



MARKETING ADVANCED

Michael Mauricio Sánchez Marín

Daniel Felipe Devia Bonilla

Jairo Humberto Rodríguez Delgado

marketingadvanced27@gmail.com



Marketing Advanced

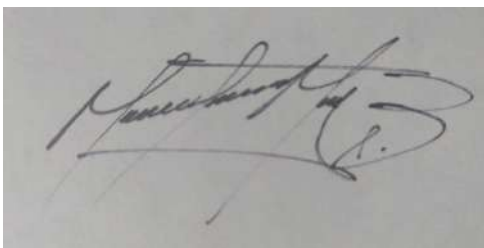


<https://maicolms16.wixsite.com/webmarketingadvanced>

COMPROMISOS DEL AUTOR

Yo **Michael Mauricio Sánchez Marín** identificado con CC. **1.110.498.636** de Ibagué estudiante del programa **Administración de Empresas** declaro que

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

A photograph of a handwritten signature in black ink on a light-colored surface. The signature is cursive and appears to read 'Michael Mauricio Sánchez Marín'.

Michael Mauricio Sánchez Marín

C.C 1110498636

RESUMEN EJECUTIVO

Claves y retos

Emprender una idea de negocio no es fácil, sin experiencia pero con las ganas de hacer algo que impacte al público, por esa razón decidimos crear Marketing Advanced, una idea de negocio con la que pretendemos ayudar a los micro empresarios de la ciudad de Ibagué, personas que tienen ganas de salir adelante con su negocio pero que no cuentan con el conocimiento para hacerlo, por eso nuestro objetivo es implementar un departamento de ventas en las PYMES de nuestra ciudad

El reto al que nos enfrentamos es el de cambiar la forma de pensar de los micro empresarios, ya que ellos tienen la idea de que su negocio no necesita cambios o que como está actualmente lograrán sus objetivos, es algo difícil el cambiar la percepción de la gente cuando no conoce algo, ya que están acostumbrados a sus tradiciones y esto hace que tengan miedo al cambio, pero con nuestra idea de negocio lograremos que cambien su forma de ver las cosas como lo dice nuestro slogan **piensa diferente y empieza a crecer**

Nuestra Propuesta de valor

Innovación, calidad y servicio.

- **Innovación:** Marketing Advanced implementa la innovación con la introducción al uso de un producto, (bien o servicio), de un proceso nuevo o significativamente mejorado.

- **Calidad:** La compañía ofrece una calidad que debe tener cualquier servicio para obtener un mayor rendimiento en su funcionamiento y durabilidad, cumpliendo con las reglas necesarias para satisfacer las necesidades de los clientes.
- **Servicio:** La empresa ofrece un servicio de calidad con la finalidad de que sus clientes queden totalmente satisfechos y así mismo puedan ellos ofrecer este mismo servicio a sus clientes.

Portafolio de servicios

- Diagnóstico de las empresas.
- Asesoría de marketing.
- Capacitación en servicio al cliente.
- Capacitación en Liderazgo.
- Capacitación en presentación personal.
- Publicidad.
- Creación de marca.
- Diseño e Innovación.
- Marketing Sustentable.

INTRODUCCIÓN

Después de la investigación realizada en la ciudad de Ibagué, en donde se realizó un sondeo a diferentes empresarios locales, para identificar cuál es el problema o falencia que está ocasionando el cierre de estas empresas. Se pudo evidenciar que la mayoría de las empresas que cierran no cuentan con un departamento de ventas establecido y por lo general son empíricas y conservadoras, esto evita que se adapten al cambio constante del mercado que llegan con nuevas tendencias e implementación de nuevas herramientas tecnológicas, donde manifiestan los empresarios que no tienen establecido un segmento o nicho de mercado al cual ellos están dirigidos, en donde se reúnen todas estas falencias que conllevan al cierre o traslado de la compañía a otra ciudad. Debido a esta problemática se decide crear la idea de negocio Marketing Advanced, viendo su viabilidad y aceptación en el mercado, con el fin de darle solución a la problemática que están presentando las pequeñas y medianas empresas de la ciudad.

HISTORIA

Marketing Advanced surge como una idea de negocio por los estudiantes Michael Mauricio Sánchez Marín, Daniel Felipe Devia Bonilla, Jairo Humberto Rodríguez Delgado, estos vieron la necesidad de ayudar a las PYMES (Pequeñas y medianas empresas comercializadores e industriales de la ciudad de Ibagué) para fortalecer las áreas de mercadeo, publicidad y ventas, ya que estas empresas son las más afectadas por falta de asesoramiento en este departamento de marketing.

¿QUIÉNES SOMOS?

Somos una empresa dedicada a ayudar a las PYMES (Pequeñas y medianas empresas) comercializadoras e industriales de la ciudad de Ibagué, brindándoles asesoría de mercadeo y publicidad. Acompañamos a estas empresas que no cuentan con el recurso financiero para crear su propio departamento de ventas y así crecer como una gran empresa, implementando marketing sustentable y marketing Online.

Nuestro logo



Nuestro slogan

Piensa Diferente Y Empieza A Crecer

Objetivo general

Implementar el departamento de ventas a las PYMES (pequeñas y medianas empresas) comercializadoras e industriales de La ciudad de Ibagué.

