



Estrategia comunicacional y Lanzamiento

TALLER DE TESINA

Ciudad autónoma de Buenos Aires, 22/10/2017

ALUMNO: Arzaroli Adrian Hugo

LEGAJO: 11295

CATEDRA: Licenciatura en Administración de Empresas

PROFESOR: David Aguirre

TUTORA ASIGNADA: Carolina Marozzi

INDICE

DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD.....	4
1. INTRODUCCIÓN	5
1.1 RESUMEN EJECUTIVO	5
1.2 CONSIDERACIONES GENERALES	5
1.2.1 <i>Demanda</i>	6
1.3 MARCO TEÓRICO.....	6
2. DESARROLLO	16
2.1 DESCRIPCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	16
2.1.1 <i>Constitución de la empresa</i>	17
2.2 PLAN DE ACCIÓN.....	18
2.2.1 <i>Puesta en marcha</i>	18
2.2.2 <i>Pasos a seguir / Etapas</i>	19
2.2.3 <i>Análisis de competencia</i>	19
2.2.4 <i>Análisis FODA</i>	22
2.2.5 <i>Resumen del mercado</i>	23
2.2.6 <i>Definición de la marca</i>	24
2.2.7 <i>Definición del logotipo</i>	25
2.2.8 <i>Desarrollo del sitio Web</i>	26
2.2.9 <i>Desarrollo de la APP</i>	27
2.3 ESTUDIO ECONÓMICO.....	28
2.4 ESTUDIO FINANCIERO	29
2.5 OFERTA DEL PRODUCTO.....	31
2.5.1 <i>Compañías seleccionadas para el lanzamiento</i>	32
2.5.2 <i>Planificación de las empresas seleccionadas para los próximos 6 meses</i>	33
2.6 FIJACIÓN DEL PRECIO.....	37
2.7 PUBLICIDAD	38
2.7.1 <i>Estrategia de publicidad</i>	38
2.7.2 <i>Factores para lograr un buen posicionamiento</i>	38
2.7.3 <i>Campaña publicitaria para el lanzamiento</i>	39
2.7.4 <i>Promoción de lanzamiento</i>	40
2.7.5 <i>Campaña publicitaria</i>	40
3. ANEXOS.....	42
3.1 PRESUPUESTO SITIO WEB	42
3.2 RESULTADOS DE LA ENCUESTA	43
4. BIBLIOGRAFÍA	47

Agradecimientos

Quiero agradecer en primer lugar a mi esposa Lucia, mis hijas Camila y Emilia que sin ellas hubiera sido imposible este gran logro de mi vida.

En segundo lugar, a mis compañeros, profesores y a cada una de las personas que me acompañaron en el transcurso de la carrera.

En tercer lugar, agradezco a todos los que me ayudaron con mi trabajo, Juan Manuel Bigi, Lucia Rodriguez y a mi tutora Carolina Marozi.

Por último y no menos importante a la Universidad de Flores.

Gracias a todos.

Declaración de originalidad

Declaro ser el único responsable por la investigación y análisis presentado en esta tesina. A excepción de cuando otras publicaciones han sido aplicadamente referenciadas, este trabajo es absolutamente original y de mi exclusiva autoría. El mismo no ha sido previamente presentado a ninguna otra institución educativa, organización o medio público y/o privado, ni lo será sin hacer expresa mención a la circunstancia que lo ha convocado.

Denominación del proyecto: Estrategia comunicacional y Lanzamiento

Autor: Arzaroli Adrian Hugo

Lugar y fecha: Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 22/10/2018

Firma:

1. Introducción

1.1 Resumen ejecutivo

Stokinfo es una empresa en formación de servicios en línea, que surge con la idea de brindar soluciones predictivas en un mercado que demanda con exigencia de información referente a las inversiones que se realizan en Bolsa.

Su objetivo es realizar predicciones de mercado con alto porcentaje de acierto, mediante el procesamiento y análisis de grandes cantidades de información (Big Data) que le permitan realizar las mismas. La característica distintiva de la empresa será ofrecer un servicio de alta calidad, simple, rápido y económico a todos sus usuarios.

En su primera etapa brindará servicios de predicción de alzas o bajas de acciones, a través de una plataforma online. Para la puesta en marcha del negocio se plantea un esquema mínimo de inversión con proyección de crecimiento basado en los resultados, lo que requerirá el lanzamiento del Sitio Web y la App para Android, un servidor para el procesamiento y análisis de los datos, equipo de soporte 7 x 24, conexión a internet.

Por cada predicción la tarifa oscilará entre 1 y 2 dólares. El público al que se dirige son diferentes grupos de inversores de todo el mundo.

Se estima que la inversión inicial se recuperará en un plazo estimado entre 1 y 2 años.

1.2 Consideraciones generales

Stokinfo SRL tiene planificado ingresar al mercado de valores en junio de 2019 ofreciendo predicciones de cotización de acciones, e incursionar de lleno con predicciones para la bolsa de Nueva York, una de las más grande y antigua de Estados Unidos, que tiene como principal índice bursátil el Dow-Jones.

Luego de varias reuniones y aprobado el presupuesto, se deja en claro y plasmado en el mismo que para el diseño del sitio Web y las aplicaciones para Android el servicio será tercerizado, asumiendo los riesgos por incumplimiento en los plazos de dicha contratación.

Se procederá a la selección del dominio, contratación del hosting, selección de una adecuada campaña publicitaria.

El tiempo de entrega se proyecta para marzo de 2019, dejando un mes para realizar todas las pruebas necesarias antes de su lanzamiento definitivo, estimado para junio 2019.

Mi responsabilidad termina en el momento que Stokinfo esté operativa, el pago de honorarios recae solo a la entrega y funcionamiento y no así al éxito de la compañía. Espero cumplir con las expectativas puestas en mi servicio.

1.2.1 Demanda

Los socios accionistas de Stokinfo SRL me convocan con el propósito de llevar adelante una consultoría para las etapas de ejecución y puesta en marcha. Habiéndose realizado las primeras reuniones y los primeros relevamientos de las necesidades, se definen como prioridad: planificación del lanzamiento y definición del esquema costo/beneficio del negocio, para ello se utilizarán todas las herramientas a nuestro alcance.

En paralelo, se definirá una estrategia de publicidad que permita generar impacto de la marca en el mercado de sus competidores y un adecuado análisis del segmento de usuarios que serán sus futuros clientes.

1.3 Marco teórico

A continuación, se hará una breve descripción de los principales conceptos financieros sobre los cuales se basan las predicciones que ofrece Stokinfo.

¿Qué es una acción?

Una acción en el mercado financiero es un título emitido por una sociedad que representa el valor de una de las fracciones iguales en que se divide su capital social. Las acciones, generalmente, confieren a su titular, llamado accionista, derechos políticos, como el de voto en la junta de accionistas de la entidad, y económicos, como participar en los beneficios de la empresa.

Normalmente las acciones son transmisibles sin ninguna restricción, es decir, libremente. Como inversión, supone una inversión en renta variable, dado que no tiene un retorno fijo establecido por contrato, sino que depende de la buena marcha de la empresa. [Wikipedia (09 de 11 de 2017). Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Acci%C3%B3n_\(finanzas\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Acci%C3%B3n_(finanzas))]

El Dow-Jones

Nació en 1896 y es el índice más antiguo y conocido del mundo. Lo conforman 30 valores, entre los miles de títulos que cotizan en la bolsa de Nueva York.

Algunos especialistas critican la limitada muestra que supone y creen que como indicador es poco fiable de las tendencias de los inversionistas. Pero a pesar de las críticas, es el principal indicador bursátil del mundo. [BBC(6 de 3 de 2009). Obtenido de http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/business/newsid_7657000/7657529.stm]

Data Mining aplicado a la bolsa de valores

En la última década han sucedido algunos cambios importantes en el entorno de los mercados financieros. El desarrollo de poderosas instalaciones de comunicación y de comercio ha ampliado el alcance de selección para los inversores. Predecir el retorno de inversión de una acción es un tema financiero importante que ha atraído la atención de los investigadores durante muchos años. Se trata de una suposición de que la información histórica de la empresa catalogada como fundamental se encuentra a disposición del público de manera que tengan una oportunidad de realizar modelos o estrategias de manera que les permita realizar una estimación de los futuros rendimientos de las acciones. [Thawornwong, S., & Enke, D. (2005). *The use of data mining and neural networks*. Obtenido de doi:10.1016/j.eswa.2005.06.024]

Por esa razón, varios investigadores se han centrado en el análisis técnico y el uso avanzado de matemáticas y ciencias. Amplia atención se ha dedicado al Métodos de Data Mining Predictivo Clasificación Regresión Descriptivo Clustering Factor de Análisis 12 campo de la inteligencia artificial, así como a desarrollar técnicas de data mining[Wang, J., & Chan, S. (2006). *Stock market trading rule discovery using twolayer*. Obtenido de doi:10.1016/j.eswa.2005.07.006].

