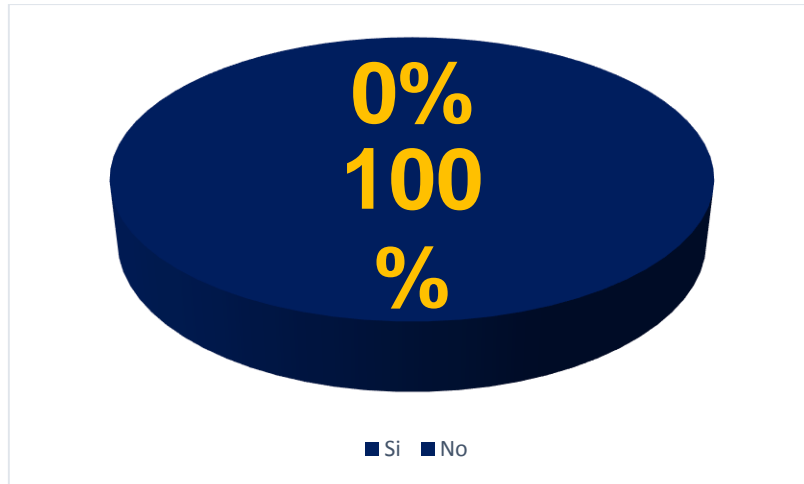


Si su respuesta a la pregunta 7 es NO, podría indicar por qué?

Porque no confío en esas paginas

Estoy bien con la obtención de clientes potenciales hasta ahora

9 **Si su respuesta a la pregunta anterior fue si , estaría dispuesto a cumplir con los tiempos de entrega de cotizaciones y papelería necesaria para formar parte de la red ?**



Si	23
No	

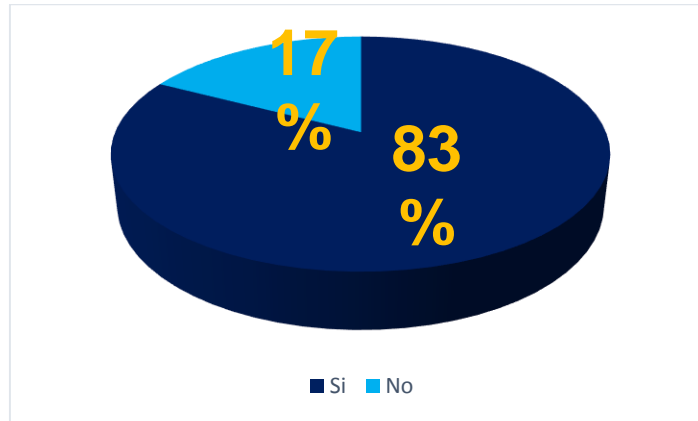
10 Cuanto estaria dispuesto a pagar mensualmente por formar parte de esta red



De Q. 150 a 500	18
Mas de Q. 500	2
No mas Q. 1,000	3

23

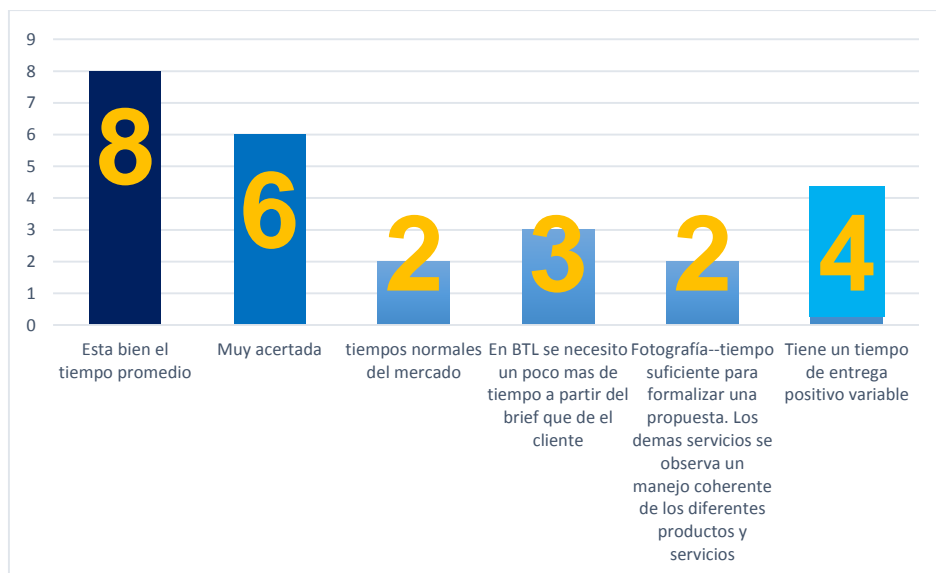
11 **Tendria la disponibilidad de tener a una persona que este encargada de atender las solicitudes y cumplir con los tiempos de entrega a traves de la plataforma**



Si	19
No	4

23

12 **Qué piensa de esta tabla de tiempos de entrega en relación a sus productos y servicios principales?**



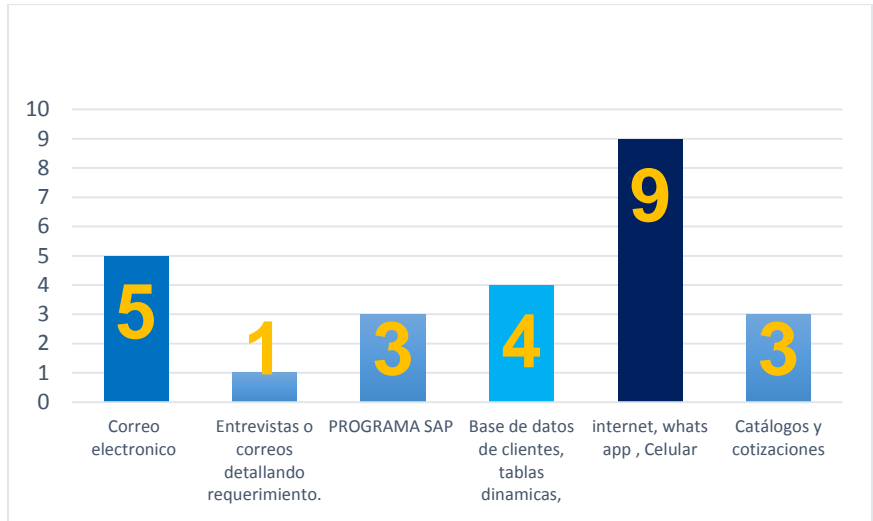
Esta bien el tiempo promedio	8
Muy acertada	6
tiempos normales del mercado	2
En BTL se necesito un poco mas de tiempo a partir del brief que de el cliente	3
Fotografía--tiempo suficiente para formalizar una propuesta. Los demas servicios se observa un manejo coherente de los diferentes productos y servicios	2
Tiene un tiempo de entrega positivo variable	4

