



**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA
PRIVADA “ZEGEL IPAE”**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS**

**PLAN DE NEGOCIO AGENCIA DE PUBLICIDAD DIGITAL
“DIGITAL BRAND AGENCY”**

**Proyecto de innovación para optar el Grado Académico de Bachiller en Administración
de Negocios**

MARITZA JANET VILCA SANCHEZ

(Código 0009-0009-3102-9301)

Lima – Perú

2023

Dedicatoria

Dedico mi trabajo profesional a Díos, a mis padres Teofines Vilca, Teresa Sanchez y Pedro Banda a mis tíos Luis Sanchez y Liliana Aguilar y a mi enamorado Ángel Medina por todo el apoyo incondicional, cariño y por haberme sostenido durante mi proceso de estudio y a pesar de los inconvenientes en mi vida hoy puedo decir que lo LOGRÉ.

Índice General

Resumen Ejecutivo	10
Introducción	11
Capítulo I: Identificación del Problema u Oportunidad	13
Selección del Problema o Necesidad a Resolver	13
Validación del Problema	21
Descripción del Cliente	36
Capítulo II: Diseño del Producto o Servicio Innovador	38
Aplicación de la Metodología Design Thinking	38
Características del Producto o Servicio Innovador Validado	57
Capítulo III: Elaboración del Modelo de Negocio	59
Definición de la Propuesta de Valor del Negocio	59
Elaboración del Lienzo de Modelo de Negocio	64
Descripción del Prototipo de Lanzamiento	65
Capítulo IV: Validación del Modelo de Negocio	67
Aplicación de la Metodología Lean Startup	67
Descripción del Modelo de Negocio Validado	76
Capítulo V: Análisis de la Rentabilidad	77
Estimación del Tamaño del Mercado, Demanda Proyectada y Proyección de Ingresos	77
Determinación de las Necesidades de Inversión y Financiamiento	79

Índice de Tablas

Tabla 1. ¿Cuál es su rango de edad?.....	23
Tabla 2. ¿Cuánto tiempo tiene su empresa en el mercado?.....	24
Tabla 3. ¿Con qué frecuencia usted promociona su negocio?.....	25
Tabla 4. ¿Su empresa realiza algún tipo de publicidad (¿folletería, tarjetas de presentación u otros?.....	26
Tabla 5. ¿Aproximadamente cuánto invierte mensualmente en este tipo de publicidad?.....	27
Tabla 6. ¿Invertir en este tipo de publicidad le resulta efectivo para incrementar sus ventas?.....	28
Tabla 7. ¿Utiliza usted alguna plataforma online (sitio web, redes sociales u otros) para promocionar su negocio, pyme o emprendimiento?.....	29
Tabla 8. Si su respuesta fue NO ¿Cuál es la razón por la que no utiliza plataformas digitales?.....	30
Tabla 9. ¿Considera usted que es importante promocionar su negocio a través de plataformas digitales?.....	31
Tabla 10. ¿Estaría usted dispuesto a contratar a una agencia de publicidad que se encargue de promocionar su negocio a través de las plataformas digitales?.....	32
Tabla 11. ¿Con qué frecuencia usted pagaría por promocionar su negocio a través de plataformas digitales?.....	33
Tabla 12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por promocionar su negocio a través de plataformas digitales?.....	34

Tabla 13. ¿Qué formas de pago tiene su negocio?.....	35
Tabla 14. ¿Cuáles son las entidades financieras que usted utiliza en su negocio?.....	36
Tabla 15. Hipótesis del Problema.....	37
Tabla 16. Hipótesis del Cliente.....	37
Tabla 17. Hipótesis de la Solución.....	38
Tabla 18. Técnica para identificar el insights.....	49
Tabla 19. Paquetes de Servicios de Publicidad Digital.....	61
Tabla 20. Malla Receptora.....	78
Tabla 21. Ficha de Aprendizaje.....	79

Índice de Figuras

Figura 1. Árbol de Problemas.....	15
Figura 2. Formato de Encuesta	24
Figura 3. Pregunta 1 ¿Cuál es su rango de edad?	23
Figura 4. Pregunta 2 ¿Cuánto tiempo tiene su empresa en el mercado?.....	24
Figura 5. Pregunta 3 ¿Con qué frecuencia usted promociona su negocio?.....	25
Figura 6. Pregunta 4 ¿Su empresa realiza algún tipo de publicidad?.....	26
Figura 7. Pregunta 5 ¿Aproximadamente cuánto invierte mensualmente en este tipo de publicidad?.....	27
Figura 8. Pregunta 6 ¿Invertir en este tipo de publicidad le resulta efectivo para incrementar sus ventas?.....	28
Figura 9. Pregunta 7 ¿Utiliza usted alguna plataforma online (¿sitio web, redes sociales? etc.) para promocionar su comercio, pyme o emprendimiento?.....	29
Figura 10. Pregunta 8. Si su respuesta fue NO ¿Cuál es la razón por la que no utiliza plataformas digitales?.....	30
Figura 11. Pregunta 9 ¿Considera usted que es importante promocionar su negocio a través de plataformas digitales?.....	31
Figura 12 Pregunta 10. ¿Estaría usted dispuesto a contratar a una agencia de publicidad que se encargue de promocionar su negocio a través de las plataformas digitales?.....	32
Figura 13 Pregunta 11. ¿Con qué frecuencia usted pagaría por promocionar su negocio a través de plataformas digitales?.....	33