Algunos modelos se han propuesto e implementado usando las técnicas antes mencionadas Otros, realizaron un estudio empírico armando un sistema de alerta compraventa trading utilizando redes neuronales de propagación back propagation neuronal network (BPNN), su NN fue el nombre en código NN5. El sistema fue entrenado y probado con datos de acciones pasadas de Hong Kong hacia el banco de Shanghai durante el período comprendido entre enero de 2004 y diciembre de 2005. Los resultados empíricos muestran que el sistema implementado fue capaz de predecir direcciones de movimiento de precios a corto plazo con exactitud de 74 %. Con esto podemos examinar la eficacia de los modelos de redes neuronales utilizados por el nivel de estimación y clasificación. El resultado muestra que las estrategias comerciales orientadas por los modelos de clasificación usando una red neural generan mayores ganancias bajo la misma exposición al riesgo de que los sugeridos por otras estrategias.[*Universidad politécnica de Madrid*. Obtenido de Trabajo Fin de Máster Universitario en Software y Sistemas de Javier Isaac Espinosa Muñoz(30 de 7 de 2015): <http://oa.upm.es/37259/>]

Plan de marketing

Es un documento por escrito que elaboran las empresas a la hora de planificar un trabajo, proyecto o negocio en particular. Con su creación, como elemento más del plan de negocio, se señalan los principales objetivos buscados con ese trabajo y se delimitan los aspectos económicos y técnicos de esa inversión previamente a su lanzamiento.

A través de la redacción de un plan de marketing, las empresas estudian el entorno que va a rodear al nuevo proyecto, de modo que pueda afrontar y anticipar sus características y evolución. Por este motivo, es de gran importancia para ellas contar con uno a la hora de preparar un nuevo trabajo.

Es decir, se detallan los pasos a seguir en el proyecto por sus creadores y lo que se espera de dichas fases en términos de costes, posibles beneficios, tiempo empleado en el proyecto y los recursos que deberán emplearse en tal fin. Con la ayuda de la elaboración de este plan, se consigue una visión clara de lo que se quiere conseguir con este proyecto y el camino a seguir para ello. Es necesario por tanto conocer la situación actual de la empresa y las acciones que deberá emprender para lograr dichos objetivos.

Como puede deducirse, estamos hablando por lo tanto de una herramienta básica de gestión con la que deben contar empresas que pretendan ser competitivas. Mediante el estudio y la recopilación de datos del entorno (mercado, competidores...) sabremos definir las fases del plan y los recursos de la compañía que dedicar a cada una de ellas. [Economipedia. (20 de 09 de 2017). *Economipedia*. Obtenido de <http://economipedia.com/definiciones/plan-de-marketing.html>]

Publicidad, como desarrollar una estrategia adecuada

Una estrategia de publicidad es aquel plan de acción diseñado con la finalidad de ayudar a fomentar la venta de determinados productos a los futuros compradores. Existen infinidad de estrategias de publicidad, igual que productos por hacerle publicidad, en donde cada empresa diseña su propio plan de acción, sin embargo, existen algunas tácticas o maniobras publicitarias que se orientan en algunos principios esenciales como lo son: característica del producto y saber cuál es la situación del mercado.

Antes de que una empresa comience con su estrategia publicitaria para cierto producto, es necesario tener presente cuales son las características que tiene dicho producto o servicio, cual es el objetivo que persigue este producto, además de las ventajas que presenta sobre otros productos de similares características. Estas características van a contribuir con la puesta en marcha de la estrategia de publicidad y en donde la empresa hará mayor énfasis al momento de lanzar su campaña publicitaria. Una vez que la empresa de publicidad logre definir concretamente el producto, se debe poner en marcha la investigación de mercado, determinar a quién va dirigido el producto o servicio, especificar ciertas características como edad, condición social, y género.

También se debe precisar qué proporción del mercado ya está ocupada por otros productos semejantes, igualmente se debe tener presente la situación económica del país para poder

fijar la capacidad de ventas, por ejemplo, el vender un producto de lujo como un carro último modelo, resultaría difícil en momentos de crisis económica. Así mismo, en el mundo de la publicidad también están presentes otros tipos de estrategia publicitarias como las siguientes: Estrategias comparativas, son aquellas que tiene como objetivo exponer las ventajas del producto frente a la competencia.

Estrategias financieras, las cuales se fundamentan en la habilidad de poder estar presente en la mente de los aceptantes o receptores, haciéndose notar dentro del mercado a través de porcentajes de audiencia. Estrategias promocionales, esta clase de estrategia se distingue por sus consecuentes promociones las cuales pueden llegar a ser un poco violentas. Estrategias de empuje, son diseñadas con el fin de estimular los puntos de venta de la compañía. Estrategia de tracción, está orientada hacia la motivación del cliente final, por medio de la aprobación del producto. Todas y cada una de estas estrategias emplean elementos convincentes que seducen al público objetivo. Con la finalidad de promover la demanda. [Venemedia (2014). Obtenido de <http://conceptodefinicion.de/estrategia-de-publicidad/>]

PayPal

PayPal Holdings, Inc. es una empresa estadounidense que opera en casi todo el mundo un sistema de pagos en línea que soporta transferencias de dinero entre usuarios y sirve como una alternativa electrónica a los métodos de pago tradicionales como cheques y giros postales.

¿Como funciona?

1: Regístrate en PayPal.

Abrí tu cuenta PayPal gratis y asociá tus tarjetas de crédito.

2: Pagá con PayPal.

Busca el botón de PayPal a la hora de pagar y comprá fácilmente ingresando tu correo electrónico y contraseña. ¡Pagos online fáciles y seguros!

3: Listo.

Una vez que completes tu pedido, ya no tendrás que preocuparte más: PayPal te protege desde que pagas hasta que recibís tu artículo.

¿Qué beneficios tiene?

Podés comprar sin tener saldo PayPal

No te preocupes si no tienes saldo en tu cuenta PayPal. Asociá tu tarjeta de crédito y paga al instante, sin tener que ingresar nuevamente los datos de tu tarjeta.

Protegemos tus compras

¡Formas de pago online seguras en Argentina! Si no recibís lo que compraste, o lo que recibís no coincide con la descripción del vendedor, te devolvemos tu dinero.

Acumulá recompensas

Sabemos que te encanta ganar puntos, millas y cashbacks cada vez que pagás con tu tarjeta. Por eso, si asociás tu tarjeta a tu cuenta PayPal, vas a poder seguir sumando tus recompensas.

Olvidate de las contraseñas

Activá One Touch™ para omitir el inicio de sesión y pagar en un solo clic. PayPal es ahora más rápido que nunca y tan seguro como siempre.

[Paypal (2018). Obtenido de: <https://www.paypal.com/ar/webapps/mpp/what-is-paypal>]

Flujo de caja

El flujo de caja hace referencia a las salidas y entradas netas de dinero que tiene una empresa o proyecto en un período determinado.

Los flujos de caja facilitan información acerca de la capacidad de la empresa para pagar sus deudas. Por ello, resulta una información indispensable para conocer el estado en que se encuentra. Es una buena herramienta para medir el nivel de liquidez de una empresa.

La diferencia de los ingresos y los gastos, es decir, al resultado de restar a los ingresos que tiene la empresa, los gastos a los que tiene que hacer lo llamamos ‘flujo de caja neto’. Los flujos de caja son cruciales para la supervivencia de una entidad, aportan información muy importante de la empresa, pues indica si ésta se encuentra en una situación sana económicamente.

El flujo de caja neto como medida de solvencia.

Si una empresa o una persona no tienen suficiente dinero en efectivo para apoyar su negocio, se dice que es insolvente. Ser insolvente durante bastante tiempo puede llevar a la bancarrota y al cierre del negocio.

El flujo de caja neto son los pagos que se han recibido ya, a diferencia de los ingresos netos, que incluyen las cuentas por cobrar y otros elementos por los que no se ha recibido realmente el pago. El flujo de caja se utiliza para evaluar la calidad de los ingresos de una empresa, es decir, su habilidad para generar dinero, lo que puede indicar si la empresa está en condiciones de permanecer solvente.

Si nos encontramos con un flujo de caja neto positivo significa que nuestros ingresos han sido mayores que los gastos que hayamos tenido que hacer frente. Y, por el contrario, si el flujo de caja es negativo significa que hemos gastado más de lo que hemos ingresado.

- Flujo de caja positivo: indica que los activos corrientes de la empresa están aumentando, lo que le permite liquidar deudas, reinvertir en su negocio, devolver dinero a los accionistas, pagar los gastos y proporcionar un amortiguador contra futuros desafíos financieros.
- Flujo de caja negativo: indica que los activos corrientes de la empresa están disminuyendo.

Al empresario siempre le conviene tener un flujo de caja positivo pues tendrá a más personas interesadas en comprar parte de su negocio, bancos que estén dispuestos a darle crédito en el supuesto de que le haga falta, acreedores que estén dispuestos a darle mercancía por adelantado. [Economipedia. (20 de 08 de 2017). *Economipedia* © 2015. Obtenido de <http://economipedia.com/definiciones/flujo-de-caja.html>]

El estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo.

El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción.