Objetivos específicos

- Analizar la problemática a nivel local en área de mercadeo.
- Identificar cual es la problemática que está afectando a las PYMES locales.
- Brindar alternativas que contribuyan a las soluciones de la problemática.
- Implementar estrategias de marketing que contribuyan al desarrollo social y empresarial de las PYMES de la ciudad de Ibagué.

IDEA DE NEGOCIO MARKETING ADVANCED

1. Nuestra idea de negocio puede ayudar a solucionar, los problemas **Sociales** y **Económicos** de nuestra ciudad, ya somos una empresa dedicada a ayudar a las PIMES (Pequeñas y medianas empresas) comercializadoras e industriales de la ciudad de Ibagué, brindándoles asesoría de mercadeo y publicidad. Acompañamos a estas empresas que no cuentan con el recurso financiero para crear su propio departamento de ventas y así crecer como una gran empresa, implementando marketing sustentable y marketing Online.

Marketing advanced se identifica con un objetivo de desarrollo sostenible como es Proteger, restaurar y promover la utilización sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar de manera sostenible los bosques, combatir la desertificación y detener y revertir la degradación de la tierra, y frenar la pérdida de diversidad biológica.

2. Valor Compartido.

Como idea de negocio la empresa Marketing Advanced implementara en su local o establecimiento comercial estrategias de sostenibilidad para generar conciencia y ser más amigables con el medioambiente, estos métodos de sostenibilidad se darán a conocer a nuestros clientes para que estos puedan llevarlas a cabo y sean empresas sustentables y amigables con la naturaleza y nuestro medio ambiente.

1. Recuperación del Agro tolimense.

Trabajaremos de la mano con los supermercados y restaurantes de la región para recolectar el material orgánico sobrante de cada uno de estos establecimientos. El proceso que se llevara a cabo es concentrarlos en un terreno infértil o árido para que realice su proceso de compostaje y descomposición natural, para que estos aporten sus nutrientes y esta tierra vuelva a ser fértil.

2. Ventanales grandes:

En el establecimiento comercial se van a implementar ventanales para que la luz solar ilumine gran parte del local, y así ahorrara y disminuirá el uso de energía eléctrica contribuyendo al medio ambiente.

3. Cero papel:

Decidimos implementar la estrategia cero papeles en la empresa, y así concientizar a nuestros clientes a contribuir con el medioambiente. Se ejecutará el marketing 2.0 ya que una de las nuevas tendencias en mercadeo es el mundo digital y sustentable.

3. En base a que nuestra idea de negocio Marketing advanced tiene como objetivo el asesorar a las PYME (pequeñas y medianas empresas) en el mejoramiento continuo de los procesos, desde la teoría de valor compartido la forma más viable para este negocio es la forma Redefinición de la productividad en la cadena de valor, ya que nos basamos en asesorar a empresas que no cuentan con suficiente capital financiero para mejorar en sus estrategias de marketing y ventas, lo que hacemos como empresa es lograr que las PYME que asesoramos logren satisfacer al 100% las necesidades de sus clientes.

ANALISIS PESTEL

ANALISIS POLITICO: Incentivos no monetarios del Gobierno para las pymes colombianas

Con el fin de apoyar a las mipymes en sus diferentes etapas de crecimiento y siendo consciente de sus principales necesidades, el Gobierno Nacional ofrece las siguientes alternativas:

Ventanilla Única Empresarial (VUE)

Es una plataforma tecnológica que facilita la realización de diferentes trámites que una empresa debe cumplir al momento de crearse, ya sean mercantiles, tributarios y de seguridad social. Esta ventanilla es un primer paso para que las pymes ahorren tiempo y dinero en su etapa de formalización empresarial y puedan obtener beneficios como tener una carta de presentación que les abre la puerta frente al mercado y es indispensable para hacer negocios.

Programa de Transformación Productiva (PTP)

Brinda asistencia técnica a las empresas que forman parte de sectores que han sido identificados como de talla mundial, con el fin mejorar su productividad y competitividad. Esta labor incluye la visita a las compañías, el análisis de sus procesos y el diseño de planes de mejora que se desarrollan de la mano con aliados públicos y privados.

ANALISIS ECONOMICO

Ibagué es una de las ciudades con el mayor índice de desempleo en el país y este año no es la excepción, durante la crisis sanitaria por el Covid-19, generó que varias empresas cerraran sus establecimientos y por ende suspendieran contratos dejando sin empleo a miles de ibaguereños que, de acuerdo al DANE, hoy representa un 25.1% de desempleo ocupando el segundo lugar en desempleo a nivel nacional.

En la siguiente imagen observamos la participación por sectores económicos en la ciudad de Ibagué.

