



Universidad Nacional de Tucumán

*"100 años iluminando el pasado, 100 años
proyectando el futuro"*

Facultad de Ciencias Económicas

Instituto de Administración

Práctica Profesional 2019



PLAN DE NEGOCIOS “PIXEL ARGENTINA”

MATERIA: Desarrollo de Competencias Emprendedoras

INTEGRANTES:

Díaz, Juan José

Landívar, María Lucía

Maurin, Patricio

Robles Terán, María Emilia

TUTOR: Mg. Liliana Fagre



ÍNDICE

1. Resumen.....	2
2. Introducción.....	3
3. Justificación de la elección.....	4
4. Descripción del negocio.....	5
5. Recursos y equipamiento.....	8
6. Plan de negocios – Modelo Canvas.....	10
7. Desarrollo del plan de negocio.....	13
8. Mercado.....	14
9. Clientes.....	15
10. Proveedores.....	16
11. El servicio.....	17
12. El plan.....	18
13. La competencia.....	19
14. Proyecciones financieras.....	20
15. Conclusiones.....	22
16. Apéndice.....	23
17. Anexos.....	25
18. Bibliografía.....	26



RESUMEN

Actualmente los medios digitales han pasado a formar parte de la vida diaria de las personas ya que no sólo utilizan internet para entretenimiento y trabajo, sino que lo utilizan para resolver cualquier necesidad que tengan. Entonces, cualquier tipo de presencia de una empresa e información de ésta en los medios digitales, facilita la llegada a las personas, convirtiéndolos en potenciales consumidores finales. Por eso es que el marketing digital es indispensable para formar una imagen de la empresa, tener un control de dicha imagen y posibilidades infinitas de potenciar un negocio.

El propósito de este trabajo es la elaboración de un plan de negocios con el fin de profesionalizar el emprendimiento que, al día de hoy, funciona en una escala pequeña y poco formal y con la viabilidad, formar un equipo de trabajo para poder ofrecer un servicio integral de marketing digital en redes sociales y formalizar una estructura de agencia. Mediante este plan se podrá conocer hacia donde está orientado el proyecto, cuáles son sus objetivos, de qué manera funcionará el trabajo en equipo y qué servicio se ofrece para la mayor satisfacción de sus clientes.

En este plan, se estudia el mercado al cual está dirigido, a los clientes, la propuesta de valor, las actividades, aliados y recurso clave para buen funcionamiento del emprendimiento, los competidores, los costos y los ingresos.

Se presenta finalmente una proyección financiera donde se estudia el valor del VAN y de la TIR, que son los mejores indicadores de la viabilidad de un proyecto.

INTRODUCCIÓN

Muchas empresas y emprendimientos subestiman la influencia que tiene el medio digital sobre las personas y la llegada masiva que se puede lograr con ellos.

Hoy en día la mayoría de ellas no lo utilizan o lo utilizan de manera incorrecta, por lo que pierden tiempo y grandes posibilidades de crecer como marca.

Es por eso que surge esta idea de realizar un emprendimiento que pueda asesorar y brindar los servicios necesarios para una buena gestión de comunicación en redes sociales y estrategias de marketing digital.

Para este proyecto es esencial poder brindar servicio de calidad, distintivo y efectivo para que sea la primera opción a considerar al momento en que se



presenta la demanda de la contratación del servicio.

El presente trabajo consiste en la realización de un Plan de Negocios de “Pixel: Creciendo Juntos”, un emprendimiento dedicado al servicio de marketing digital en redes sociales para pequeñas y medianas empresas.

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

Antes de describir al emprendimiento, se presentan los pilares básicos sobre los cuales Pixel asienta su negocio.

VISION

“Ser la agencia de marketing digital N° 1 en Tucumán, especializada en soluciones y técnicas digitales destinada a Pymes y emprendedores para que, creciendo junto a ellos, logremos potenciar sus marcas y que los negocios alcancen sus objetivos de rentabilidad.”

MISION

“Somos un equipo de emprendedores apasionados por el marketing digital, que ofrece a Pymes y emprendedores de Tucumán un adecuado uso y manejo de las redes sociales. Asumimos un gran compromiso para que nuestros clientes logren llegar a un mayor número de destinatarios, cubriendo los ámbitos de diseño, comunicación, creación de contenidos adaptados y sus resultados a partir del estudio de métricas publicitarias en redes sociales. Creamos las mejores estrategias de marketing digital sin dejar de lado el trato personalizado”.