Estudio Financiero

Para realizar este estudio se utiliza información de varias fuentes, como por ejemplo estimaciones de ventas futuras, costos, inversiones a realizar, estudios de mercado, de demanda, costos laborales, costos de financiamiento, estructura impositiva, etc.

La viabilidad de una organización consiste en su capacidad para mantenerse operando en el tiempo.

Valor actual neto (VAN)

El VAN es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable.

Basta con hallar VAN de un proyecto de inversión para saber si dicho proyecto es viable o no. El VAN también nos permite determinar cuál proyecto es el más rentable entre varias opciones de inversión. Incluso, si alguien nos ofrece comprar nuestro negocio, con este indicador podemos determinar si el precio ofrecido está por encima o por debajo de lo que ganaríamos de no venderlo.

La fórmula del VAN es:

$$\text{VAN} = \text{BNA} - \text{Inversión}$$

Donde el beneficio neto actualizado (BNA) es el valor actual del flujo de caja o beneficio neto proyectado, el cual ha sido actualizado a través de una tasa de descuento.

La tasa de descuento (TD) con la que se descuenta el flujo neto proyectado, es la tasa de oportunidad, rendimiento o rentabilidad mínima, que se espera ganar; por lo tanto, cuando la inversión resulta mayor que el BNA (VAN negativo o menor que 0) es porque no se ha satisfecho dicha tasa. Cuando el BNA es igual a la inversión (VAN igual a 0) es porque se ha cumplido con dicha tasa. Y cuando el BNA es mayor que la inversión es porque se ha cumplido con dicha tasa y, además, se ha generado una ganancia o beneficio adicional.

$VAN > 0 \rightarrow$ el proyecto es rentable.

$VAN = 0 \rightarrow$ el proyecto es rentable también, porque ya está incorporado ganancia de la TD.

$VAN < 0 \rightarrow$ el proyecto no es rentable.

Tasa interna de retorno (TIR)

La TIR es la tasa de descuento (TD) de un proyecto de inversión que permite que el BNA sea igual a la inversión (VAN igual a 0). La TIR es la máxima TD que puede tener un proyecto para que sea rentable, pues una mayor tasa ocasionaría que el BNA sea menor que la inversión (VAN menor que 0). (crecenegocios)

PRA (Periodo de recuperación actualizado)

El plazo de recuperación descontado o payback descontado es un método de evaluación de inversiones dinámico que determina el momento en que se recupera el dinero de una inversión, teniendo en cuenta los efectos del paso del tiempo en el dinero. (2015 Economipedia)

Estudio Económico

El fin último de este estudio es analizar las necesidades de tipo económico y financiero que precisa la puesta en marcha del proyecto, con el propósito de ayudará a valorar si es rentable, o no, emprender el nuevo proyecto. Se trata, pues, de conocer:

La inversión económica necesaria y cómo se va a financiar.

Estimar los costos y gastos que va a suponer la puesta en marcha del proyecto

Valorar los posibles ingresos para realizar un cálculo aproximado de los beneficios que puede dar el proyecto.

Por lo tanto, para realizar este estudio económico, es preciso estructurarlo atendiendo a estos cuatro elementos:

1. Las inversiones

En todo proyecto existen tres tipos de inversiones, cuya suma proporcionará el total de inversiones necesario para poner en marcha el proyecto.

Inversiones en Activos fijos. Son aquellas destinadas a recursos de tipo tangible, como la maquinaria o el mobiliario preciso, o intangible, es decir, que no se pueden “tocar”, como los estudios, las relaciones con los proveedores, derechos y permisos.

Inversiones en Capital de trabajo o activos circulantes. Se trata de determinar los recursos necesarios para poner en funcionamiento el proyecto (materias primas, mano de obra, etc.). Para calcular este capital de trabajo, es preciso restar a los activos corrientes que ya posee la empresa para poner en marcha el proyecto (capital disponible en efectivo o no, materias primas, repuestos y productos), los pasivos o deudas por pagar a proveedores. También hay que tener en cuenta cuales son las fuentes de financiación del proyecto y en qué medida lo van a financiar, si se posee capital, existen inversores, se va a pedir un crédito a los bancos o si la financiación va a ser mixta, combinando dos o más fuentes de financiación.

Gastos previos preoperatorios, es decir, aquellos destinados a la realización de estudios, captación de capital, y la realización de diseños y planes, previos a la puesta en marcha del proyecto.

Es conveniente realizar un calendario de inversiones para llevar un control de estas durante la evaluación del proyecto

2. Los gastos totales

Son los gastos totales que va a suponer el proyecto. Para obtener este resultado es preciso analizar:

Los gastos de administración y ventas, donde se engloban los gastos derivados de la remuneración del personal, depreciaciones, etc.

Los gastos financieros, aquellos gastos correspondientes a los intereses de las obligaciones financieras.

Los gastos de fabricación y comercialización serían aquellos gastos derivados de facturas de luz, combustibles, impuestos, repuestos, etc.

3. Los costos

Se trata de los costos de producción, dentro de los que se encuentran las materias primas, materiales y recursos necesarios para crear el producto o dar el servicio. Estos costos se pueden clasificar en función de su valor, como variables o fijos.

4. Ingresos

Por otro lado, en el estudio económico, además de los gastos, hay que realizar una valoración del dinero que se estima se puede recaudar gracias a la venta del producto o servicio realizado y de otros tipos de ingresos que puedan beneficiar la rentabilidad del proyecto.

2. Desarrollo

2.1 Descripción de la organización

Stokinfoes una empresa de servicios en línea que brindara predicción de valores de bolsa, mediante el procesamiento y análisis de la información en Big data, para mercados de alta frecuencia. Se encuentra en una etapa fundacional. Su oficina central está radicada en Santiago de Chile, y se espera que la misma esté operativa en forma online para junio de 2019

Se encuentra constituida por dos socios accionistas, su base de operaciones está dividida entre la República Argentina y Chile, lugar de residencia de sus propietarios.

Dedicada a realizar pronósticos de calidad de diferentes variables. Estos vaticinios se ejecutan a través del análisis de datos, antiguamente denominado análisis exploratorio, después Minería de datos (data mining) y ahora llamado Big Data.

Luego de varios años de estudio, en la actualidad se encuentran en una etapa de fin de realización y puesta en marcha. Siendo las principales tareas a ejecutar: prueba, preparación, armado y adquisición de dominio. En su primera etapa brindaran el servicio de pago a través de una aplicación de predicción con un número limitado de 4 acciones de la bolsa de comercio de Nueva York.

En un relevamiento semanal, vía Skype uno de sus socios nos comparte la siguiente información:

...Si bien es un producto que existe en el mercado, tenemos amplias expectativas ya que hemos logrado desarrollar una predicción que ronda el 80 % de acierto, en base a esto estamos totalmente orgullosos de nuestras previsiones diarias. Las previsiones no son

simplemente un resumen de lo que la comunidad piensa. Más bien, son el resultado de muchos años de investigación desarrollando algoritmos (...). Teniendo en cuenta que se trata en todo momento de aproximaciones o sugerencias, y que los riesgos de pérdida están siempre presentes.

Las operaciones son diarias y se realizan antes de la campana de apertura en Nueva York, 9:30 hs. Los pronósticos son de la forma: "La acción de XYZ cerrará UP o DOWN desde donde se abre esta mañana". Al finalizar la jornada laboral, realizan un seguimiento para verificar si las predicciones eran correctas o incorrectas. Seguido a esto calculan el beneficio teórico que se habría hecho negociando los pronósticos.



2.1.1 Constitución de la empresa

Stokinfo quedara oficialmente constituida el 1/09/2019, y está integrada por dos socios accionistas, cuyas respectivas participaciones son las siguientes: socio A con 60% del capital social y socio B con el 40% restante.

La inversión inicial prevista para los primeros 6 meses alcanzará la suma de 16.000 USD, distribuidos de la siguiente forma:

	Etapa de preparación
--	-----------------------------

	Inicial	Octubre	Noviembre	Diciembre
Aporte Socio A *	\$ 6.000	\$ 600	\$ 1.500	\$ 1.500
Aporte Socio B *	\$ 4.000	\$ 400	\$ 1.000	\$ 1.000

* Los valores se encuentran expresados en dólares

2.2 Plan de acción

2.2.1 Puesta en marcha

Para dejar en claro el camino a seguir se acordó una serie de reuniones, algunas presenciales y otras vía Skype. De estos encuentros surgieron innumerables preguntas, tales como:

- ¿Cuál es nuestra competencia?
- ¿Cuál es nuestro mercado?
- ¿En qué tiempo se recuperará la inversión?
- ¿Cómo debería ser la web?
- Etc.

De dicho relevamiento se determinó un lineamiento a seguir y se acordó un encuentro semanal. A continuación, se muestran los puntos acordados a definir en las diferentes reuniones:

Análisis de la competencia: se realizará análisis de competidores directos e indirectos, se determinarán, características, precios y servicios.

Análisis FODA: Deberá poseer un detalle lo más coherente posible de las fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas de Stokinfo SRL.

Resumen de: mercado: Continuar avanzando en la determinación de segmento meta, segmentación demográfica y geográfica.