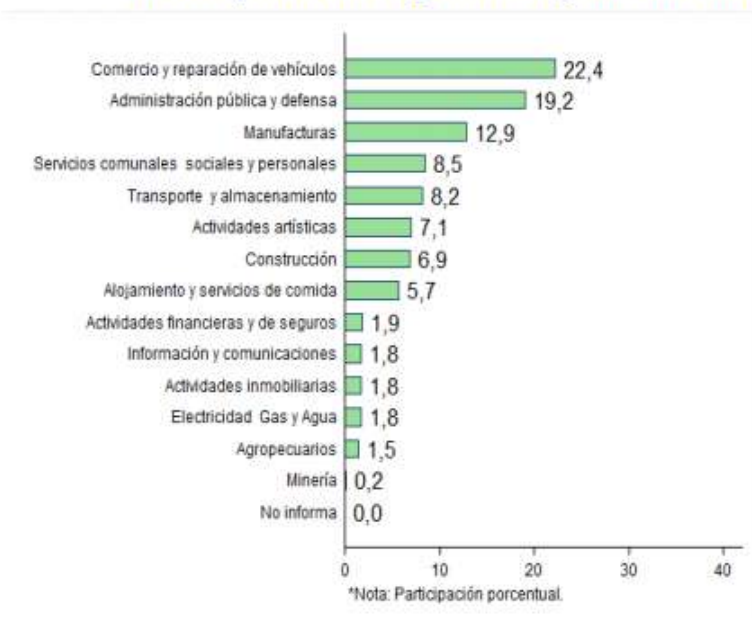


El progreso
es de todos

Mincomercio

Departamento de Tolima - Ibagué

Participación ocupados según ramas de actividad económica



Durante el trimestre móvil may-jul de 2020, las actividades de comercio y reparación de vehículos representaron el 22,4 % del total de ocupados de Ibagué.

Fuente: Gran Encuesta Integrada de Hogares - DANE. Fecha de Publicación: 31 de agosto de 2020.

El sector servicio presentó un porcentaje de 8,5 % de participación en el mercado de la ciudad de Ibagué a fecha del 31 de agosto de 2020 fuente DANE, Un dato llamativo es que de todo el tejido empresarial, 97,09% son microempresas, 2,38% pequeñas, 0,44 medianas y 0,09% grandes empresas.

ANÁLISIS SOCIAL:

De acuerdo con las proyecciones del DANE, basadas en el estudio censal del año 2005, para 2020 la población total del municipio ascenderá a 579.807 personas, de las cuales 548.631 (94,6%) estarían en la cabecera. Esto, igualmente, supondría un 40% total de la población del departamento, que pasará de 1.412.220 habitantes en el 2016 a 1.427.427 habitantes en 2020.

La pirámide poblacional en la ciudad presenta una tendencia hacia el aumento de los habitantes pertenecientes a los grupos de edad más avanzada, lo cual explica una dinámica de envejecimiento de la población.

La población femenina aumenta en mayor proporción que la masculina. Este hecho se intensifica en el rango de edad de 20 a 24 años, ya que del año 2010 al 2020 el crecimiento entre hombres se estima del 2% y el de las mujeres del 2,5%; siendo el rango de edad en el cual se presentaría mayor diferencia durante este intervalo.

ANÁLISIS TECNOLÓGICO



Marketing 2.0

El cliente pasa a ser la mayor prioridad que el producto esto quiere decir, hay que pensar en el cliente y dedicar recursos para diseñar una estrategia para llegar a él con propuestas de valor funcionales y también emocionales, basado en las relaciones más que en las transacciones y con el objetivo de no solo vender.

-Marketing 3.0

Surge como necesidad de respuesta a varios factores, las nuevas tecnologías, los problemas generados por la globalización y el interés de las personas por expresar su creatividad, es decir este marketing está centrado en valores, es dejar de ver a las personas como clientes o consumidores, para verlas como seres humanos integrales. Empezamos a ver sus necesidades y satisfacerlas.

Marketing 4.0

Es un marketing con un propósito social, para tener un mundo mejor, concientizar en la marca basado en las condiciones y necesidades de los clientes ese el (Big data), utilizar estrategias 360°, hiperconectividad omnicanal que es 100% digital y nos enfocamos en lo omnidireccional (se puede utilizar en todas las direcciones o sentidos

ANALISIS ECOLOGICO: el impacto ambiental que genera Marketing Advanced es contribuir con el medio ambiente, implementando estrategias sustentables y devolviéndole vida al agro tolimense.

Sustentable significa:

- Viable en lo económico.

- Viable en lo ambiental.
- Viable en lo sociable.

ANALISIS LEGAL:

DECRETO 1499 DE 2014

Artículo 3. Modalidades de ventas que utilizan métodos no tradicionales. De acuerdo con lo previsto en el numeral 15 del artículo 5 de la Ley 1480 de 2011, se entenderán como ventas que utilizan métodos no tradicionales aquellas que se celebran sin que el consumidor las haya buscado, tales como:

1. Las ventas realizadas en el lugar de residencia o de trabajo del consumidor;
2. Las ventas en las que el consumidor es abordado de forma intempestiva por fuera del establecimiento de comercio;
3. Las ventas en las que el consumidor es llevado a escenarios dispuestos especialmente para aminorar su capacidad de discernimiento.

Decreto 1499 de 12 de agosto de 2014. Reglamentan ventas métodos no tradicionales y a distancia en Colombia

Artículo 1.: Objeto. El presente decreto tiene por objeto reglamentar:

1. Las ventas que utilizan métodos no tradicionales.
2. Las ventas a distancia.

Artículo 2. Ámbito de aplicación.