VALORES

CONFIANZA: Crear un clima de trabajo donde los miembros del equipo se sientan confiados en expresar y exponer sus ideas.

CALIDAD: Ofrecer un servicio de excelencia.

COMUNICACIÓN: Lograr que exista un diálogo abierto y fluido entre los miembros del equipo.

CREATIVIDAD: Imaginar sin fronteras.

INNOVACIÓN: Continua búsqueda de ideas nuevas.

LIDERAZGO: Buscar reflejar en el equipo la confianza y la comunicación necesarias para generar un vínculo.

CRECIMIENTO PERSONAL: Apoyar a cada miembro del equipo a lograr sus objetivos personales.

PROFESIONALIDAD: Eficiencia, responsabilidad y compromiso ante sus clientes.



TRABAJO EN EQUIPO: Cada miembro debe aportar su grano de arena.

Pixel Argentina es un emprendimiento fundado por dos socios: Patricio Maurin y Fernando Renta Mora. Se dedica a brindar un servicio integral de manejo de redes sociales (Instagram y Facebook) a pymes y emprendedores. Ofrece a sus clientes este servicio integral especializado en redes sociales, con cobertura en los campos de comunicación, diseño y fotografía para reforzar la presencia en las redes de cada marca y potenciar el negocio. Se busca la continua retroalimentación, trabajar en equipo y atención especial a cada uno de los clientes.

Desde sus inicios en Febrero 2020, se identificó la oportunidad al observar que muchas empresas no realizaban un correcto manejo de sus redes sociales, lo cual es algo fundamental en el ámbito de los negocios. Sumado a eso, el marketing digital es algo que a los socios les apasiona hacer, por lo que tuvieron que capacitarse para poder brindar a sus clientes un servicio bien estructurado y formal.

Pixel forma parte de la nueva modalidad de trabajo “Home Office”, brindando asesoramiento desde casa, influenciado por el COVID-19, pero además con la intención de que continúe con este sistema.

ANALISIS FODA

FORTALEZAS:

- Conocimiento en marketing digital.
- Amplio conocimiento en el ámbito de los negocios.
- Capacitaciones en diseño gráfico digital.
- Responsabilidad y dedicación por parte de los socios.
- Pasión por emprender.
- Disponibilidad de capital financiero.
- Alianzas estratégicas de calidad.
- Excelente red de contactos comerciales con emprendedores.

OPORTUNIDADES:

- Crecimiento exponencial del mundo digital.
- Aumento de ventas online a partir del aislamiento provocado por el COVID-19.
- Crecimiento de la demanda por la apertura de nuevos emprendimientos.

DEBILIDADES:

- Pequeña cartera de clientes.
- Limitada capacidad para la prestación de los servicios
- Falta de capacitación en el manejo de publicidades de la red social Facebook.
- Falta de conocimiento de SEO y SEM.



AMENAZAS:

- Bajas barreras de entrada para el ingreso de nuevos competidores.
- Constante y rápida evolución de las plataformas digitales de comunicación.
- Irrupción de nuevas tecnologías que no son dominadas por el equipo.
- Automatización de las redes sociales.
- Capacitaciones disponibles de autogestión en redes sociales para emprendedores.