Definición de la marca: Se analizarán distintas alternativas en busca de una denominación clara, fácil de recordar y que se relacione con las operaciones del sistema financiero.

Definición del logotipo: Se buscará un diseño simple, fácil de retener, mediante la utilización del color verde que remarca la esperanza, rojo la pasión y azul que representa la seriedad.

Desarrollo de la web: Se buscará un formato claro, fácil de usar, dentro de un sitio web que será diseñado en un entorno que contará con mínimas barreras de ingreso.

Desarrollo de la app: Se buscará un formato fácil de usar y estará disponible para sistema operativo Android.

Tasa interna de retorno: Se determinará dos situaciones en la que se espera recuperar la inversión inicial, una optimista u otra pesimista.

Fijación de precio: Definición de la tarifa a cobrar.

Compañías seleccionadas para el lanzamiento: Breve descripción de las compañías seleccionadas.

Planificación de la cartera de productos a seis meses: Decisión de las acciones cuyas predicciones se incorporarán mes a mes.

Publicidad: Definir mezcla de publicidad, medios, promociones.

2.2.2 Pasos a seguir / Etapas

2.2.3 Análisis de competencia

A continuación, enumeramos cuatro compañías con una relevancia importante en el mercado.

El análisis de cada una de ellas arroja como resultado que el grado de acierto oscila entre el 75 % y el 82 %. Las tarifas varían dependiendo de la cantidad de acciones que se ofrecen, de todas maneras, los valores se encuentran entre usd 1,59 y usd 1,99 por acción.

Empresa: I Know First

Sitio WEB: <https://iknowfirst.com/>

Es una empresa de fintech que proporciona soluciones avanzadas de predicción algorítmica basadas en la inteligencia artificial para el mercado de capitales para descubrir las mejores oportunidades de inversión. La compañía ofrece previsiones de inversión diarias basadas en un algoritmo avanzado de autoaprendizaje. El Algoritmo AI fue desarrollado por el Dr. Lipa Roitman, un científico con más de 20 años de investigación y experiencia en campos de inteligencia artificial (IA) y aprendizaje automático (ML),

Proporciona una predicción de 81,91 %, tiene una tarifa aproximada de 159 dólares por mes con la posibilidad de operar en 5 (cinco) acciones



Empresa: The Market Trend Forecast

Sitio WEB: <http://www.themarkettrendforecast.com>

TWTF plantea que los pronósticos del mercado se realizan usando el análisis patentado de Elliot Wave junto con indicadores técnicos y otros métodos de reconocimiento de patrones desarrollados por John Winston, nuestro Estratega Principal y Chris Vermeulen. Su trabajo asombroso en las previsiones del oro se ha perfilado en TheStreet.com, Jon Nadler en Kitco.com, y los Web site múltiples debido a su exactitud. John Winston cree que los mercados se mueven basados en la psicología de la muchedumbre según lo evidenciado por



2.2.4 Análisis FODA

Fortalezas

- Experiencia del equipo directivo.
- Costos de infraestructura bajos.
- Nivel adecuado de recursos financieros.
- Relación calidad-precio inmejorable.
- Predicción con el 80% de asertividad.

Oportunidades

- Crecimiento dinámico del mercado
- Políticas fiscales favorables.
- Posibilidad de integración en el sector, estar de moda.
- Instituciones o clientela interesadas en el producto/servicio.

Debilidades

- Marca nueva en el mercado, poco reconocida y posicionada en los clientes.
- Falta rodaje de la organización.
- Poder de negociación con proveedores bajo, sobre todo con relación a la publicidad.
- Bajo presupuesto, para publicidad

Amenazas

- Aparición de nuevos competidores.
- Aumento de la demanda de productos sustitutos.
- Recesión económica

2.2.5 Resumen del mercado

A la hora de elegir inversiones de largo plazo, mirar la tasa de crecimiento en las ventas y ganancias de una empresa puede ser un generador de éxito. En definitiva, con el paso de los años, el precio de las acciones irradiará el valor de la compañía que las respalda. En ese sentido, las empresas con mejores tasas de crecimiento pueden ser inversiones muy interesantes con el paso del tiempo.

Buscar ganadoras, así como en la vida cotidiana uno muchas veces mira al pasado para tomar una decisión en el presente o para proyectar el futuro, en el mundo de las inversiones bursátiles pasa todo lo contrario: repasar la Historia no siempre es la mejor opción, ya que no permite predecir cuáles serán los mejores negocios para apostar de cara al próximo período.

– ¿Qué es el público objetivo o target?

Podemos describir con pocas palabras que el público objetivo es un grupo de personas que quieren o necesitan lo que nosotros podemos ofrecer y, por esa razón, serán más propensos a contratar nuestros servicios

Un ciudadano común puede invertir en bolsa utilizando los servicios de un *Bróker* (corredor de bolsa) por medio de distintos sitios de internet que se dedique a esa actividad.

En última instancia, los precios de los títulos pueden depender de lo que la mayoría de los inversionistas piensa que la mayoría de los analistas cree que va a suceder, a grandes rasgos la bolsa es un indicador fiable de cómo va la economía de un país

Stokininfo está dirigido a un determinado segmento meta, integrado por profesionales, con un nivel de estudios terciarios y/o universitarios, terminados o en curso, con una posición económica consolidada (media alta / alta),

Si bien el mercado bursátil tiene la particularidad que está integrado por personas de sexo masculino, con el paso del tiempo cada vez son más las mujeres que participan del mismo, debido a la comodidad que brinda el avance de la tecnología, que hace posible operar desde la comodidad del lugar y en cualquier momento.

En la **segmentación demográfica** apuntamos a penetrar en ambos sexos con dos segmentos de edad:

De 30 años a 45 años: personas jóvenes acostumbradas al uso de la tecnología y que puedan operar desde dispositivos móviles, descargando una aplicación para Android desde el Play Store

De 46 años a 65 años: personas con una mayor experiencia que puedan operar desde una PC, Notebook, etc.

En la **segmentación geográfica**, en una primera etapa está dirigida a dos ciudades que representan el mayor movimiento financiero el país, que son la City Porteña (CABA), y la ciudad de Rosario de la provincia de Santa Fe, en Argentina y, por otra parte, la ciudad de Santiago de Chile.

2.2.6 Definición de la marca

Definir unamarca además de ser un símbolo de identidad de empresas y organizaciones, permite a los compradores identificar con mayor rapidez los bienes o servicios que necesitan o desean, además brindar la seguridad de que está frente a un producto de buena calidad y que la misma no cambiará cuando vuelvan a comprar el producto o servicio.

En nuestro caso buscamos un nombre fácil de recordar y escribir y que genere una llamada de atención en los clientes, además un nombre sencillo suele ser fácil de pronunciar en otros idiomas.

Nos enfocamos en lograr una combinación de sílabas con la idea de una combinación o juego de palabras que podría comenzar con el prefijo fore (delante),y termine con otra relacionada a las inversiones, donde al juntarlas le den un valor simbólico y este directamente relacionado con el mundo gigantesco de la bolsa de comercio. Nuestra tarea termina con la aceptación y en el momento que verificamos que el dominio se encuentra disponible.

Según Lamb, Hair y McDaniel, una **marca** "es un nombre, término, símbolo, diseño o combinación de estos elementos que identifica los productos de un vendedor y los distingue de los productos de la competencia". [Marketing, Sexta Edición, de Lamb Charles, Hair Joseph y McDaniel Carl, 2002, Pág. 301.]

Complementando esta **definición**, los mencionados autores señalan además que "un **nombre de marca** es aquella parte de una marca que es posible expresar de manera oral e incluye letras (GM, YMCA), palabras (Chevrolet) y números (WD-40, 7-Eleven)". [Marketing, Sexta Edición, de Lamb Charles, Hair Joseph y McDaniel Carl, 2002, Pág. 301.]

2.2.7 Definición del logotipo

Al definir el logotipo lo que buscamos es que la marca sea fácilmente identificada, rápidamente reconocida, que esté mentalmente relacionada con algo que existe y tenga cierta analogía, el logotipo seleccionado está relacionado con el mercado de acciones y tratamos de representar una situación habitual para aquellos usuarios que interactúan en la bolsa de comercio.

Definición de logotipo

1) **Mensaje**

Es importante mostrar que el cliente va a Ganar y que somos una empresa que busca transmitir Éxito y Seriedad.

2) **Colores** (relacionado también con el mensaje)

Logotipo en blanco y negro, con detalles en azul y en una menor medida rojo o naranja. El color azul comunica seriedad, el verde esperanza/ecología y el rojo comunica pasión. Por último, el color naranja es para comunicar alegría.

3) **Formas**

Las flechas serán utilizadas con el objetivo de indicar ir hacia adelante o avanzar (podría ser hacia la derecha) o hacia arriba (ganar).

¿Tenemos que incluir flechas?

Sí, es parte de nuestro producto.