El presente decreto es aplicable a las relaciones de consumo que se efectúen a través de ventas a distancia o de aquellas que utilizan métodos no tradicionales.

Artículo 9. Contenido mínimo de los contratos de ventas que utilizan métodos no tradicionales o a distancia.

Sin perjuicio de lo dispuesto en la Ley 1480 de 2011, los contratos de ventas no tradicionales o a distancia deberán incorporar como mínimo las siguientes condiciones:

1. Identidad del vendedor y su información de contacto;
2. Características esenciales del producto;
3. El precio, conforme con las reglas previstas en el artículo 26 de la Ley 1480 de 2011 ;
4. Los gastos de entrega y transporte, cuando corresponda;
5. Las formas de pago que se pueden utilizar;
6. Las modalidades de entrega del bien o prestación del servicio;
7. La fecha de entrega o de inicio de la prestación del servicio, cuando corresponda.
Salvo pacto en contrario, el vendedor deberá entregar el bien o iniciar la prestación del servicio a más tardar en el plazo de treinta (30) días calendario contados a partir de la celebración del contrato.
8. Información suficiente sobre las condiciones y modalidades de ejercicio de los derechos de retracto y reversión del pago, de acuerdo con lo establecido en los artículos 47 y 51 de la Ley 1480 de 2011;
9. La identificación e información de contacto del prestador de los servicios postventa, así como la forma de acceder a dichos servicios;
10. Las condiciones de terminación cuando se trate de contratos de duración indeterminada o superiores a un año.

11. Las cláusulas y condiciones relativas a renovación automática o permanencia mínima, ésta última en caso de que proceda en los términos del artículo 41 de la Ley 1480 de 2011, las cuales deberán constar en documento aparte y ser aceptadas expresamente por el consumidor.

Ley 140 junio 23 de 1994 por la cual se reglamenta la publicidad exterior visual en el territorio nacional.

ARTÍCULO 1o. CAMPO DE APLICACIÓN. Artículo CONDICIONALMENTE EXEQUIBLE La presente Ley establece las condiciones en que puede realizarse Publicidad Exterior Visual en el Territorio Nacional.

Se entiende por Publicidad Exterior Visual, el medio masivo de comunicación destinado a informar o llamar la atención del público a través de elementos visuales como leyendas, inscripciones, dibujos, fotografías, signos o similares, visibles desde las vías de uso o dominio público, bien sean peatonales o vehiculares, terrestres, fluviales, marítimas o aéreas.

Asesoría en el Proceso de Implementación de la Ley 1581 de 2012

OBJETO, ÁMBITO DE APLICACIÓN Y DEFINICIONES.

Artículo 1o. Objeto.

La presente ley tiene por objeto desarrollar el derecho constitucional que tienen todas las personas a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bases de datos o archivos, y los demás derechos, libertades y garantías constitucionales a que se refiere el artículo 15 de la Constitución Política; así como el derecho a la información consagrado en el artículo 20 de la misma.

Artículo 2o. ámbito de aplicación.

Los principios y disposiciones contenidas en la presente ley serán aplicables a los datos personales registrados en cualquier base de datos que los haga susceptibles de tratamiento por entidades de naturaleza pública o privada.

La presente ley aplicará al tratamiento de datos personales efectuado en territorio colombiano o cuando al Responsable del Tratamiento o Encargado del Tratamiento no establecido en territorio nacional le sea aplicable la legislación colombiana en virtud de normas y tratados internacionales.

El régimen de protección de datos personales que se establece en la presente ley no será de aplicación:

a) A las bases de datos o archivos mantenidos en un ámbito exclusivamente personal o doméstico.

Cuando estas bases de datos o archivos vayan a ser suministrados a terceros se deberá, de manera previa, informar al Titular y solicitar su autorización. En este caso los Responsables y Encargados de las bases de datos y archivos quedarán sujetos a las disposiciones contenidas en la presente ley;

b) A las bases de datos y archivos que tengan por finalidad la seguridad y defensa nacional, así como la prevención, detección, monitoreo y control del lavado de activos y el financiamiento del terrorismo;

c) A las Bases de datos que tengan como fin y contengan información de inteligencia y contrainteligencia;

d) A las bases de datos y archivos de información periodística y otros contenidos editoriales;

e) A las bases de datos y archivos regulados por la Ley 1266 de 2008;

f) A las bases de datos y archivos regulados por la Ley 79 de 1993.

Identifica la oportunidad

Identificación del problema: El problema principal que afecta a las PYME de la ciudad de Ibagué, es la falta de capacitación y entrenamiento de sus empleados en las diferentes áreas como ventas y servicio al cliente, por lo general son empresas empíricas y conservadoras, que no cuentan con un departamento de ventas establecido, esto conlleva a que las empresas cierren, ya que no logran desarrollar todo el potencial que podrían tener con un personal altamente calificado.

Necesidad: La necesidad que observamos es que hay gran cantidad de personas que quieren emprender su idea de negocio, como también empresas que no cuentan con las herramientas necesarias para que su idea logre tener un impacto positivo y así lograr un posicionamiento en el mercado.

Reto u oportunidad: La oportunidad que tenemos como empresa es llegar a las personas que quieren iniciar con su idea de negocio y a empresas que quieren crecer y posicionarse, lo que buscamos con nuestra idea de negocio Marketing Advanced es solucionar las falencias que presentan las empresas que no se adaptan al cambio constante del mercado, y a las diferentes tendencias y herramientas tecnológicas.