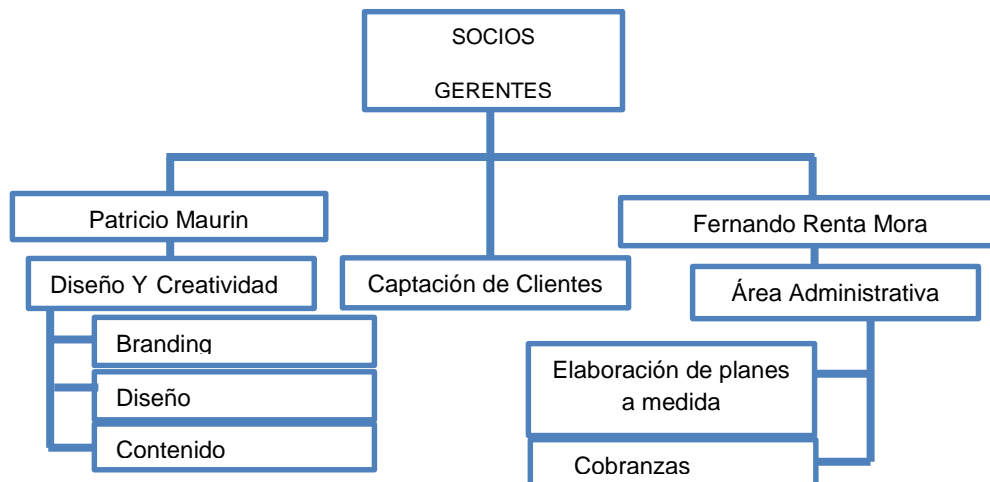
MATRIZ FODA

La matriz FODA es una herramienta estratégica de análisis de situación de la empresa. El principal objetivo de aplicar la matriz FODA en una organización, es ofrecer un claro diagnóstico para poder tomar las decisiones estratégicas oportunas y mejorar en el futuro. Permite identificar tanto las oportunidades como las amenazas que se presentan en el mercado, y fortalezas y debilidades que muestra la empresa.

En el estudio de la presente organización, la matriz FODA (ver Anexo figura 1) brinda las siguientes estrategias FO, que son las más esenciales para la toma de decisiones en el futuro cercano:

- Aprovechar el crecimiento del marketing digital, los nuevos emprendimientos y el aumento de las ventas online para el crecimiento exponencial de Pixel, para generar mayor cantidad de clientes.
- Con la responsabilidad y dedicación ofrecida a cada cliente por parte de los socios, aprovechar la demanda de nuevos emprendimientos para brindarles su servicio.
- Las alianzas estratégicas van a brindarle a Pixel la oportunidad de crecer en cuanto a calidad y experiencia

ORGANIGRAMA



PLAN DE NEGOCIOS – MODELO CANVAS



DESARROLLO DEL MODELO CANVAS

1)- SEGMENTOS DE MERCADO: Pixel apunta llegar a pymes y emprendedores del NOA dedicados a todo tipo de rubro que se encuentran en la búsqueda de la inserción, adaptación y/o modernización de sus redes sociales, para lograr un crecimiento exponencial de su emprendimiento o negocio, generando una audiencia con un gran potenciamiento de la marca, con miras al futuro digital en las plataformas más importantes como Instagram y Facebook. Llegan a este mercado a través de sus propias redes sociales.

2)- PROPUESTA DE VALOR: Ofrece a sus clientes un servicio integral especializado en redes sociales, con cobertura en los campos de comunicación, diseño y fotografía para reforzar la presencia en las redes sociales de cada marca y potenciar su negocio. Busca la continua retroalimentación, trabajar en equipo y atención especial a cada uno de los



clientes, adaptándose a todo tipo de emprendimiento y sus necesidades, de una manera efectiva, con su lema "Creciendo Juntos". Pixel busca simplificar sus necesidades y brindar comodidad estando a completa disposición de sus clientes.

3)- CANALES DE COMUNICACIÓN: Los canales de comunicación que utiliza Pixel son las redes sociales y el "boca en boca" que, a través de los primeros clientes y los trabajos realizados con excelencia, buscan una recomendación por parte de ellos con el fin de captar nuevos clientes potenciales. La realización de campañas de publicidad segmentada en la plataforma digital de Facebook Administrador de Anuncios en las redes sociales de Pixel es la principal fuente de comunicación utilizada. Por otro lado se planea en el corto plazo sumar como vía de comunicación una página web institucional del emprendimiento. Para re direccionar tráfico a la misma se utilizarán las herramientas disponibles como SEO y SEM.

4)- RELACIONES CON LOS CLIENTES: La estrategia que busca Pixel para con su cliente es directa, de largo plazo y personalizada. Atrae a sus clientes ofreciéndoles una propuesta única y flexible, que sea atractiva y, mediante un servicio de excelencia, lograr el impacto y retenerlos con el servicio de mantenimiento de sus redes, brindando constante retroalimentación de los resultados obtenidos.