25

13 Qué tipo de información y herramientas utiliza para la gestión de sus clientes y pedidos?

Correo electronico	5
Entrevistas o correos detallando requerimiento.	1
PROGRAMA SAP	3
Base de datos de clientes, tablas dinamicas,	4
internet, whats app , Celular	9
Catálogos y cotizaciones	3

25



14 Qué tipo de relación y contacto maneja con sus clientes?

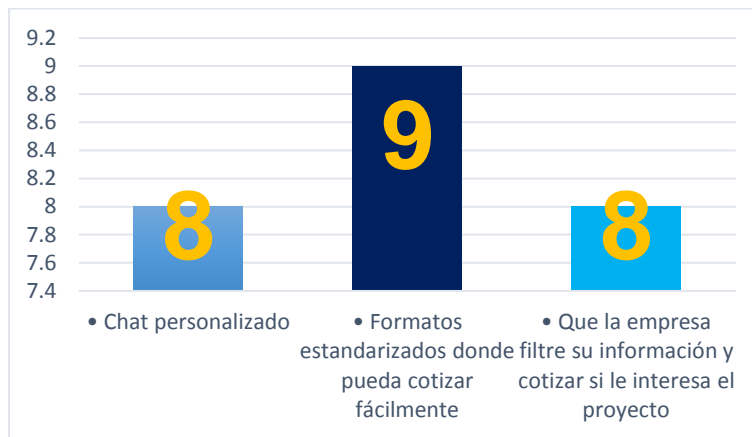


Cercana y personal	2
PROFESIONAL Y ETICO	3
Relación personalizada, basadas en un tono formal y amigable	5
prudente, buen servicio, amigable, responsable	4
Via telefonica, visitas y correos	7
Directa	4

15 **Cuál de estas funciones generaría más valor como proveedor hacia sus clientes como herramienta dentro de la plataforma ?**

• Chat personalizado	8
• Formatos estandarizados donde pueda cotizar fácilmente	9
• Que la empresa filtre su información y cotizar si le interesa el proyecto	8

25



10.4 Interpretación de Resultados

- La forma más utilizada que utilizan los proveedores de Marketing para dar a conocer sus servicios es a través de Redes Sociales, contactos directo con las empresas y las referencias que hacen otros clientes de ellos. Piensan que una manera efectiva de captar clientes potenciales seria a través de un Portal de acceso rápido y a través de pauta en Redes Sociales
- El promedio de clientes que obtienen mensualmente con los medios que utilizan para darse a conocer es de 1 a 2 clientes y la inversión promedio que hacen mensual es de Q. 100,000
- El 92% indicó que le gustaría formar parte de esta Plataforma y que estaría dispuesto a cumplir con los tiempos de entrega impuestos
- La mayoría indico pagar entre Q. 150 y Q. 400 para formar parte de este servicio y también tener a una persona que pueda cumplir con los tiempos de cotización y entrega de proyectos

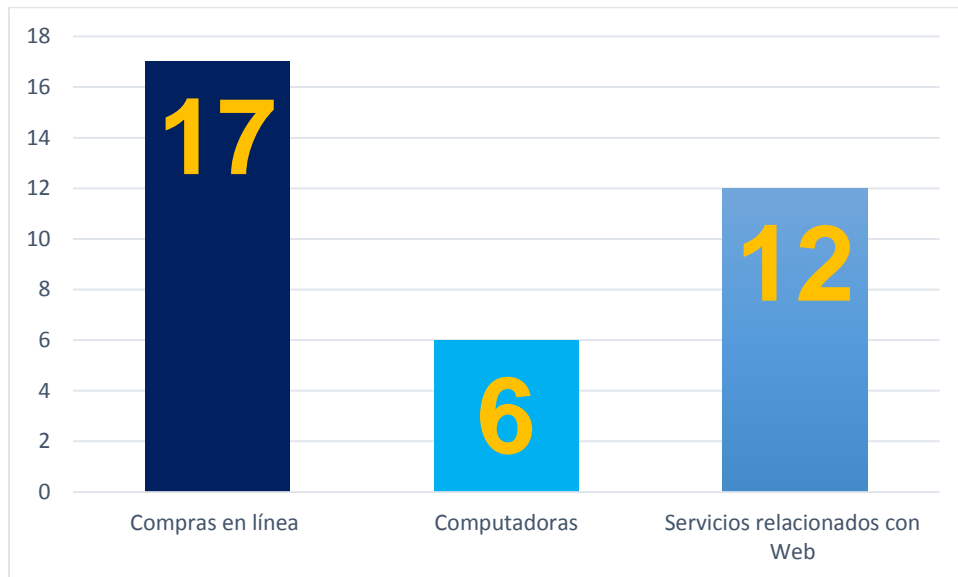
- Consideran que si en la plataforma hay formatos ya estandarizados , sería una forma más eficiente de poder cotizar de una manera más efectiva y que exista la opción de chat para poder consultar dudas que se tengan directamente con el usuario que cotiza