El Diccionario de Marketing de Cultural S.A., define al **logotipo** como el "*símbolo que utiliza normalmente una empresa o marca para que la identifiquen con más facilidad*". [Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., Edición 1999, Pág. 192]

❖ Logotipo en revisión



2.2.8 Desarrollo del sitio Web

Se desarrollará un sitio web donde se brinde información de la empresa y se pueda realizar la compra de las predicciones.

El diseño debe ser simple y claro, y la navegación sencilla. El desarrollo debe ser responsive que se adapta a los diferentes dispositivos.

A continuación, detallamos una pequeña encuesta que le realizamos el 23/11/2017 vía Skype al titular de la firma Juan Manuel Bigi.

¿Para qué quiere o cual es el objetivo de la página web?

El objetivo principal a corto plazo la venta de predicciones y a largo plazo buscar la sustentabilidad del negocio.

¿Hay alguna página web que le ha gustado?

Si

¿Nos puede decir cual, para poder observar sus preferencias?

En el mercado hay infinidad de sitios, uno de los que he prestado mucha atención es; Predic Wall Street.

¿Cuál sería la situación fiscal de la empresa, S.R.L., S.A., Autónomo?

En un principio sería en forma Autónoma ¿Cual es el significado de su pregunta?

Para determinar y desarrollar la forma de cobro y facturación.

¿Me puede determinar los plazos de entrega?

Tenemos estimado el lanzamiento para marzo de 2019, por ende, el sitio tendría que estar terminado como máximo hacia fines de noviembre.

¿Es un proyecto a largo plazo?

Si, la idea es buscar un posicionamiento que nos permita ser sustentable y perdurar en el tiempo.

Las secciones del sitio serán las siguientes:

- Quienes somos: Información de la empresa
- Información adicional: publicación de información de interés como ser comentarios, análisis, noticias, etc...
- Contacto: Información y formulario de contacto.
- Predicciones: Listado de acciones disponibles para acceder a la predicción. Al seleccionar la acción deseada, el cliente ingresará sus datos y el sistema accederá al sitio de PayPal que le permitirá al usuario realizar el pago desde cualquier lugar del mundo sin compartir los datos de la tarjeta.

Una vez concretado el pago, al cliente se le informará la predicción en pantalla y adicionalmente se le enviará la información por mail.

En la primera etapa el medio de cobro al cliente será mediante PayPal.

2.2.9 Desarrollo de la APP

Se desarrollará una app para dispositivos móviles (En la primera etapa solo para Android y en una segunda etapa está planificado agregar una aplicación para iPhone).

El objetivo es que la misma debe ser simple, liviana, fácil de utilizar.

Al acceder el usuario verá el listado de acciones disponibles, se le solicitarán datos luego de ingresarlos, podrá realizar el pago (mediante PayPal). Una vez realizado el pago, se le informará en pantalla la predicción y adicionalmente se le enviará un mail con la misma.

Los datos ingresados se guardan en la aplicación, así en un segundo uso no tendrá que ingresarlos (solo si desea modificarlos).

Adicionalmente, mediante el menú podrá ingresar a la siguiente información:

- Quienes somos: información de la empresa.
- Contacto: información y formulario de contacto
- Información adicional: misma información que la web.

La app no registrara información de la tarjeta de crédito del cliente, únicamente información de contacto, Nombre, email, teléfono.

2.3 Estudio Económico.

Inversion inicial

Descripción	Annual	Q1	Q2	Q3	Q4
Desarrollo de la predicción	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ -	\$ -	\$ -
Desarrollo del sitio Web	\$ 1.100	\$ -	\$ -	\$ 1.000	\$ 100
Desarrollo de la App	\$ 3.500	\$ -	\$ -	\$ 2.000	\$ 1.500
Publicidad	\$ 700	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 700
Dominio y Hosting	\$ 700	\$ -	\$ -	\$ 350	\$ 350
Compra de Equipamiento informático	\$ 3.000	\$ -	\$ -	\$ 1.500	\$ 1.500
Equipo de soporte	\$ 400	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 400
Gestión operativa	\$ 1.000	\$ -	\$ -	\$ 400	\$ 600
Consultoría	\$ 600	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 600
Totales	\$ 16.000	\$ 5.000	\$ -	\$ 5.250	\$ 5.750

- ❖ Valores expresados en usd
- ❖ Q1: Q2 ... trimestres
- ❖ El cuadro refleja las distintas erogaciones efectuadas para la puesta en marcha de Stokininfo SA

Modelo de Egresos

Descripción		Periodo 1	periodo	Periodo 3
Dominio y Hosting	\$ 50	\$ 600	\$ 600	\$ 600
Gestión Operativa	\$ 200	\$ 2.400	\$ 2.400	\$ 2.400
Sueldos Personal	\$ 300	\$ 3.600	\$ 3.000	\$ 3.600
Total Costos Fijos	\$ 550	\$ 6.600	\$ 6.600	\$ 6.600

- ❖ Valores expresados en usd
- ❖ Periodos anuales
- ❖ El cuadro refleja el presupuesto de egresos, en el cual nos muestra los costos fijos cuyo valor en dólares se mantiene constante, lo que varía la cifra en pesos dependiendo del tipo de cambio.

Modelo de Ingresos

Descripción	Valor unitario	Q1 2000 Mens	Q2 2500 Mens	Q3 3000 Mens
Ingresos estimados	\$ 1	\$ 24.000	\$ 30.000	\$ 36.000
Total		\$24.000	\$30.000	\$36.000

- ❖ Valores expresados en usd
- ❖ Qi:Q2 ... ingresos mensuales
- ❖ El cuadro refleja los ingresos estimados, los mismos tiene un valor unitario de un dólar y se proyectan 24000 mil operaciones anuales con un incremento aproximado de un 20 % para los dos años siguientes.

Flujo de fondos

	Periodo0	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3
Inversión Inicial	\$ (16.000)	\$ -	\$ -	\$ -
Ingresos				
Accesos proyectados		\$ 24.000	\$ 30.000	\$ 36.000
Total de Ingresos		\$ 24.000	\$ 30.000	\$ 36.000
Egresos				
Costos Fijos		\$ 6.600	\$ 6.600	\$ 6.600
Total de Egresos		\$ 6.600	\$ 6.600	\$ 6.600
Total Bruto (antes de Impuestos)	\$ (16.000)	\$ 17.400	\$ 23.400	\$ 29.400
Impuesto a las ganancias 35%		\$ 6.090	\$ 8.190	\$ 10.290
Ingresos brutos		\$ 609	\$ 819	\$ 1.029
Total de impuestos		\$ 6.699	\$ 9.009	\$ 11.319
Total Utilidad Bruta		\$ 10.701	\$ 14.391	\$ 18.081

- ❖ Valores expresados en usd
- ❖ Periodos Anuales
- ❖ El cuadro refleja que partiendo de una inversión inicial de usd 16.000 la utilidad bruta a valores constantes para el primer año es de usd 10.701, para el segundo año es de usd 14.391 y para el tercer año es de usd 18.081.

2.4 Estudio Financiero

Valor actual neto

	Momento 0	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3
Flujo de Fondos del proyecto	\$ (16.000)	\$ 10.701	\$ 14.391	\$ 18.081

Tasa 15%

VAN \$ 16.075 > 0 = Proyecto es rentable

TIR, Tasa interna de retorno

	Momento 0	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3
Flujo de Fondos del proyecto	\$ (16.000)	\$ 10.701	\$ 14.391	\$ 18.081

TIR = 64%
 TIR Modificada = 66% 70% Tasas de reinversion

PRA, Plazo de recuperación actualizado

Años	Flujos	FFD
0	-16.000	-16.000
1	10.701	-5.299
2	14.391	9.092
3	18.081	27.173

PRA = $1 + \frac{5299}{14391}$

PRA = $\frac{1,368216246}{4,418594952}$

PRA = 1 Año, 4 meses y 4 días

15%

Años	Flujos	FFD	FFA
0	-16.000	-16.000	-16.000
1	10.701	9.305,217391	-6.694,782609
2	14.391	10.881,66352	4.186,880907
3	18.081	11.888,551	1.6075,43191

PRA = $1 + \frac{6.694,782609}{10.881,66352}$

PRA = $\frac{1,615235216}{7,166529084}$

PRA = 1 año, 7 meses y 1 día

2.5 Oferta del producto

Al momento de seleccionar la cartera de productos, para una primera etapa se busca agrupar aquellas empresas radicadas en la República Argentina, que coticen en la bolsa de New York y hayan tenido un crecimiento sostenido a lo largo del último año.

Las empresas seleccionadas para el lanzamiento son: Grupo Macro, Banco Galicia, Coca Cola, junto a compañías radicadas en el exterior que tienen un flujo importante de operaciones, tales como Apple, Microsoft, Google.

Además, estarán disponible en la plataforma empresas cuyas acciones tienen un bajo costo, que como consecuencia de este representan un importante movimiento diario, las compañías seleccionadas para el lanzamiento son: Netflix, Amazon, Walt Disney,

Como estrategia de negocio tenemos planificado incorporar tres compañías por mes, sin un máximo preestablecido.

A continuación, se muestran algunos gráficos que fueron seguidos y analizados para la primera etapa.