Qué problema afecta a la comunidad, clientes y entorno.

Las principales problemáticas que presenta nuestra comunidad, es la falta de empleo ya que como se menciona anteriormente Ibagué es una de las ciudades con mayor índice de desempleo en el país, por lo que los habitantes de nuestra ciudad optan por crear su propio negocio, pero sin una idea clara hacia donde quieren llegar.

Otro de los problemas que se pueden evidenciar, es que los clientes no quedan totalmente satisfechos con la atención que se les brinda, ya que los vendedores no cuentan con un conocimiento amplio en servicio al cliente, y esto hace que los consumidores tengan una experiencia de compra desagradable.

En la siguiente tabla veremos reflejados los problemas, necesidad, retos u oportunidades con el fin de lograr una puntuación que nos indique que problemática abordar con más intensidad para lograr sacar el mejor provecho del servicio que ofrecemos.

CRITERIO	PROBLEMA 1	PROBLEMA 2	PROBLEMA 3
	Falta capacitación en las empresas PYME	Gran cantidad de personas que quieren emprender sin conocimiento	Empresas que quieren posicionarse en el mercado
Conocimiento y experiencia	5	4	5
Asesoramiento de un experto (si se requiere, lo tenemos)	5	4	5
Alcance técnico ¿tenemos las herramientas?, ¿podemos desplazarnos para evaluar el problema? ¿Tenemos acceso a información/datos/cifras ¿ puedo darle alguna solución?	5	3	3

Impacto ¿es trascendental? ¿Representa un desafío para ustedes?	5	5	5
¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo del problema?	5	5	5
TOTAL	25	21	23

Observamos que por medio de esta tabla el resultado más alto es el problema es la falta de capacitación de las PYMES, con esto evidenciamos la importancia de tener claro las problemáticas que presentan las micro empresas y como podemos actuar para la solución de estos problemas, con el servicio que prestamos a estas empresas.

DESARROLLO DEL ARBOL DE PROBLEMAS

Encuesta

Se realizará una encuesta a pequeñas y medianas empresas (PYMES) de la ciudad de Ibagué con el fin de identificar cuál es la perspectiva que tienen de los servicios que prestan las empresas de marketing, con esta encuesta también observaremos cuáles son las falencias que presentan estas empresas y como podríamos ayudar a crecer su modelo de negocio.

La siguiente encuesta consta de 6 preguntas y sus respuestas se harán de manera abierta ya que queremos conocer más a fondo las respuestas de los propietarios de los establecimientos.

- 1- ¿Alguna vez ha adquirido un servicio de mercadeo?
- 2- ¿Cuáles son sus necesidades como cliente?

- 3- ¿Por qué solicita un servicio de mercadeo?
- 4- ¿Se siente amenazado por las nuevas competencias?
- 5- ¿Se adaptaría al cambio de las nuevas tecnologías?
- 6- ¿Estaría dispuesto a invertir para mejorar su empresa?

1- Cross Box (GYM)

- No adquirido un servicio de mercadeo.
- Asesorías para mejorar su empresa y su publicidad.
- No se sienten amenazados manejan un servicio muy completo.
- Si se adaptan a las nuevas tendencias.
- Si se requiere el servicio se solicita.

2- Ferretería D' lucho.

- No ha adquirido un servicio de mercadeo.
- Manejar marcas reconocidas.
- Para llevar un control de inventarios y mejorar el servicio.
- No se siente amenazado por las nuevas competencias.
- Si se adaptaría porque les toca.
- Sería bueno adquirir el servicio.

3- Construcciones y herramientas.

- No ha adquirido un servicio de mercadeo.
- Analizar al cliente final para satisfacer sus necesidades.
- No se siente amenazado por la competencia (compra al por mayor).
- Si se adapta a las nuevas tendencias.
- Si aceptaría un servicio de mercadeo.

4- Salón de uñas.

- Si ha adquirido un servicio de mercadeo.
- Prestar un buen servicio y manejas variedad en productos.
- Para dar a conocer su negocio.
- No se siente amenazada por la competencia.
- Sí, pero redes sociales.
- No, está conforme con su resultado.

CONCLUSIÓN

Después de la información recopilada, se identificó el comportamiento de las pequeñas y medianas empresas a la hora de adquirir un servicio de marketing, ya que ellos piensan en sus clientes. Se evidencio que una de las mayores necesidades que tiene las PYMES de Ibagué es la adaptación y capacitación en las nuevas tendencias que surgen en el mercado, tienen temor y no se adaptan al cambio. La mayoría de los empresarios son muy conservadores, piensan que como iniciaron su negocio debe permanecer y ser rentable, debemos tener en cuenta que uno de los encuestados no está conforme con el servicio que le prestaron y por eso tenemos que tener una alta calidad a la hora de la prestación de nuestro servicio.

Los involucrados

Los involucrados en esta problemática empresarial son los pequeños y medianos empresarios de la ciudad de Ibagué, que tienen un negocio ya establecido o que tienen una idea de negocio con la cual quieren iniciar.