10.5 Evaluación de Marca, con qué asocian la marca? (30 julio 2017)

1 Que producto o servicio relacionarias con la marca Click Gt ?

Compras en línea	17
Computadoras	6
Servicios relacionados con Web	12

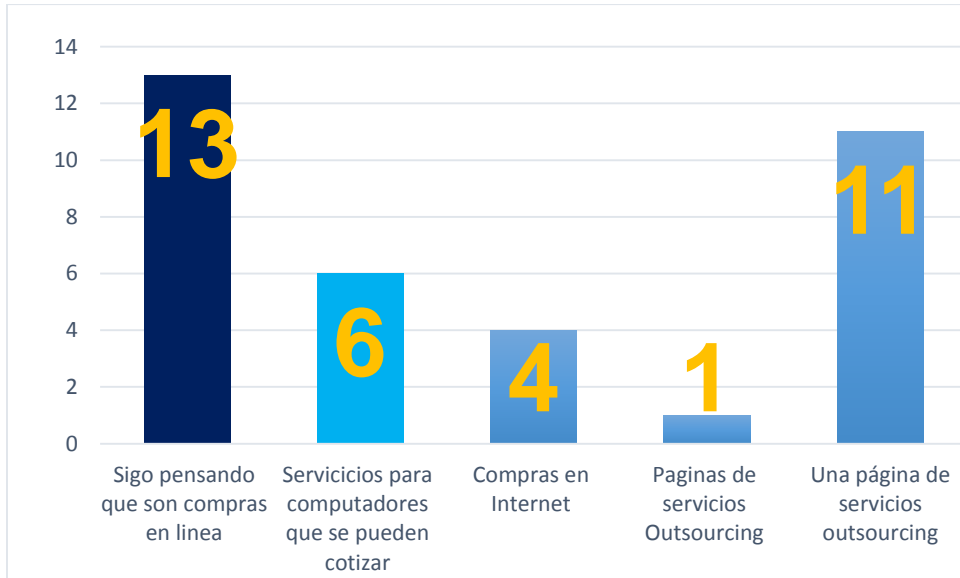
35



2 Si este logo tiene el agregado " Cotiza - Compara - Contrata , sigues pensando lo mismo que la respuesta anterior o algo diferente ? Si es algo diferente que es ?

Sigo pensando que son compras en linea	13
Servicios para computadores que se pueden cotizar	6
Compras en Internet	4
Paginas de servicios Outsourcing	1
Una página de servicios outsourcing	11

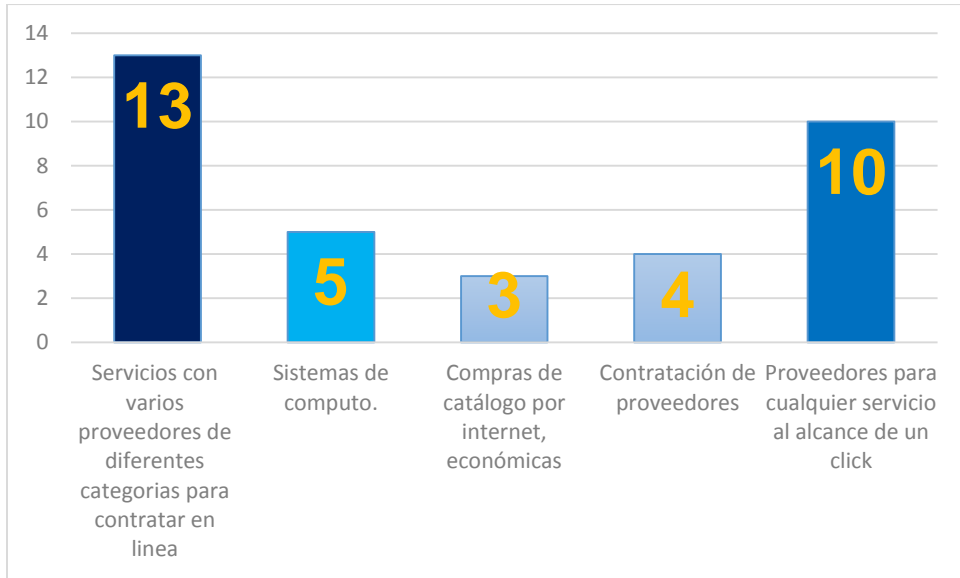
35



3 Si este logo Click Gt , tuviera como slogan , Proveedores a tu alcance , que te imaginas que te ofrece esta marca ?

Servicios con varios proveedores de diferentes categorias para contratar en linea	13
Sistemas de computo.	5
Compras de catálogo por internet, económicas	3
Contratación de proveedores	4
Proveedores para cualquier servicio al alcance de un click	10

35

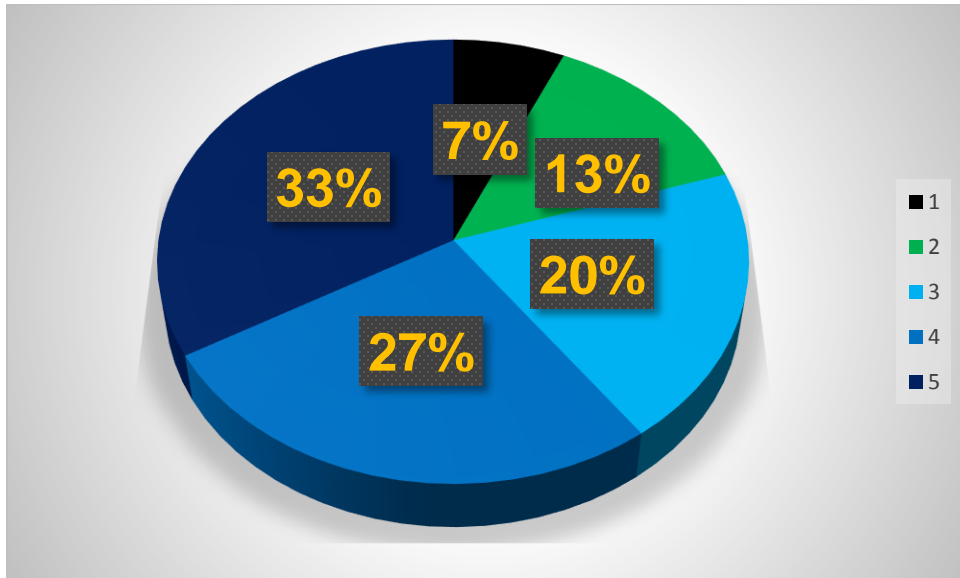


4 **Click Gt , es una marca que ofrece la posibilidad de cotizar proveedores de forma rápida y optimizada en línea para ahorrar tiempo en la contratación , nos puedes dar tu calificación de si el logo lo relacionas con el concepto de la marca , siendo 1 que "NO" y 5 definitivamente "SI "**