Coca Cola (KO)



Microsoft (MSFT)



2.5.1 Compañías seleccionadas para el lanzamiento

Grupo Macro

Banco Macro es un banco argentino de capitales privados nacionales, integrante del holding Grupo Macro. Comenzó a operar como banco en el año 1988.

Grupo Galicia

El Banco Galicia es un banco privado de la República Argentina. Pertenece al Grupo Financiero Galicia. Fue fundado en 1905 como Banco de Galicia y Buenos Aires, y tradicionalmente su Directorio estuvo compuesto por miembros de las familias Escasany, Ayerza y Braun Menéndez. Sus acciones comenzaron a cotizar en la Bolsa de Comercio de Buenos Aires en 1907.

Coca cola

Coca-Cola es una bebida gaseosa y refrescante, vendida a nivel mundial, en tiendas, restaurantes y máquinas expendedoras en más de doscientos países o territorios. Es un producto de The Coca-Cola Company

Apple

Apple Inc. es una empresa multinacional estadounidense que diseña y produce equipos electrónicos, software y servicios en línea, con sede en Cupertino y la sede europea en la ciudad de Cork.

Fundación: 1 de abril de 1976, Cupertino, California, Estados Unidos

Microsoft

Microsoft Corporation es una empresa multinacional de origen estadounidense, fundada el 4 de abril de 1975 por Bill Gates y Paul Allen. Dedicada al sector del software y el hardware, tiene su sede en Redmond, Washington, Estados Unidos.

Fundación: 4 de abril de 1975, Albuquerque, Nuevo México, Estados Unidos

Google

Google es una compañía principal subsidiaria de la multinacional estadounidense Alphabet Inc., cuya especialización son los productos y servicios relacionados con Internet, software, dispositivos electrónicos y otras tecnologías.

Fundación: 4 de septiembre de 1998, Menlo Park, California, Estados Unidos

Netflix

Netflix, Inc. es una empresa comercial estadounidense de entretenimiento que proporciona mediante tarifa plana mensual streaming multimedia bajo demanda por Internet y de DVD-por correo, donde los DVD se envían mediante Permit Reply Mail.

Fundación: 29 de agosto de 1997, Scotts Valley, California, Estados Unidos

Amazon

Amazon, Inc. es una compañía estadounidense de comercio electrónico y servicios de computación en la nube a todos los niveles con sede en la ciudad estadounidense de Seattle, Estado de Washington.

Fundación: 5 de julio de 1994, Seattle, Washington, Estados Unidos

Disney

The Walt Disney Company, también conocida simplemente como Disney, es la segunda compañía de medios de comunicación y entretenimiento más grande del mundo.

Fundación: 16 de octubre de 1923, Los Ángeles, California, Estados Unidos

2.5.2 Planificación de las empresas seleccionadas para los próximos 6 meses

En esta etapa se incorporarán tres compañías por mes

❖ Mes 1

IBM

International Business Machines. es una reconocida empresa multinacional estadounidense de tecnología y consultoría con sede en Armonk, Nueva York.

Fundador: Charles Ranlett Flint

Fundación: 16 de junio de 1911, Nueva York, Nueva York, Estados Unidos

American Express

American Express Company, comúnmente conocida como Amex o AmEx, es una institución financiera con sede en Nueva York. Cuenta con más de 1700 oficinas en más de 130 países en todo el mundo.

Fundación: 1850, Búfalo, Nueva York, Estados Unidos

Fed Ex

Fed Ex es una compañía aérea y logística de origen estadounidense, que tiene cobertura a nivel internacional. Fue fundada bajo el nombre Federal Express en 1971 por Frederick W. Smith en Little Rock. En 1973 se trasladó a Memphis. Fundador: Frederick W. Smith
Fundación: 18 de junio de 1971, Little Rock, Arkansas, Estados Unidos

❖ Mes 2

Irsa

IRSA es una sociedad comercial de capitales argentinos, controlada por Cresud S.A.C.I.F. y A. en un 64%, dedicada a los bienes raíces.

Fundación: 23 de junio de 1943

BBVA

Banco Bilbao Vizcaya Argentaria es una entidad bancaria española, presidida por Francisco González. Es la primera entidad financiera en México, segunda en España, Perú y Turquía, tercera en Venezuela y cuarta en Colombia.

Fundación: 18 de diciembre de 1999

Grupo ING

ING Groep N.V., también llamado Internationale Nederlanden Groep, es una institución financiera de origen holandés que ofrece servicios de banca, seguros e inversiones.

Fundación: 1991

❖ **Mes 3**

Molinos Río de la Plata

Molinos Río de La Plata S.A. es una compañía argentina de productos alimentarios y una de las empresas líderes de la industria alimentaria de Latinoamérica con llegada a más de 50 países en todo el mundo. Fundación: 1902

Citibank

Citigroup es la mayor empresa de servicios financieros del mundo con sede en Nueva York y la primera compañía estadounidense que pudo combinar seguros y banca tras la gran depresión de 1929.

Fundación: 8 de octubre de 1998, Nueva York, Nueva York, Estados Unidos

KBR

KBR Inc. es una compañía estadounidense de ingeniería y construcción, anteriormente una subsidiaria de Halliburton, con sede en Houston.

Fundación: 1998

❖ **Mes 4**

Agrometal

Agrometal S.A.I. está constituida en su forma actual desde 1957, siendo ... Agrometal cuenta con una planta industrial ubicada en la localidad de Monte Maíz, ... Las acciones de Agrometal, fabricante de maquinarias agrícolas de siembra

Transportadora gas del Sur

Transportadora de Gas del Sur S.A. comenzó sus operaciones el 28 de diciembre de 1992, luego del proceso privatización del sector energético argentino. Hoy, TGS es la transportadora de gas más importante del país, opera el sistema de gasoductos más extenso de América Latina, es una la empresa líder en producción y comercialización de líquidos de gas natural (LGN) tanto para el mercado local como para el de exportación, realizando esta actividad desde el Complejo General Cerri, ubicado en Bahía Blanca, provincia de Buenos

Aires, además brinda soluciones integrales en materia de gas natural ligando actividades de Productores con el mercado...

Telecom

Telecom Argentina S.A. es una compañía de telecomunicaciones que opera en Argentina. Dentro de los límites nacionales, la empresa es conocida simplemente como Telecom.

Fundación: 8 de noviembre de 1990, Argentina

❖ **Mes 5**

Pampa Energía

Pampa Energía es la mayor compañía eléctrica en Argentina, que a través de sus filiales participa en los sectores de generación, transmisión y distribución de electricidad. La compañía fue fundada en 2005 y tiene su sede en Buenos Aires.

Fundación: 2005

Banco Francés

El BBVA Francés es la entidad financiera privada de la República Argentina más antigua en funcionamiento, y actualmente depende del Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, como lo indican las siglas.

Nombres anteriores: Banco Francés del Río de la Plata; Banco Francés

Fundación: 1886

Petrobras

Estudio, exploración y explotación de pozos hidrocarbúricos, desarrollo de actividades mineras, industrialización, transporte y comercialización. de hidrocarburos. y derivados, generación y transporte de energía eléctrica

❖ **Mes 6**

YPF

YPF S. A. es una empresa argentina de energía dedicada a la exploración, explotación, destilación, distribución y producción de energía eléctrica, gas, petróleo y derivados de los hidrocarburos y venta de combustibles, lubricantes.

Fundación: 3 de junio de 1922

Techint

Techint es un grupo empresario multinacional italo-argentino creado por Agostino Rocca con sedes centrales en Milán y Buenos Aires.

Fundación: 1945, Milán, Italia

Tenaris

Tenaris es una empresa metalúrgica multinacional subsidiaria del Grupo Argentino Techint, líder mundial en la producción de tubos de acero sin costura para la industria del petróleo.

Servicios: Metalúrgica

Fundación: 2001, Milán, Italia

2.6 Fijación del precio

En el mercado hay una amplia oferta de productos que se comercializan a lo largo de todo el mundo, con una gran variedad de precios, estos varían en forma directa a la cantidad de acciones que se ofrecen.

Para poder ser competitivo Stokinfo fija las tarifas mediante un promedio de precios de las diferentes marcas, una de las formas de penetrar en el mercado es a través de precios bajos, estrategia que se considerará adecuada para el lanzamiento.

Tarifas

1 acción = 1 USD

3 acciones = 2 USD

En el siguiente cuadro mostramos un comparativo de empresas y precios.

	costo mensual	cant acc	costo x predic
Stokinfo	\$ 100	x5	\$ 1
I Know First	\$ 159	x5	\$ 1,59
Predic Wall Street	\$ 160	x5	\$ 1,66
The Market Trend Forecast	\$ 199	x5	\$ 1,99
Algotrades	\$ 199	x5	\$ 1,99

2.7 Publicidad

2.7.1 Estrategia de publicidad

Al momento de seleccionar una campaña, se busca en todo momento encontrar el conjunto de estrategias comerciales que tienen como premisa dar a conocer el producto o servicio que buscas ofrecer. Esto se logra a través de anuncios distintos, que aparecen en uno o varios medios de comunicación durante un periodo determinado.