5)- FUENTES DE INGRESOS: Los ingresos se dan a través de pagos mensuales en efectivo, según el plan elegido por cada cliente. En un futuro, se planea implementar la bancarización y MercadoPago. Otra fuente de ingresos es el diseño de páginas web y el diseño gráfico de redes sociales, los cuales se abonarán una sola vez, ya que es un servicio sin mantenimiento. Otras fuentes de ingresos potenciales serían el dictado de talleres destinado a emprendedores para la autogestión de redes sociales y la generación de alianzas estratégicas junto a empresas consultoras de negocios para dar apoyo en el área de marketing digital.

6)- RECURSOS CLAVE: Pixel cuenta con recursos humanos profesionales con competencias emprendedoras que logran el crecimiento del emprendimiento: los socios, los diseñadores y el Community Manager. Además cuenta con recursos tecnológicos como sistemas de información especializados en la edición de fotografías y equipos de fotografía.

7)- ACTIVIDADES CLAVE: Actualización de las redes sociales, Excelente atención al cliente y Servicio post venta.

8)- ALIADOS CLAVE: Son los aliados con los cuales trabaja actualmente, y los que van a ayudar a Pixel a crecer. Los aliados clave son la productora de fotografías, los influencers, el diseñador gráfico y programador de páginas web.

9)- ESTRUCTURA DE COSTOS: Dentro de sus costos, Pixel enfrenta tanto costos variables como costos fijos. Dentro de sus costos variables, están los



costos del diseño, producción fotográfica y community manager. En relación a los costos fijos se encuentran el costo de publicidad de su marca, el mantenimiento de los celulares, pago mensual de wifi, luz, entre otros.

MERCADO

El mercado en el cual Pixel Argentina quiere expandir su negocio, son las medianas empresas y emprendedores de Tucumán que buscan la inserción, adaptación y/o modernización, y mantenimiento de sus redes sociales, un segmento del mercado que todavía no se encuentra totalmente satisfecho. Argentina cuenta con 853.886 micro, pequeñas y medianas empresas (Pymes) instaladas, de las cuales en Tucumán hay 17.548. Este mercado ofrece un potencial crecimiento de Pixel, a la par de los clientes, que buscan llegar a más personas.

Basado en estos datos, Pixel quiere lograr captar un buen porcentaje de los emprendedores y pequeñas empresas, estimando un crecimiento sostenido de un 20% anual, con base a su actual cantidad de clientes.

CLIENTES

La estrategia que se implementa para los clientes es directa, de largo plazo y personalizada. Quiere acercarse con una propuesta pensada sólo para él, que le atraiga, lograr el impacto y conservarlo en su cartera con el servicio de mantenimiento de sus redes, siempre pensando en la mejor calidad, atención y compromiso, con su lema “creciendo juntos” como objetivo.

Para brindar un mejor servicio, propone una primera entrevista, donde se recaba información sobre las necesidades y objetivos a cumplir de sus negocios, con el fin de poder armar el mejor plan adaptado tomando en cuenta las características únicas de cada uno de los clientes.

Los clientes llegan a Pixel a través de redes de contactos de sus actuales clientes y a través de las redes sociales.

Algunos de los clientes de Pixel Argentina son: *La Pato Joyas, Joggers Tucumán, El Trigal Yerba Buena, Timodella Spa, La Casa de Tafí*, un estudio jurídico, entre otros.

Pixel planea invertir en publicidad y promoción en las redes sociales Facebook e Instagram de manera mensual, con una publicidad que consiste en una publicación diaria del emprendimiento en cada red social. Con esto quiere captar el 80% de sus clientes.



También va a invertir en publicidad radial en Radio 100, frecuencia 95.5 de Tucumán, donde la campaña consiste en una salida por la mañana en el horario pico (entre las 10:00 y las 12:00) y otra por la tarde (entre las 18:00 y las 22:00). Cada salida tendrá una duración de un minuto aproximadamente. Con esta publicidad quiere captar el 10% de sus clientes.

En cada evento organizado por IDEP, Pixel va a poner un stand con banners y folletería para captar el otro 10% de sus clientes.

PROVEEDORES

Pixel Argentina tiene 2 necesidades básicas a proveer, la producción fotográfica profesional y el diseño gráfico profesional.