1	12
2	9
3	4
4	5
5	5

35

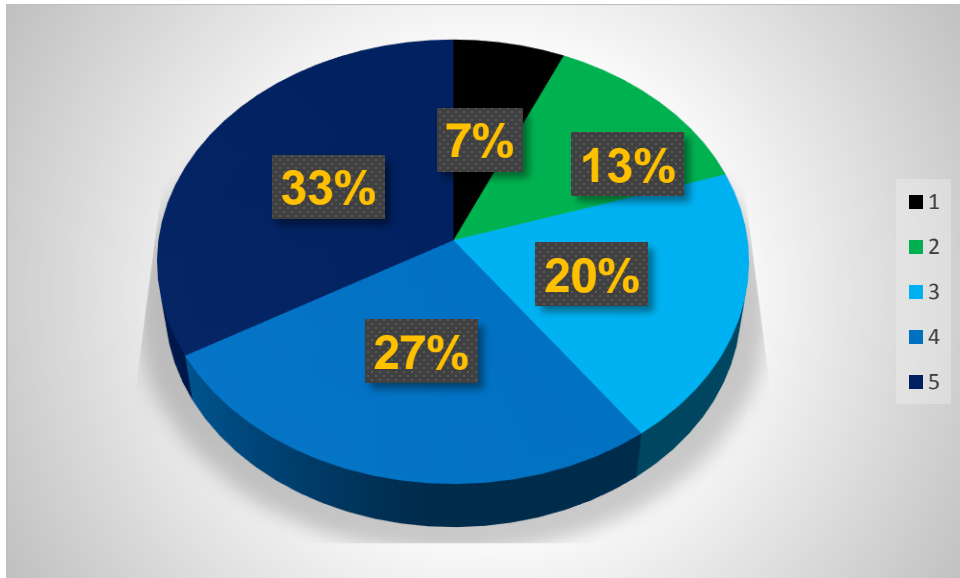




5 Nos puedes decir de 1 a 5 que tanto te gustan el logo y colores de la marca , siendo 1 " NO ME GUSTA " y 5 " Me gusta y va con el concepto de marca "

1	5
2	7
3	12
4	8
5	3

35



6 Si tuvieras algun comentario u observación que nos haga mejorar el logo , lo puedes escribir en este espacio , gracias por tu tiempo

Los colores son muy brillantes y juveniles y considero que es algo serio
Quizá, la letra "c" debería de estar un poco mas grande, o para que se entienda que es una letra "c". Y en vez de la vírgula de la "l", yo le colocaría el "GT". Éxitos
Le agregaría al logo algo que sea fácil de entender a la industria en la cual se desea ser proveedor como alimentos, construcción, artículos de oficina, etc.
Esta muy saturado y el color me suena a algo sale/oferta
Cambiar el color verde, darle mas formalidad.
Agregaria algun texto que diga especificamente que este porque el nombre esta bien
Tiene que decir a que se refiere directamente
Los colores deben de ser mas formales
La tipografia un poco mas seria
Me gusta el nombre , solo es de agregar algo para relacionarlo mas facil

10.6 Interpretación de Resultados

- El nombre de la marca es asociado con “ Compras en línea “ para la mayoría de usuarios
- Los colores y tipografía la consideran muy informal para el tipo de servicio que es, sin embargo el nombre con un añadido que indique específicamente a qué se refiere, se asociaría con mayor facilidad
- Es necesario hacer un ajuste tomando en cuenta estas observaciones

10.7 Encuesta para evaluar el cambio en el logo (15 agosto 2017)

Observe estos logos y responda estas preguntas

1



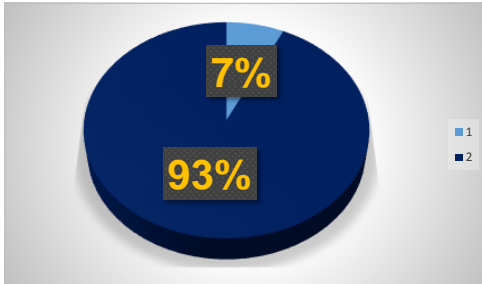
2



1 Cual de los dos logos los asocia mas con Una plafaforma digital donde se puede cotizar en linea proveedores de marketing ?