Hay distintas consideraciones a tener en cuenta, objetivo de la campaña: básicamente está orientada en captar nuevos clientes, dado que somos una empresa en pleno desarrollo.

En una segunda instancia tenemos que definir nuestro públicotarget, para esto tenemos previsto realizar una encuesta que nos permita definir una serie de parámetros, tales como edad, sexo, clase social, estado civil, nivel socioeconómico y una serie de hábitos esenciales que son necesarios tanto para el diseño como para la planificación de los medios. En tercer lugar, se definirán los medios para una comunicación eficaz, se definirán, colores, gráficos, logos, lenguaje del módulo o del spot, el tipo de fuente, etc.

Todas estas consideraciones son claves a la hora de conseguir transmitir el mensaje publicitario en forma exitosa.

2.7.2 Factores para lograr un buen posicionamiento

Para lograr pocionamiento (positivo o negativo) de un sitio web existen diversos factores que influyen en el mismo.

Es muy importante tener en cuenta o comprender el peso que los diferentes motores de busqueda le dan a cada uno de estos factores, de tal manera le da la posibilidad de organizarse para lograr que el sitio escale en los resultados .

A continuación mencionamos sólo algunos de los muchos factores que Google y otros buscadores tienen en cuenta para acomodar a todos los sitios web en forma jerárquica

Contenido actualizado: Se le asigna un alto valor jerárquico a aquellos sitios que se mantienen actualizados en forma constante con información actual y relevante, por ende generar contenido de valor para tus mismos usuarios adquiere un rol fundamental dentro de una estrategia de posicionamiento.

Palabras clave: Es imprescindible el uso de palabras clave para posicionar a tu sitio web de acuerdo con lo que buscan los usuarios. Hacer incapie en lo primero que un cliente potencial escribiría en el buscador al momento de buscar tu producto o servicio.

Links externos a tus páginas: En el momento que un sitio web externo comparte un enlace a tu página, Google toma nota y la califica como una página relevante. Como resultado entre más personas enlacen hacia tu página, mejor posicionamiento tendrás en los buscadores.



2.7.3 Campaña publicitaria para el lanzamiento

Subscripción de servicio de web hosting con un costo anual de USD 300, nos da la posibilidad que nuestro sitio web este operativo.

Subscripción Google AdWords que nos da la posibilidad de aumentar la cantidad de visitas a nuestro sitio web, incrementando nuestras ventas en línea. Google AdWords nos permite orientar los nuncios a clientes en determinados países, regiones o ciudades, o a una distancia específica de su empresa, y tiene un costo de USD 50 mensuales aproximadamente.








2.7.4 Promoción de lanzamiento






Todos los usuarios que se registren en el sitio (sin costo), podrán utilizar la plataforma en forma gratuita por el lapso de 30 días desde el momento de la primera consulta.

Todos los usuarios que no se encuentren registrados, cargando un correo electrónico tendrán acceso gratuito a la plataforma por un total de 1 predicción diaria por 5 días corridos.

2.7.5 Campaña publicitaria








En noviembre se planifica una inversión en publicidad de USD 700, a través de web marketing.

Apuntamos a que la Publicidad esté presente en Buscadores ( Google,  Yahoo!,  Bing), en las Redes Sociales ( Facebook) y en los sitios más destacados de Internet ( Gmail,  Infobae.com, Pagina 12.com,  Clarín.com, en el siguiente cuadro reflejamos el detalle de la misma.

2 Avisos Premium en la Primera Página de resultados de  Google con 1.000 clics de contactos efectivos cada uno			
2 Anuncios Premium en la Red Social de  Facebook con 1.000 clics de contactos efectivos cada uno dirigidos a la audiencia elegida			
2 Avisos Standard en la Primera Página de resultados de  Yahoo,  Bing y  MSN con 1.000 clics de contactos efectivos cada uno			
\$	12.550		finales
Costo	Real	\$	7.125
\$	635		

En el mes de abril 2020 está previsto una segunda etapa, mes en el cual se produce gran parte de la liquidación de granos, teniendo planificado para esa instancia tener en nuestra cartera de productos aquellas empresas relacionadas al sector, como por ejemplo Molino rio de la plataCresud, Nidera, Agrometaletc...

Acontinuación, mostramos el detalle de la campaña:

3 Avisos Premium en la Primera Página de resultados de  Google con 1.000 clics de contactos efectivos cada uno
2 Avisos Premium en la Primera Página de resultados de  ,  Bing y  MSN con 1.000 clics de contactos efectivos cada uno
3 Anuncios Premium en la Red Social de  Facebook con 1.000 clics de contactos efectivos cada uno dirigidos a la audiencia elegida
2 Avisos  Gold en cualquier colección de la  Red Sitios de Internet con 500 clics de contactos efectivos cada uno

\$ 23.350 finales

Costo Real \$ 13.600

Bonificación \$ 1.450

Condiciones generales

El diseño desarrollo y publicación de la web, tiene un costo de usd 1100, la forma de pago se efectuará con un desembolso del 50 % al inicio y el otro 50 % en el momento que el sitio este operativo.

Plazo máximo de entrega 30 días, desde el cobro del anticipo.

Validez del presupuesto 10 días corridos.

3.2 Resultados dela encuesta

La encuesta se realizó por intermedio del sitio Web Survio, (<https://my.survio.com>).

La misma arrojo que el 64,5 % de los encuestados residen en la Ciudad de Buenos Aires, el 28,7 % del Gran Buenos Aires y el 11 % restante se reparte entre Rosario y Madrid (España). El porcentaje entre hombre y mujeres es parejo con una leve ventaja a favor de las mujeres con un 53 %.

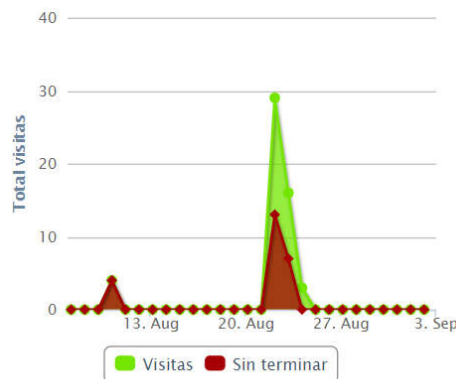
El rango de edad interesado se inclina hacia la franja de 18/38 años.

Lo importante de destacar que aproximadamente un 46 % de los encuestados estaría dispuesto a pagar 1 usd por predicción.

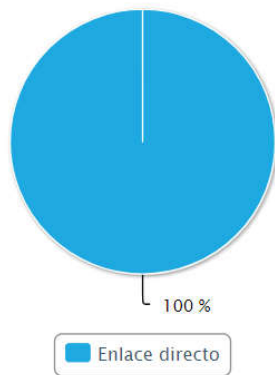
Total visitas



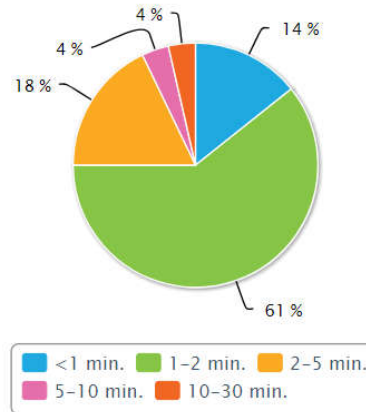
Historial de visitas



Fuentes de visitas



Tiempo medio de finalización



Añadir el logotipo

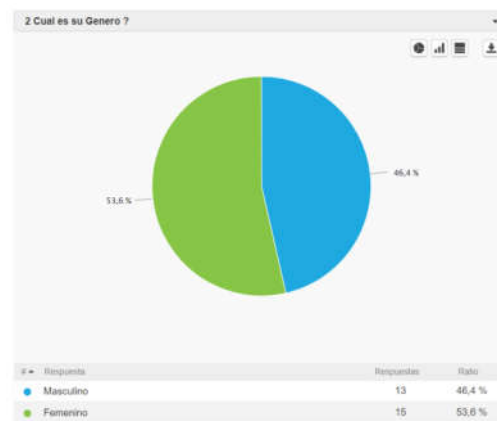
Predicción de acciones en la bolsa de valores