En cuanto al diseño gráfico, la oferta en el mercado es muy amplia, por lo que el proveedor tiene bajo poder de negociación. Esto lleva a no quedar “atados” a un solo diseñador gráfico, permitiendo trabajar con uno o varios a la vez, según la cantidad de trabajo a realizar en ese momento.

La modalidad de trabajo con el diseñador es por encargo específico, los cuales normalmente son selección de tipografía, paleta de colores, estética de marca, *refresh* de logo, 4 unidades de placa para redes sociales para *feed*, 4 unidades de placas para redes sociales para *story*, y creación de historias destacadas.

La producción fotográfica, es un mercado más reducido, con menos alternativas a escoger, por lo que ellos tienen un mayor poder de negociación. Esto lleva a buscar una alianza con la productora para trabajar con ciertos criterios conocidos por ambos, sabiendo que Pixel busca calidad en la producción.

Normalmente, la productora puede brindarle a Pixel sesiones completas fotográficas, de video, *fashions shows* y disponibilidad de *influencers*.

EL SERVICIO

Pixel ofrece a sus clientes 3 tipos de planes base con posibilidad de adaptación específica.

Los planes son:

- PLAN STARTER: Ofrece 3 publicaciones semanales de *feed* (Facebook e Instagram), 3 publicaciones semanales en las historias (una interactiva), revisión de mensajería privada, reportes mensuales, diagramación de objetivos, *feedback* permanente y creación de contenido básico.
- PLAN PRO: Ofrece 4 publicaciones semanales de *feed* (Facebook e Instagram), 4 publicaciones semanales en las historias (dos



interactivas), revisión y respuesta de mensajería privada, reportes mensuales, diagramación de objetivos, *feedback* permanente y creación de contenido gráfico y fotografía básica.

- **PLAN FULL:** Ofrece 5 publicaciones semanales de *feed* (Facebook e Instagram), 5 publicaciones semanales en las historias (tres interactivas), revisión y respuesta de mensajería privada, reportes mensuales, diagramación de objetivos, *mystery shopper*, *feedback* permanente y creación de contenido gráfico y fotografía con disponibilidad de los *influencers*.

Además, Pixel ofrece otros 2 servicios alternativos:

- **DISEÑO GRÁFICO PARA REDES SOCIALES:** Ofrece *branding* de marca adaptado a las redes sociales, teniendo en cuenta una selección específica de la paleta de colores del cliente e identidad de marca.
- **CREACION DE PAGINA WEB:** Desarrollo de página web, teniendo en cuenta la estética, conceptos e identidad de marca a través de *Wordpress*.

EL PLAN

Pixel lleva una trayectoria de 6 meses trabajando para ir creciendo con las recomendaciones de sus clientes actuales, logrando una imagen positiva y profesional en los potenciales clientes.

El objetivo de la primera etapa es el crecimiento de la marca, logrando que el nombre se haga conocido, con buenas críticas y generando confianza en sus proyectos. En esta etapa no busca el crecimiento económico en sí, sino el crecimiento del emprendimiento.

Con todo esto, busca seguir su propio camino competitivo establecido y guiado por la estrategia, con su único objetivo “el crecimiento de Pixel”. Quiere lograr no solo la imagen de la marca, sino transmitir y comunicar el lema del emprendimiento “Creciendo juntos”, logrando su posicionamiento en la cabeza del cliente objetivo al momento de buscar un *Social Media Manager*.

Dentro del plan de ventas, el objetivo es realizar una fuerte estrategia de comunicación y publicidad segmentada para llegar a más clientes con el objetivo de lograr un crecimiento anual proyectado entre un 10% y un 40% de la cartera de clientes actuales, dependiendo del plan.

Las operaciones de Pixel comprenden la búsqueda de potenciales clientes, su captación, la atención al cliente y el mantenimiento del servicio.

- **BÚSQUEDA DE CLIENTES:** lo realiza a través de sus publicidades, aliados clave y clientes satisfechos.



- CAPTAR AL POTENCIAL CLIENTE: a través la oferta de los diferentes servicios adaptados a la medida.
- ATENCIÓN AL CLIENTE: Cumplir mensualmente con el plan específico del cliente.
- MANTENIMIENTO DEL SERVICIO: Reportes mensuales, actualización de las estrategias, planeación de diferentes objetivos y retroalimentación.