1	13
2	32

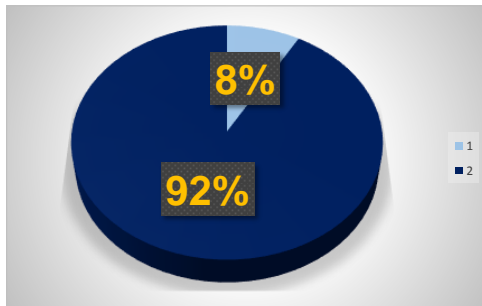
45



2 Cual de los dos logos les gusta mas, en color y tipografia ?

1	11
2	34

45

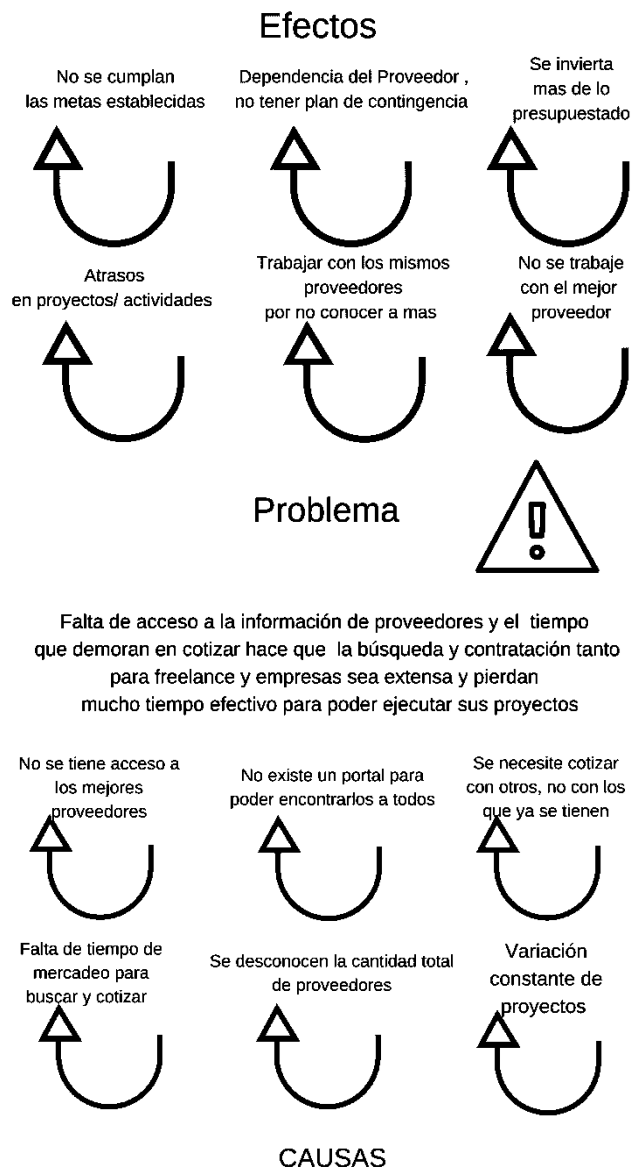


10.8 Interpretación de Resultados

La mayoría de personas asocia más el cambio en el logo con el agregado “Red de Proveedores de Marketing” con el concepto del servicio y les gusta más en color y tipografía que la versión anterior, por lo que se dejará este logotipo y se implementara en toda la imagen y color de marca.

10.9 Herramientas del proceso de Design thinking

10.9.1 Árbol de Problemas

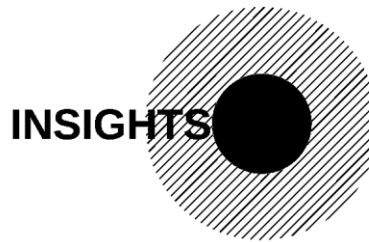


Necesidades Encontradas

Acceso rápido a la información	EXPRESADA
Poder cotizar en línea , acortando tiempos largos de espera	EXPRESADA
Saber quienes son los mejores proveedores para los distintos proyectos	EXPRESADA
Tener un aliado, que se sienta parte del equipo, que entienda la marca	SENTIDA
Asesoría personalizada y estratégica	SENTIDA
Añadir valor a la marca con las propuestas	SENTIDA
Ser la mejor oferta comercial en relación a la competencia	SENTIDA

ELECCIÓN DE NECESIDADES

1	Acceso rápido a la información	EXPRESADA
2	Poder cotizar en línea , acortando tiempos largos de espera	EXPRESADA
3	Saber quienes son los mejores proveedores para los distintos proyectos	EXPRESADA
4	Tener un aliado, que se sienta parte del equipo, que entienda la marca	SENTIDA
5	Asesoría personalizada y estratégica	SENTIDA



**INSIGHTS
A PARTIR
DE LAS
NECESIDADES**

1
Actualmente si una empresa o personas freelance quieren buscar proveedores que solucionen sus proyectos solo lo puede hacer a traves de paginas amarillas , google, pero solo dan el contacto y no están todos los proveedores registrados. No se puede cotizar en línea ni tener referencias

1. Actualmente si una empresa o un freelance quiere buscar proveedores que solucionen sus proyectos solo lo puede hacer a traves de paginas amarillas , google, pero solo dan el contacto y no están todos los proveedores registrados. No se puede cotizar en línea ni tener referencias
2. Los principales problemas que se enfrentan para contratar proveedores son ; la ubicación, el tiempo que demoran en cotizar, no cumplen con los requisitos
3. Lo que se espera de un proveedor mas alla de una solución a un proyecto , es que se convierta en un aliado estrategico y que de una asesoría personalizada

10.9.2 Mapa de Retos

PROBLEMA



La falta de acceso a la información de proveedores y el tiempo que demoran en cotizar hace que la búsqueda y contratación para empresas sea extensa y pierdan mucho tiempo efectivo para ejecutar sus proyectos

QUÉ BUSCA SOLUCIONAR



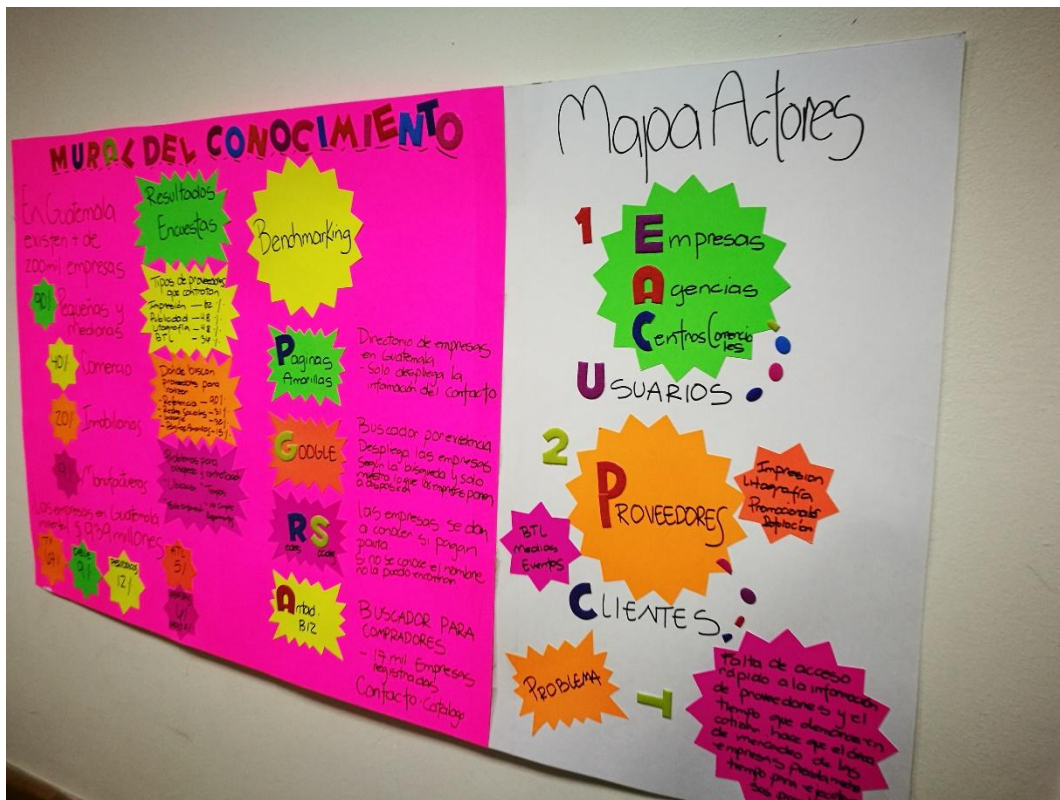
- Acceso rápido a las empresas para cotizar
- Optimizar y eficientizar proyectos
- Dar oportunidad a más empresas para darse a conocer
- Crear cultura colaborativa entre empresas