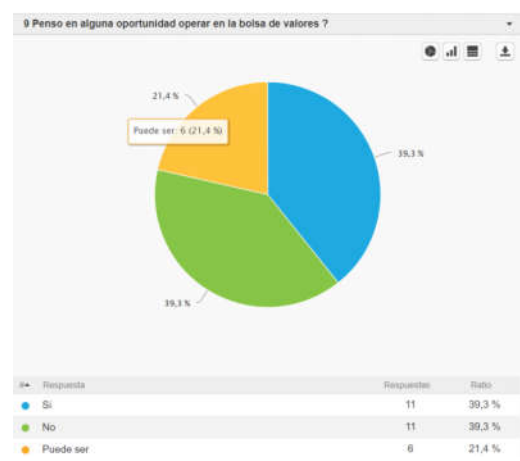
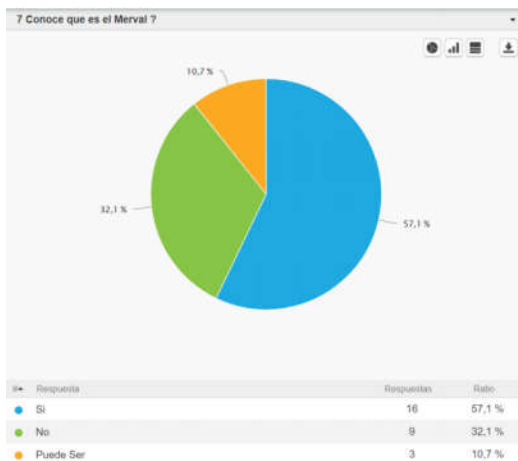
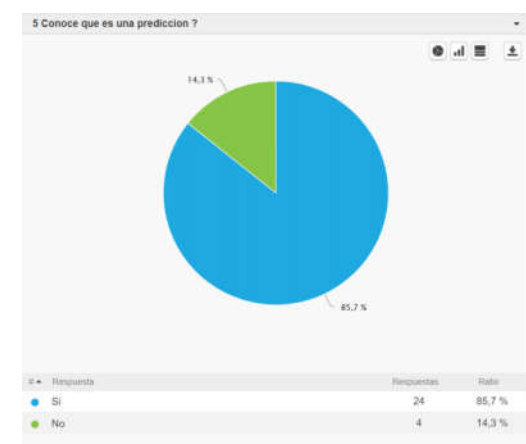
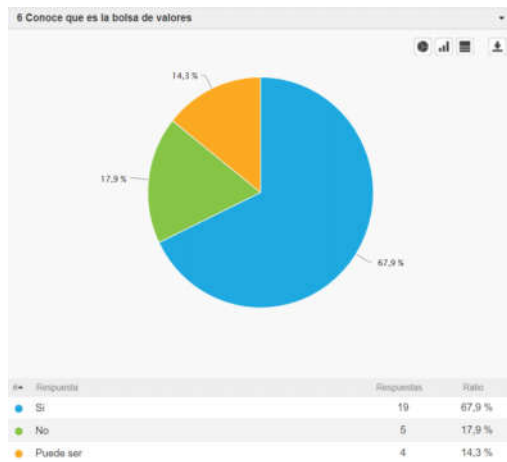
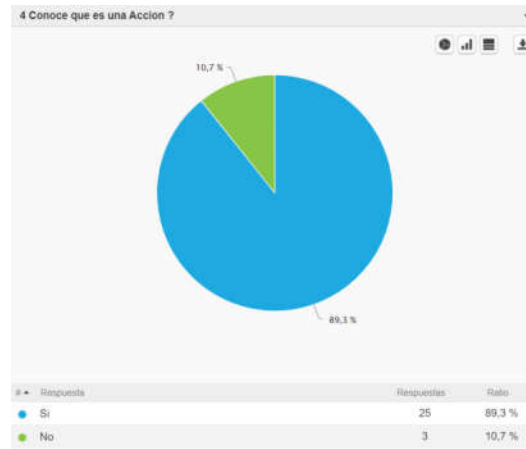
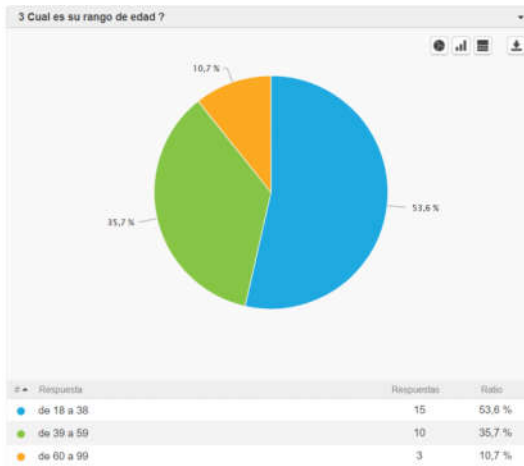
Estimado Sr. / Sra.,
gracias por su visita.
Rellenando esta breve encuesta, nos ayudará a obtener los mejores resultados.

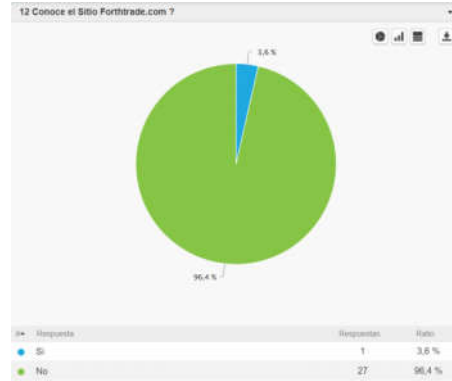
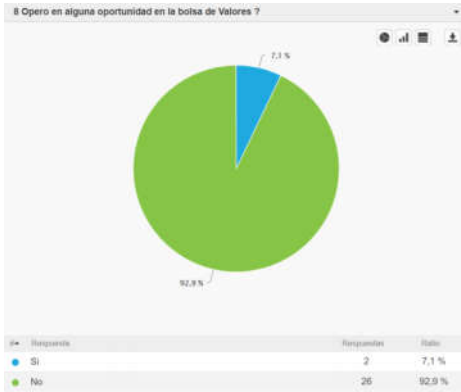
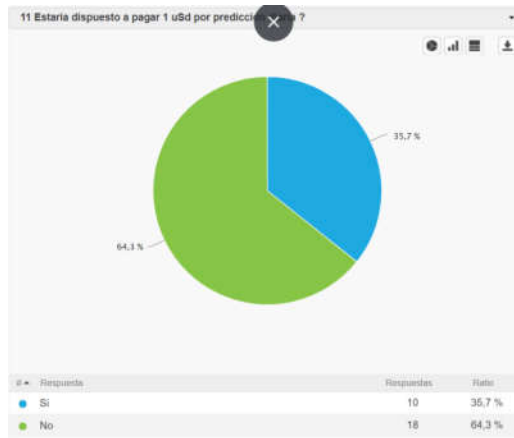
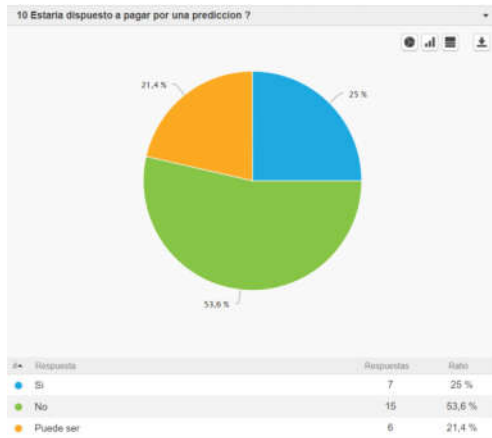
INICIAR ENCUESTA AHORA

1 Lugar de Residencia ?

ciudad autonoma de Buenos Aires	Caba, Buenos Aires, Argentina	MADRID	Madrid
Arg. Capital Federal	Caba (6ix)	La costa buenos aires	Capital Federal
San miguel	Charcas 4276 la matanza	provincia de buenos aires	Rosario
Argentina (2x)	Ramos Mejia	Capital federal (2x)	Laferrere
Caballito, CABA.	Buenos Aires	caba	Buenos aires
			Cana







4. Bibliografía

- BBC. (6 de 3 de 2009). *BBC*.

Obtenido de http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/business/newsid_7657000/7657529.stm

- Economipedia. (20 de 09 de 2017). *Economipedia*.

Obtenido de <http://economipedia.com/definiciones/plan-de-marketing.html>

- Economipedia. (20 de 08 de 2017). *Economipedia* © 2015.

Obtenido de <http://economipedia.com/definiciones/flujo-de-caja.html>

- Thawornwong, S., & Enke, D. (2005). *The use of data mining and neural networks*.

Obtenido de doi:10.1016/j.eswa.2005.06.024

- UPM - Javier Isaac Espinosa Muñoz. (30 de 7 de 2015). *Universidad politécnica de Madrid*. Obtenido de Trabajo Fin de Máster Universitario en Software y Sistemas:

<http://oa.upm.es/37259/>

- Venemedia. (2014). *Venemedia*.

Obtenido de <http://conceptodefinicion.de/estrategia-de-publicidad/>

- Wang, J., & Chan, S. (2006). Stock market trading rule discovery using twolayer.

Obtenido de doi:10.1016/j.eswa.2005.07.006

- Wikipedia. (09 de 11 de 2017). Wikipedia.

Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Acci%C3%B3n_\(finanzas\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Acci%C3%B3n_(finanzas))

- Crece negocios.Por Arturo Última actualización 17 Jul 2014.

Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/el-van-y-el-tir/>

- Economipedia (2015). Economipedia.

Obtenido <http://economipedia.com/definiciones/plazo-de-recuperacion-descontado.html>

- Libro: Marketing, Sexta Edición, de Lamb Charles, Hair Joseph y McDaniel Carl, International Thomson Editores S.A., 2002, Pág. 301.
- Libro: Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., Edición 1999, Pág. 192.
- PayPal (2018). Obtenido de: <https://www.paypal.com/ar/webapps/mpp/what-is-paypal>