¿CUÁLES SON LAS CONDICIONES NEGATIVAS PERCIBIDAS POR LOS INVOLUCRADOS?

- Temor a la evolución.
- Empíricos.
- Conservadores.
- Falta de apoyo gubernamental.

PROBLEMA CENTRAL

Teniendo en cuenta la investigación realizada, y teniendo como base la perspectiva y opinión de los propietarios de pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Ibagué con los que pudimos entrevistarnos, El problema central que más afecta a estos empresarios es **La falta de capacitación empresarial.**

Estas empresas no cuentan con un apoyo por parte del gobierno nacional y departamental para capacitarse, por lo que las personas que tienen su negocio lo hacen de manera empírica y sin ningún conocimiento previo que les ayude a afrontar los retos que tienen al emprender su propio negocio.

RELACIÓN CAUSA EFECTO

Las causas y efectos que encontramos luego de indagar en el problema central es el siguiente:

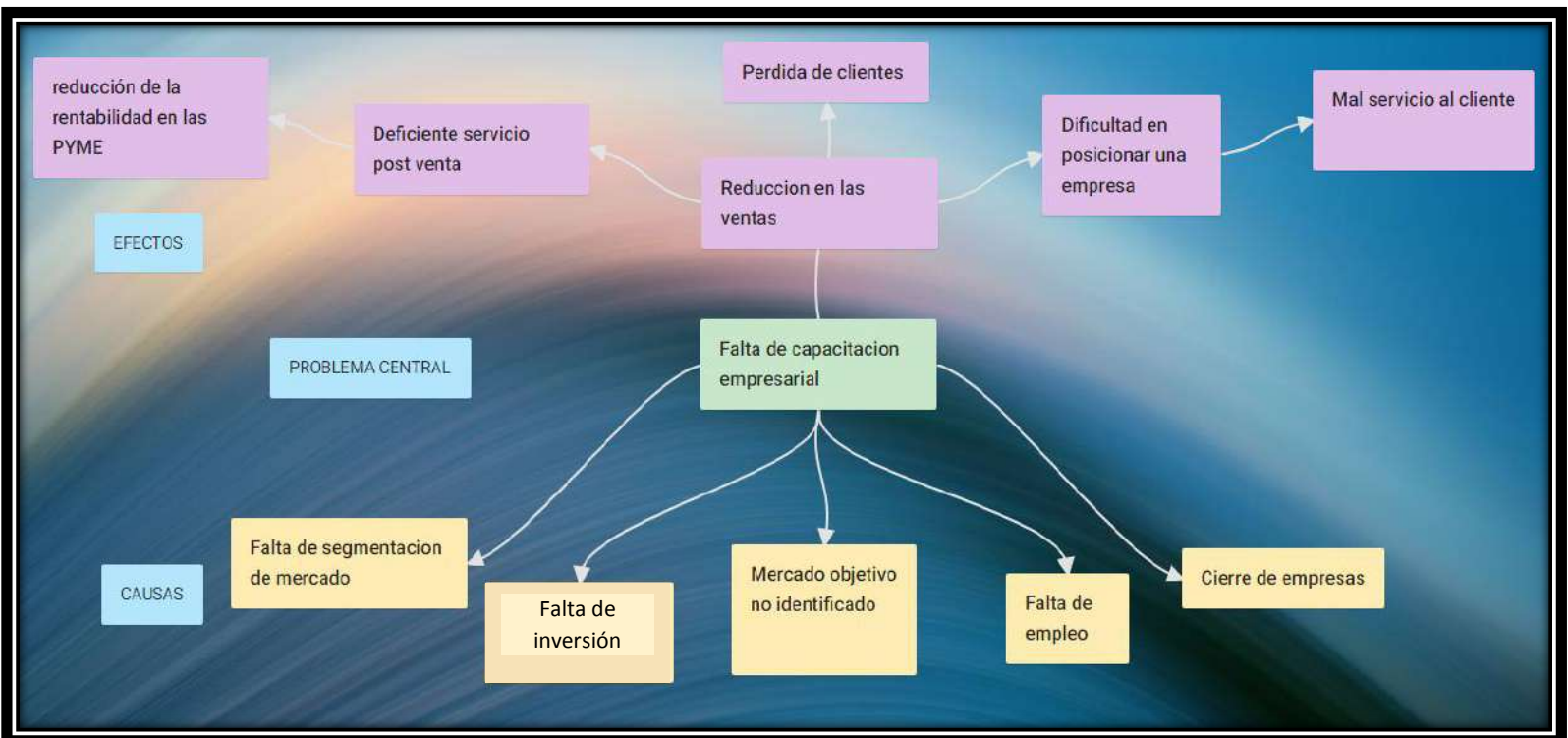
CAUSAS

- Falta de segmentación de mercado
- Falta de inversión
- Mercado objetivo no identificado
- Falta de empleo
- Cierre de empresas.