QUÉ LO IMPIDE



Obtener todo el acceso a los distintos proveedores
 Recopilar toda la información por categorías
 Interés de las empresas de formar parte del proyecto

10.9.3 Mural del Conocimiento



10.9.4 Propuesta de Valor (Mapa de Empatía)

PROPUESTA DE VALOR

EL PERFIL DEL USUARIO

Sustituye : Buscar al proveedor en internet (sin tener referencia) si tiene página web ver los trabajos que ha hecho, llamar al contacto telefónico, explicar la propuesta o fijar una reunión , esperar a que se envíe la cotización, repetir el procedimiento con dos proveedores más, esperar el envío de al menos 3 propuestas , compararlas y tomar una decisión

<p>BENEFICIOS <i>Esenciales;</i> Esperan que el proceso de encontrar proveedores sea mas rapido. <i>Esperados ;</i> Que puedan cotizarn en linea, y que puedan obtener un precio estimado en tiempo real por su cotización. <i>Deseados :</i> Anhelan poder tener un ranking de proveedores y ver rapidamente todas sus referencias de trabajos. <i>Inesperados ;</i> Poder encontrar todo lo que necesita en un solo lugar , ahorrando una gran cantidad de tiempo</p>
<p>DOLORES <i>Funcionales y Emocionales</i> Su principal problema con la busqueda y contratacion de proveedores es que no les es funcional, se tardan mucho en cotizar, no saben donde encontrarlos, necesitan buenos precios, ese tiempo perdido es la causa de sus dolores de cabeza e incremento de estres en su jornada</p>

<p>TRABAJOS <i>Funcionales</i> Requieren cumplir con los objetivos trazados en sus proyectos, resultados que agreguen valor a su trabajo, eficiencia de los recursos, innovacion, competencia profesional. <i>Emocional;</i> que su trabajo agregue valor a su área, y que tenga un impacto sostenible en el tiempo que se puedan mejorar los estandares de calidad con las propuetas y aporte de las actividades.</p>
--

PERFIL DE USUARIO #1


Johanna Stevez

Coordinadora Mercadeo

32 años

Johanna es Coordinadora de Mercadeo para un Centro Comercial de alto nivel de la ciudad, su principal objetivo es atraer tráfico de clientes para los socios comerciales que rentan un espacio en el local, tiene que cuidar de la imagen

MAPA DE EMPATÍA

<p>PIENSA Y SIENTE Se preocupa por contratar el mejor proveedor que le de buenos precios y que entienda sus ideas, y a la vez que esto se vea en la satisfacción de los clientes que atiende</p>		
<p>ESCUCHA Es muy importante el feedback que recibe de sus clientes para la correcta ejecucion de sus proyectos</p>		<p>VE Esta en la búsqueda constante de innovación para darle mayor valor a las propuestas, busca empresas que respondan a estas necesidades</p>
<p>DICE Y HACE Es una persona entusiasta, pero analítica al mismo tiempo, le gusta aportar valor en cada trabajo que lleva a cabo y necesita que las personas que contrate para la ejecución trabajen de la misma forma</p>		
<p>ESFUERZOS Le teme a no exceder las expectativas de sus clientes, y que no la vuelvan a contratar. También al fracaso de sus proyectos por una mala ejecucion</p>	<p>BENEFICIOS En lo que mas encuentra valor es en encontrar proveedores que entiendan lo que necesita, que sean profesionales igual que ella, y que realmente pueda recibir una asesoría, así como el tiempo que vital para poder hacer match con el cronograma de trabajo que ya tiene fijado.</p>	

Institucional, lleva a cabo campañas y actividades que logren cumplir con esa meta.

Necesita contratar constantemente proveedores que tengan experiencia en el mercado y que estén comprometidos con el trabajo que hacen para lograr los resultados esperados. Ya cuenta con ciertos proveedores, pero las actividades cambian y necesita constantemente buscar proveedores que cumplan con todos los requisitos que le exigen, el problema es que pierde mucho tiempo en la búsqueda y contratación, ya que tiene que buscar uno por uno, analizar y ver cuál es la mejor opción y esperar tomar la mejor decisión

PERFIL DE USUARIO #2

Amanda

– Asistente de Compras

26 años

Lesly Alejandra Galvez

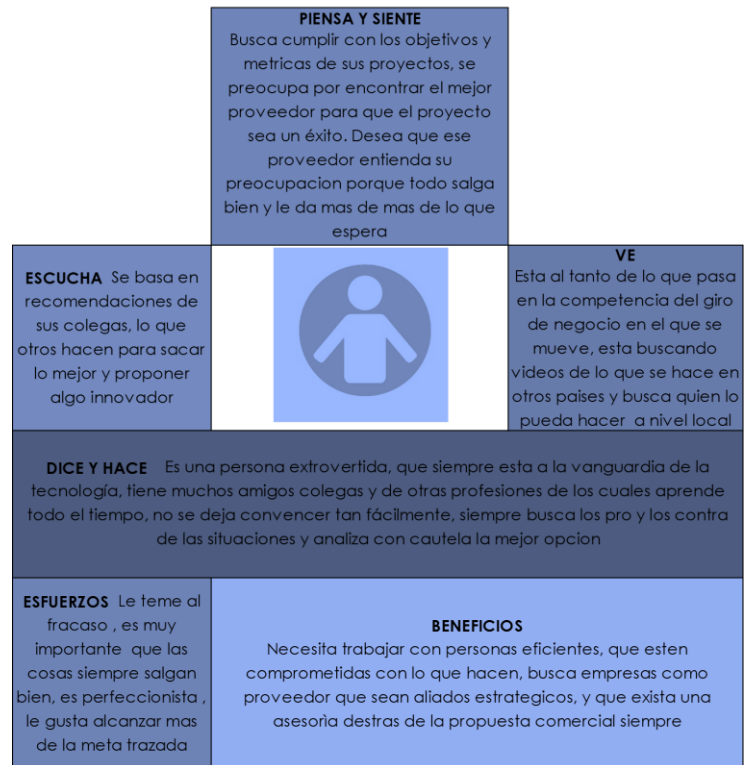
Trabaja para Multiproyectos , se encarga

De generar ordenes de compra para

Todos los Centros Comerciales que tiene esta Inmobiliaria. A su vez el área de mercadeo le solicita siempre encontrar proveedores para poder hacer comparaciones de precios y poder encontrar al que mejor se adapte a su presupuesto y que pueda ejecutar de mejor manera el proyecto que buscan.