LA COMPETENCIA

RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES EXISTENTES

En la actualidad, a nivel local, los competidores son pocos, pero el mercado se encuentra en expansión y las barreras de entrada son bajas.

Pixel Argentina realizó un relevamiento, investigación y recolección de datos para poseer información de los competidores y así conocer el manejo de sus negocios, su alcance, las ventajas competitivas y los clientes con los que trabajan.

Los mayores competidores de Pixel son *Quo Marketing, Agencia She y Bravo*.

Entre los competidores de menor tamaño de clientes, están *Web Leads, Viral Marketing, Comunikeishon, La Camarita Estudio, Love Mark Studio*

COMPETIDORES SUSTITUTOS

Se pueden identificar 2 tipos de competidores sustitutos: los diseñadores gráficos, que igualmente realizan el servicio de redes sociales; y las escuelas de formación digital, que tal como se ofrecen de manera online, los mismos apuntan a brindar herramientas básicas de gestión de redes sociales, buscando que quien los tome puedan tener un manejo de las mismas. Sin lugar a dudas esto atenta contra el negocio de Pixel debido a que los emprendedores gestionan de forma independiente sus redes sociales sin requerir los servicios que se ofrecen. Algunos de los sustitutos son Cursos de Marketing para emprendedores, Digital House, entre otros.

Esto nos indica que Pixel Argentina está en un mercado donde no existe mucha dificultad para que los clientes pueden acceder a otros proveedores que brindan un servicio similar.



PROYECCIONES FINANCIERAS

A continuación se presentan los puntos más importantes y fuertes del negocio en relación a las estimaciones financieras.

Estimación de ventas (Ver Anexo Figura 2)

Actualmente Pixel cuenta con una cartera reducida de clientes, la cual quiere hacer crecer de manera anual entre un 10% y un 40%, dependiendo del tipo de plan.

En el año 1, el Plan Starter incluye 3 clientes: un cliente paga el servicio durante 6 meses y 2 clientes lo pagan durante 4 meses cada uno. La proyección de ventas de este plan es de 20% para el año 2, un aumento del 40% para el año 3 y 4, y un aumento del 20% para el año 5, con base en la cantidad de clientes que utilizaron el servicio durante el año anterior de cada año.

En el año 1, el Plan Pro incluye 2 clientes que pagan 5 meses de servicio cada uno. La proyección de ventas de este plan es de 20% para el año 2, un aumento del 40% para el año 3 y 4, y un aumento del 20% para el año 5, con base en la cantidad de clientes que utilizaron el servicio durante el año anterior de cada año.

En el año 1, el Plan Full 2 clientes, uno de ellos paga el servicio durante 6 meses y el otro durante 3 meses. La proyección de ventas de este plan es de 10% para el año 2, un aumento del 30% para el año 3 y 4, y un aumento del 20% para el año 5, con base en la cantidad de clientes que utilizaron el servicio durante el año anterior de cada año.

En el año 1, el Diseño de la Página web cuenta con 8 clientes que pagan el servicio por única vez. La proyección de ventas de este plan es de 40% para el año 2, un aumento del 60% para el año 3 y 4, y un aumento del 20% para el año 5, con base en la cantidad de clientes que utilizaron el servicio durante el año anterior de cada año.

En el año 2, para el Diseño Gráfico para Redes Sociales se estima una cartera de 4 clientes que pagan el servicio por única vez. La proyección de ventas de este plan es de 60% para el año 3 y 4, y un aumento del 20% para el año 5, con base en la cantidad de clientes que utilizaron el servicio durante el año anterior de cada año.

Cabe aclarar que el comportamiento detallado no será el mismo para los siguientes años, ya que puede haber clientes que prefieran contar con la publicidad digital todos los meses, o que haya clientes que sólo quieran publicitar durante un solo mes. Los clientes no están atados a un contrato.



En una investigación realizada por los socios, determinaron los precios de venta de mercado de cada plan, pero, a la vez, tienen un valor percibido por cada cliente, ya que es un servicio personalizado y no se cobra el mismo importe por servicio, siendo el valor de mercado la base para cada valuación.