EFECTOS

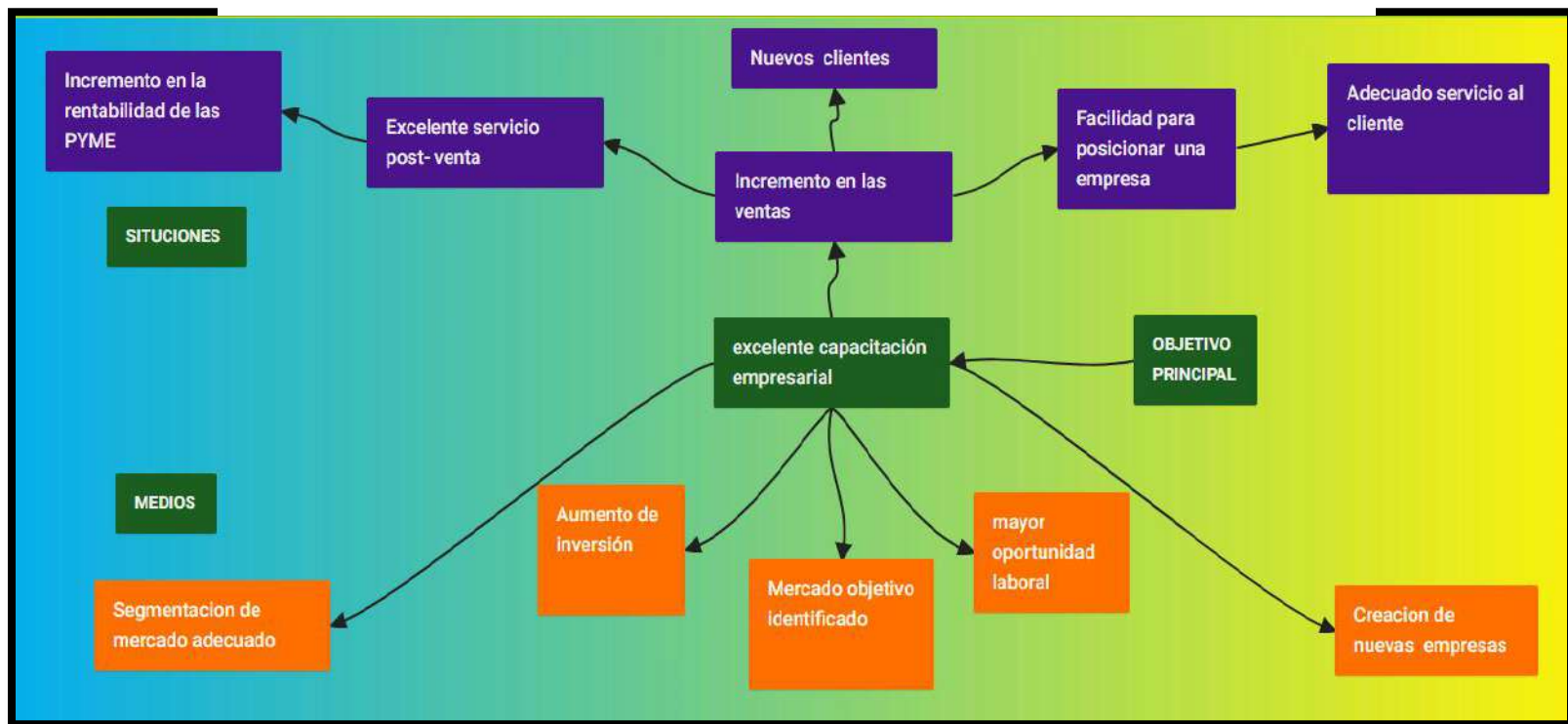
- mal servicio al cliente
- dificultad en posicionar empresas
- dificultad en posicionar empresas
- reducción de ventas
- reducción de la rentabilidad (PYME)
- Perdida de clientes

ARBOL DE PROBLEMAS



Pregunta problema: ¿Cómo lograr la capacitación de las pyme y emprendedores de la ciudad de Ibagué?

ÁRBOL DE OBJETIVOS



TÉCNICA DE IDEACIÓN SEIS SOMBREROS PARA PENSAR

Sombrero Blanco: Cuando nos ponemos el sombrero blanco para analizar nuestro problema lo hacemos de una manera neutral, considerando puramente qué información está disponible.

- Pérdida de ventas
- Mal servicio al cliente
- Cierre de empresas
- Mercado objetivo no identificado
- Desempleo

Sombrero Rojo: cuando nos ponemos el sombrero rojo nuestra perspectiva más personal del problema pero sin una justificación

- No todos los clientes están interesados en cambiar su forma de emprender o mejorar su negocio
- Nuestra idea de negocio no es reconocida en la ciudad
- Las empresas no tienen presupuesto para invertir en capacitación empresarial

Sombrero negro: con este sombrero tenemos que ser críticos con el problema que estamos analizando.

- Los entes gubernamentales no dan suficientes ayudas a las PYME y a los emprendedores de la ciudad, por lo que no pueden tener acceso a capacitación.
- Las PYME que tienen capacidad financiera prefieren invertir en cosas que no tienen un impacto positivo en la empresa.

Sombrero amarillo: cuando nos ponemos este sombrero debemos tener un pensamiento positivo.

- Tenemos un equipo de trabajo altamente capacitado.
- Nos podemos dar a conocer por medio de redes sociales.
- Podemos ayudar a mejorar las empresas de la ciudad y a los emprendedores que quieren tener un próspero negocio.

Sombrero verde: en la fase del sombrero verde tenemos un pensamiento creativo.