Por lo que pasa largas horas, buscando en páginas y preguntando sus contactos con quienes pueden trabajar, pero comenta que son mucha las solicitudes y los proveedores demoran mucho tiempo en cotizar y ella en encontrarlos.

MAPA DE EMPATÍA



PERFIL DE USUARIO #3

Jason Tejada

28 años

Dueño de Empresa BTL

Jason decidió emprender en su propio

Negocio, vió la oportunidad de poner una

Empresa que se dedicara al BTL en Guatemala, atiende a todos tipos de empresas, pequeñas y

Grandes que buscan nuevas formas de llegar

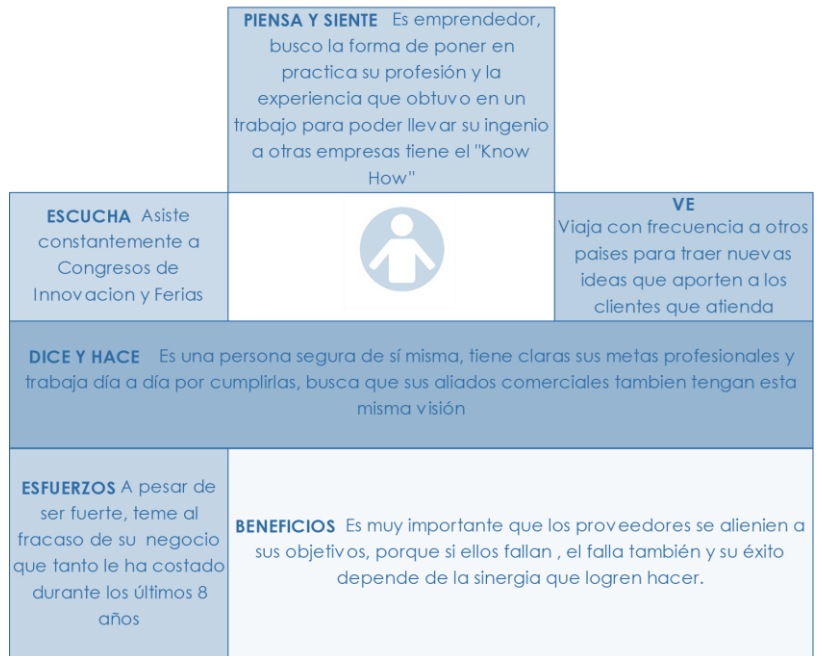
Directamente a sus clientes a través del BTL.

No todo lo tiene propio, es decir, tiene que contratar a otras empresas para la ejecución, necesita proveedores cumplidos, y personal que pueda llevar a cabo las distintas actividades que sus clientes exigen.

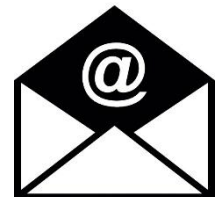
Lo más importante es la agilidad por encontrar estas piezas claves para su negocio, pues los clientes son muy exigentes y necesitan cumplir sus objetivos y entregas a tiempo.

Se preocupa por encontrar las mejores opciones y al mejor precio para no perder ese valor y fidelidad que ha ganado con sus clientes.

MAPA DE EMPATÍA



10.9.5 Touchpoints



Asesores de Ventas
 Contacto directo con los proveedores
 Atención por WhatsApp, email, reuniones

Facebook/ Atención con el Boot de Facebook, comentarios en publicaciones e inbox

Atención por llamadas telefónicas por parte de servicio al cliente

Atención por mail, envío de información por correo electrónico.
 Envío de encuesta por mail

10.10 Cotización Medios Digitales

Tarifario 2016



Formatos Actuales		
Dispositivo	Home	Precio por Mensura
Desktop	728x90 TOP	\$1,500.00
	300x250	\$750.00
	300x250	\$1,500.00
Mobile	320x500	\$1,000.00
	300x250	\$1,250.00
Secciones		
Desktop	728x90 TOP	\$1,250.00
	300x250	\$1,250.00
	200x200	\$750.00
	300x600	\$750.00
Mobile	320x100	\$850.00
	300x250	\$1,000.00
Formatos Especiales		
Especials/Esociales	Rich Media Home	\$2,500.00
	Rich Media Smartphones	\$2,000.00
	Content Marketing	\$2,500.00

*\$200,000 de vértices gratis al mes
 *Tarifas en dólares (dólo de cambio 53 a Q7.50)
 *Sin impuestos



Tarifario
 Vigencia: Agosto 2016



Formato	Ubicación	País / Geo	Plataforma	Segmentación	CPM
Partnership	Item	Panamá o Costa Rica	Desktop Web	Categorías: Deportes, Mascotas, Vehículos, Real Estate, Moda, Decoración, Teléfonos, Electrónica, Bebés, Servicios, Empleos	\$2,000
Partnership	Item	El Salvador	Desktop Web	Categorías: Deportes, Mascotas, Vehículos, Real Estate, Moda, Decoración, Teléfonos, Electrónica, Bebés, Servicios, Empleos	\$4,000
Partnership	Item	Guatemala	Desktop Web	Categorías: Deportes, Mascotas, Vehículos, Real Estate, Moda, Decoración, Teléfonos, Electrónica, Bebés, Servicios, Empleos	\$5,000

Las tarifas están expresadas en dólares estadounidenses

Tarifas mensuales

ESPACIO PUBLICITARIO	MEDIDAS	PORTADA	SECCION	NOTA
Pop - up		Q. 8,200.00	Q. 6,800.00	Q. 3,500.00
Leader Board Top	1040 x 90 px	Q. 6,800.00	Q. 5,500.00	Q. 2,500.00
Sky Tower	160 x 600 px	Q. 6,800.00	Q. 5,500.00	Q. 2,500.00
Box	300 x 250 px	Q. 4,000.00	Q. 3,350.00	Q. 2,000.00
Snood				Q. 1,500.00
Leader Board Bottom	600 x 90 px	Q. 4,000.00	Q. 3,350.00	Q. 1,500.00