Costo de Mano de Obra

A partir del año 2, se incorporarán 2 Community Manager para incrementar la atención al crecimiento de clientes.

El retiro de los socios será un equivalente a un salario durante los años 1 y 2, ya que dentro de los costos variables del servicio están incluidos el diseño y la comunicación, lo que corresponde como un pago a cada uno de los socios por el trabajo realizado. A partir del año 3, el retiro se hará con un aumento del 50% del retiro del año anterior. (Ver Anexo Figura 3)

Flujo de Fondo (Ver Anexo Figura 4)

El inicio del emprendimiento comienza con un flujo de fondo positivo y en constante crecimiento año a año.

Resumen del Proyecto (Ver Anexo Figura 5)

Con los datos obtenidos, se puede observar que el VAN es mayor que cero, lo que indica que el proyecto es rentable.

La TIR del proyecto es de 164,33% y el VAN es de \$974.505,52.

El tiempo de recupero del proyecto es de 16 meses aproximadamente, por lo que se logra recuperar rápidamente la inversión.

CONCLUSIONES

Como conclusión del presente trabajo, se hace mención de lo siguiente:

Pixel Argentina es un emprendimiento en marcha con una imagen muy positiva desde el punto de vista financiero, rentable, con buenos indicadores que permiten la viabilidad del proyecto, como la TIR alta y el VAN positivo.

El mercado en el cual se maneja está en auge de crecimiento, lo que implicaría un aumento en su clientela. Pero también implica un crecimiento en la competencia, ya que al tener una barrera de entrada muy baja, permite que ingresen competidores sin tener un costo elevado de inversión. Con esto, Pixel podría ampliar su propuesta de valor actual, para que los clientes actuales como los potenciales, continúen solicitando su servicio diferenciado.



El fuerte en los ingresos de Pixel está en la cantidad de clientes que solicitan su servicio. Algunos de ellos solo utilizan el servicio durante 1 o 2 meses. Una buena estrategia para retenerlos y asegurarse el pago durante algunos meses más, es brindarles promociones como por ejemplo otorgarles un descuento por pago por adelantado, promociones del estilo de “Quedate 4 meses con Pixel y te brindamos el servicio gratis durante el 5º mes” o “Si traes un amigo, el tercer mes de servicio es gratis”. Con este tipo de promociones y publicidad, Pixel va a lograr un crecimiento positivo.

Al incrementar el gasto en Publicidad y Promoción para incrementar sus clientes o tener la posibilidad de instalar una oficina, va a lograr disminuir el pago de impuestos, ya que a partir del año 4 pasa de ser monotributista a ser responsable inscripto, lo que aumenta los impuestos en un 600%.

Por otra parte, la coyuntura actual del mercado genera un ambiente propicio para el desarrollo de este tipo de emprendimientos digitales, donde existe una gran avidez por parte de los potenciales clientes de contar con asesoramiento en cuestión al Social Media Manager y Marketing Digital.



ANEXO

FIGURA 1

MATRIZ FODA		
	FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
	*Conocimiento en marketing digital *Amplio conocimiento en el ámbito de los negocios *Capacitaciones en diseño gráfico digital *Responsabilidad y dedicación por parte de los socios *Disponibilidad de capital financiero *Alianzas estratégicas de calidad *Excelente red de contacto comerciales con emprendedores	*Pequeña cartera de clientes *Limitada capacidad para la prestación de los servicios *Falta de capacidad en el manejo de publicidades en la red social Facebook *Falta de conocimiento de SEO y SEM
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIA FO	ESTRATEGIA DO
*Crecimiento exponencial del mundo digital *Aumento de ventas on line a partir del aislamiento provocado por el COVID-19 *Crecimiento de la demanda por apertura de nuevos emprendimientos	Aprovechando el crecimiento del marketing digital, los nuevos emprendimientos y el aumento de las ventas online, se busca el crecimiento exponencial de Pixel, para generar mayor cantidad de clientes. Con la responsabilidad y dedicación ofrecida a cada clientes por parte de los socios, deben aprovechar la demanda de nuevos emprendimientos para brindarles su servicio. Las alianzas estratégicas, van a brindarle a Pixel la oportunidad de crecer en cuanto a calidad y experiencia.	Lograr un mayor crecimiento de la cartera al incorporar colaboradores para poder brindar servicio a más clientes, sin perder la calidad que caracteriza a Pixel
AMENAZAS	ESTRATEGIA FA	ESTRATEGIA DA
*Bajas barreras de entrada para el ingreso de nuevos competidores *Constante y rápida evolución de las plataformas digitales de comunicación *Irrupción de nuevas tecnologías que no son dominadas por el equipo *Automatización de las redes sociales *Capacitaciones disponibles de autogestión en las redes sociales para emprendedores	Capacitarse en las diferentes plataformas digitales a medida que se vayan dictando para lograr mejores conocimientos en el marketing digital, aprovechando los conocimientos adquiridos	Evitar que los servicios otorgados por Pixel sean de baja calidad por querer captar mayor cantidad de clientes dado el crecimiento de los competidores