Figura 14 Pregunta 12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por promocionar su negocio a través de plataformas digitales?.....	34
Figura 15 Pregunta 13. ¿Qué formas de pago tiene su negocio?.....	35
Figura 16 Pregunta 14. ¿Cuáles son las entidades financieras que utiliza en su negocio?.....	36
Figura 17. Arquetipo de cliente.....	40
Figura 18. Mapa de empatía.....	44
Figura 19. Logo de la empresa.....	54
Figura 20. Modelo de tarjetas físicas de presentación.....	54
Figura 21. Tarjetas digitales de presentación.....	55
Figura 22. Diseño de sitio web.....	55
Figura 23. Productos de difusión de marca.....	56
Figura 24. Portada en redes sociales.....	56
Figura 25. Pregunta 1 ¿Estás dispuesto a Implementar el marketing digital en tu negocio?..	57
Figura 26. Pregunta 2. ¿Crees que el marketing digital es beneficioso para tu negocio?.....	57
Figura 27. Pregunta 3 ¿Cuánto tiempo estarías dispuesto a pagar por nuestros servicios?....	58
Figura 28. Pregunta 4. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por promocionar su negocio a través de plataformas digitales?.....	58
Figura 29. Pregunta 5. ¿Los servicios que ofrece la Agencia los comprarías por?.....	58
Figura 30. Pregunta 6 ¿El prototipo de negocio presentado ¿Qué aspectos podría resaltar?.....	59

Figura 31. Lienzo propuesto de valor (trabajos cliente, frustraciones, motivaciones)	64
Figura 32. Lienzo de la propuesta de valor (soluciones).....	66
Figura 33. Lienzo de modelo de negocio.....	72
Figura 34. Prototipo de página web.....	73
Figura 35. Servicios en página web.....	74
Figura 36. Nuevo prototipo portada de página web.....	80
Figura 37. Servicios en página web (nueva propuesta)	81
Figura 38. Nuevo Lienzo de Modelo de Negocio.....	82
Figura 39. Cuadro de Ventas en %.....	83
Figura 40. Proyección de Ventas Mensuales.....	83
Figura 41. Proyección de Ventas Anuales.....	83
Figura 42. Determinación de Inversión y Financiamiento.....	83
Figura 43. Financiamiento de Inversiones.....	84
Figura 44. Cronograma de Pagos de la deuda TEA.....	84
Figura 45. Estimación de Costos Fijos y Variables.....	85
Figura 46. Planilla de Personal.....	85
Figura 47. Gastos Tangibles.....	86
Figura 48. Gastos Intangibles.....	86
Figura 49. Gastos Administrativos y Operativos.....	87

Figura 50. Punto de Equilibrio de Negocio.....	87
Figura 51. Punto de Equilibrio en Unidades.....	88
Figura 52. Flujo de Caja Proyectado.....	88
Figura 53. Estado de Situación Financiera.....	88
Figura 54. VAN y TIR.....	88

Resumen Ejecutivo

La idea de negocio consiste en la creación de una empresa de publicidad digital dirigida principalmente a empresarios y emprendedores que dirigen una Pyme en el mercado de Lima Metropolitana y que desean hacer crecer sus negocios en menor tiempo y con menos recursos. Para ello, Digital Brands Agency contará con un equipo especializado en contenido digital que se encargará de brindar soluciones innovadoras y creativas para cada negocio. La idea de negocio nace de la necesidad de las Pymes de desarrollar contenido estratégico de marketing más efectivo a través de las plataformas digitales. Sin embargo, es sabido que las Pymes peruanas tienen escaso acceso a distintas plataformas digitales, conocimiento sobre contenido efectivo y el manejo óptimo de diferentes plataformas. Además, a través de la Metodología Design Thinking se ha identificado que las agencias de publicidad dirigen sus servicios a grandes empresas, razón por la cual invertir en publicidad muchas veces es caro y sobre todo los clientes suelen tener experiencias negativas al contratar estos servicios. Teniendo en cuenta las necesidades de las Pymes, se ha elaborado una propuesta de negocio que contempla un equipo especializado con experiencia, plan de contenido creativo, efectivo acorde al rubro y público objetivo de cada negocio. Finalmente, se ha calculado una inversión total que asciende a S/102,042.26; y luego de contemplar los costos fijos y variables, se lleva a cabo la evaluación económica y financiera que permite establecer la rentabilidad del negocio, considerando un periodo de proyección de cinco años.