Prensa Libre Digital

<p>LANDING PAGE CON IMAGEN (Incluye hosting por un mes en clientes.prensa libre.com/...)</p>  <p>INVERSIÓN POR MES Q 3,875.00</p>	<p>LANDING PAGE CON FORMULARIO (Incluye hosting por un mes en clientes.prensa libre.com/...)</p>  <p>INVERSIÓN POR MES Q 5,813.00</p>
<p>Tiempo de implementación: 5 DÍAS HÁBILES <small>al contar con el contenido y materiales implementados.</small></p>	

10.11 Categorías de Proveedores de Marketing

Proveedores para cotizar en línea	Categoría	Descripción
	Impresiones Digitales	Impresión de publicidad de pequeño y gran formato para medios internos y externos utilizando materiales como; vinil de corte, coroplast, laminado entre otros
	Litografía	Impresión de publicidad en papel , utilizando diferentes tipos como ; Couche, bond, husky utilizado para volantes, trifoliales, hojas tamaño carta y oficio para diferentes usos dependiendo el giro de negocio
	Promocionales	Servicios de elaboración de promocionales utilizando diferentes tipos de artículos convencionales como; tazas, sombrillas, playeras, gorras, bolsas, usb, artículos de oficina entre otros con el logo de una marca para poder posicionar la marca y hacer que permanezca en la mente del consumidor
	Material POP	Colocacion de material promocional en los puntos de venta o BTL que lleve a cabo un marca para poder dar a conocer un bien o servicio al consumidor
	Fotografía	Fotografía con equipo profesional para fines publicitarios o de uso personal
	Medios Externos	Contratación de medios externos como ; vallas publicitarias, mupies, vallas movil, walking led, tv, radio, prensa entre otros para dar a conocer la publicidad de una marca

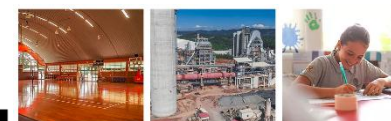
 **IMAGEN VISIBLE**



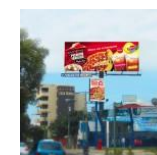
 **mayaprin**
PASIÓN AL IMPRIMIR



INNOVACIONES PUBLICITARIAS



GRUPO PUBLIGRAFIK



Proveedores para agendar reunión

Estudios de Mercado	Investigacion cualitativa o cuantitativa para conocer los resultados sobre un planteamiento específico, como Perfil de Consumidor, Gustos del mercado , preferencia de una marca y otra etc
Licitación Agencias Publicidad	Proceso para poder contratar la Agencia de Publicidad para una marca , con el objetivo que ejecute una Campaña Publicitaria
Montaje Eventos	Servicio de Montaje de Eventos completos desde el sonido , logistica, personal, iluminacion, equipo, mobiliario para distintos usos de una marca
Señalización	Elaboracion de rotulos para poder señalar un area específica s
Relaciones Públicas	Acción de dar a conocer una marca a través de conferencias de prensa, entrevistas, comunicados para posicionar una marca o la resolución de conflictos
Visual Merchandising	Vitrinismo , la correcta forma de decorar una vitrina de alguna marca para que sea atractiva al consumidor y genera una venta
Decoracion	Decoración de interiores en áreas específicas para uso comercial o individual
Rotulacion	Elaboracion de rótulos con el logo de las marcas para poder instalar en la fachada de su tienda o ubicación asignada
Medios Digitales	Agencia de Medios digitales
Estrategia y Planificación de Marketing	Asesoría con la dirección del Plan de Marketing
Audio Visuales	Alquiler de pantallas, audio, iluminación para eventos diversos



11. Bibliografía

- (2013) Cámara de Industria. Industria impuesta el desarrollo Disponible en : <http://cig.industriagate.com/portada/producto-interno-bruto-real-medido-por-el-origen-de-la-produccion/>
- (2016) Estudio de Ibope Media Disponible en : <http://www.chapintv.com/actualidad/estudio-de-ibope-media-reflejo-que-la-television-es-el-medio-preferido-por-los-anunciantes-43856>
- (Enero, 2017) 5 Tendencias de Marketing que veremos en el 2017. Disponible en <https://www.marketingdirecto.com/marketing-general/marketing/5-tendencias-marketing-veremos-2017>
- (JULIO 2009) ¿QUÉ ES EL BTL DISPONIBLE EN : en Guerrilla, Marketing, Publicidad Etiquetado como bellow the line, btl, Publicidad, publicidad de guerrilla. / <https://codigovisual.wordpress.com/2009/07/29/%C2%BFque-es-el-btl/>
- Álvarez, Lorena (Enero , 2017) Disponible en: [Auge de Tecnología] Disponible en : <http://www.bbc.com/mundo/noticias-38343954>
- Cámara de Industria de Guatemala (2016) Disponible en <http://cig.industriagate.com/institucional/gremiales/>
- De Guate.com Disponible en : http://www.deguate.com.gt/guatemala/promocion-y-publicidad/agencias-de-publicidad.php#.WM66bG81_IU
- Empresa Merca Plan, febrero 2017
- Estudio de Mercadeo
- Kont, Jose (octubre 2011) Servicios de Tecnología Disponible en : <HTTP://ILIFEBELT.COM/GUATEMALA-LIDERA-GENERACION-DE-SERVICIOS-DE-TECNOLOGIA-EN-CENTRO-AMERICA/2011/10/>
- Manual de Innovación Guía Práctica de la Gestion de la I + D+ D para Pymes. (2007). *España*. Recuperado de https://mba.americaeconomia.com/sites/mba.americaeconomia.com/files/manual_de_innovacion_para_pymes.pdf

Nancy Malacara. (Septiembre ,2016) **Las Tendencias que vienen para el BTL en el 2017.** Disponible en: / <http://www.informabtl.com/las-tendencias-vienen-btl-en-2017/>

- Santos Pascualena (febrero 2017) Negocios del Futuro Disponible en: <http://infoautonomos.eleconomista.es/ideas-de-negocio/negocios-con-futuro/>
- UGAP; Socios Disponible en : <http://ugap.com/>