FUENTE: ELABORACION PROPIA

FIGURA 2

CANTIDAD ESTIMADA POR AÑO						
PRODUCTOS/ SERVICIOS	Actual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
PLAN STARTER		14	17	24	33	40
PLAN PRO		10	12	17	24	28
PLAN FULL		9	10	13	17	20
DISEÑO DE PAGINA WEB		8	11	18	29	34
DISEÑO GRAFICO PARA REDES SOCIALES			4	6	10	12
DESCRIPCIÓN 6						
DESCRIPCIÓN 7						
DESCRIPCIÓN 8						
DESCRIPCIÓN 9						
DESCRIPCIÓN 10						
TOTAL ANUAL (unidades)	0	41	54	78	112	135

FUENTE: ELABORACION PROPIA

FIGURA 3

Gestión organizacional		\$144.000,00	\$240.000,00	\$360.000,00	\$720.000,00	\$1.080.000,00
Gestión organizacional		\$144.000,00	\$240.000,00	\$360.000,00	\$720.000,00	\$1.080.000,00

FUENTE: ELABORACION PROPIA



FIGURA 4

FLUJO DE FONDOS PROYECTO	\$ -70.100,00	\$ 2.703,56	\$ 197.136,68	\$ 241.938,41	\$ 679.011,86	\$ 1.787.794,18
FLUJO DE FONDOS INVERSIONISTA	\$ -70.100,00	\$ 2.703,56	\$ 197.136,68	\$ 241.938,41	\$ 679.011,86	\$ 1.787.794,18

FUENTE: ELABORACION PROPIA

FIGURA 5

VAN PROYECTO (27%)	\$974.505,52
VAN INVERSIONISTA (27%)	\$974.505,52
TIR PROYECTO	164,33%
Periodo de recupero de inversión	483
	16,1

FUENTE: ELABORACION PROPIA

APENDICE

<https://oncediario.com.ar/2020/02/07/tucuman-cuantas-pymes-tiene-la-provincia/>

<https://www.instagram.com/quomarketing/>

<https://www.instagram.com/estudio.viral/>

<https://www.sonarproducciones.com.ar/>

<https://www.instagram.com/lacamaritaestudio/>

<http://amdia.org.ar/site/>

<https://www.aam-ar.org.ar/>

<https://webleads.com.ar/>

<https://www.instagram.com/nicoperondi/>

<https://lovemarkstudiocreativo.negocio.site/>

<https://www.instagram.com/she.agencia/>

BIBLIOGRAFIA

- Pasión por emprender (de la idea a la cruda realidad) – Andy Freire (Bibliografía de la materia Desarrollo de Competencias Emprendedoras)



- Reputación en la era del control social (las empresas y el poder de las redes) – Alberto Arebalos.
- Claves para emprender – Ministerio de Desarrollo Económico, Ciudad de Buenos Aires – Enrique Draier, Jimena Huarte.
- Marketing en redes sociales. Detrás de escena – Ariel Mariano Benedetti – Buenos Aires – Año 2017 – Editorial Asociación de Marketing directo e interactivo de Argentina.
- Metodología de la Investigación – Roberto Hernández Sampieri 6ª edición – Mac Graw Hill Education.
- Preparación y Evaluación de Proyectos – Sapag Chain
- El Sueño del Negocio Propio – Lecuona y Terragno