- Implementaremos estrategias de mercadeo para posicionarnos en el mercado y lograr que las empresas nos reconozcan a nivel local y nacional
- Llegaremos a las principales comunas de la ciudad de Ibagué con nuestra idea de negocio con la intención de llegar a mayor cantidad de empresas y lograr posicionarnos en el mercado.

Sombrero azul: es el que controla el resto de sombreros controla los tiempos y el orden de los mismos. Resumen y reflexión del ejercicio

- Nuestra idea de negocio tiene la capacidad de mejorar el desempeño empresarial de Ibagué.
- Somos una solución a la problemática del desempleo de la ciudad de Ibagué ya que con nuestra ayuda ya no habrá más cierres de empresas por el contrario lograremos ayudarlos a posicionarse en el mercado.

Con la siguiente gráfica realizaremos una Autoevaluación de nuestra idea de negocio con el fin de conocer si nuestra idea de negocio nos interesa realmente y si debemos seguir trabajando en ella.

INTERES / DISPOSICION AFIRMACIONES	ESCALA DE VALORACION				
	(F)				(V)
La idea de negocio que tengo se ajusta a lo que yo siempre he querido hacer.	1	2	3	4	5
No me incomodaría decir a otros que me dedico a esta actividad.	1	2	3	4	5
Estoy dispuesto a dedicar el tiempo que sea necesario para desarrollar el negocio.	1	2	3	4	5
Considero que en seis (6) meses puedo tener el negocio funcionando	1	2	3	4	5
Nº TOTAL DE AFIRMACIONES VALORADAS EN :					

	A		B		C
TOTAL AFIRMACIONES		X	1	=	

VALORADAS EN 1:				
TOTAL AFIRMACIONES VALORADAS EN 2:		X	2	=
TOTAL AFIRMACIONES VALORADAS EN 3:	1	X	3	=
TOTAL AFIRMACIONES VALORADAS EN 4:	1	X	4	=
TOTAL AFIRMACIONES VALORADAS EN 5:	2	X	5	=

PUNTAJE TOTAL	17
---------------	----

Interpretación del Puntaje Total

De 20 a 15 pts = Tiene una idea de negocio que interesa realmente. Continúe analizándola

De 15 a 10 pts = Aparentemente esta idea de negocio no resulta apropiada para UD. Sin embargo evalúe sus atributos para una mejor decisión al respecto.

Menos de 10 pts = para usted, en estos momentos, no vale la pena esta idea, No hay disposición para desarrollarla.

RESULTADO:

Según el puntaje obtenido nuestra idea de negocio nos interesa y vamos a continuar analizándola y desarrollando las actividades necesarias para poder cumplir con nuestro objetivo de lanzar al mercado esta idea de negocio.

ESTRUCTURA LA IDEA

¿Cuál es el producto o servicio?	Servicio de capacitación y asesoría en marketing
¿Quién es el cliente potencial?	Los clientes potenciales de Marketing Advanced son las PYMES (medianas y pequeñas empresas) comercializadoras e industriales de la ciudad de Ibagué.
¿Cómo funcionaría el producto o servicio?	Brindando asesoría y capacitación en marketing y publicidad a las PYMES de la ciudad de Ibagué
¿Por qué lo preferirían?	Porque brindaremos una capacitación con personal altamente calificado y así satisfacer las necesidades empresariales de la ciudad de Ibagué.



Esta solución de nuestra idea de negocio estructurada nos da un punto de partida para la misión de nuestra empresa, ya que expresa todo lo que queremos ser como empresa y como queremos ayudar a nuestros clientes a lograr sus objetivos.

Estrategias de innovación presentadas a la idea de negocio inicial.

<p>IDEA DE NEGOCIO INICIAL SERVICIO DE MARKETING</p>	<p>ESTRATEGIA DE INNOVACIÓN</p>	<p>RESULTADO</p>
<p>Marketing para Pymes y emprendedores</p>	<p>Innovación en canales y producto</p>	<p>Crear una app con la que las Pymes puedan adquirir nuestro servicio haciendo más accesible nuestra idea de negocio ya que podemos llegar a nuestros clientes solo con un dispositivo móvil y acceso a internet, en esta app pueden observar todo el portafolio de servicios que ofrecemos, esta llevará el registro de cada uno de sus clientes y así obtendrán un mayor conocimiento sobre la empresa y sus clientes. Esto será muy favorable para la compañía ya que al tener una base de datos habrá una mayor organización en el momento de que el cliente solicite una cita o</p>

		quiera interactuar aún más con la empresa.
	Innovación en modelo de negocio	Crear una suscripción o membresía mensual esta se llevará a cabo mediante una tarjeta personalizada que el cliente podrá obtener para su mayor provecho. El beneficio de esta tarjeta es del 30 % de descuento en todos nuestros servicios, en donde tendrá un mayor acompañamiento por parte de nuestros asesores comerciales.
	Innovación en servicio	Nuestra idea de negocio tiene contemplado asesorar a los emprendedores pero y si aparte de asesorar les ayudamos a crear, hay personas que quieren emprender una idea de negocio pero no tienen idea del proceso de registro y conformación de una empresa, por lo tanto queremos hacer el acompañamiento desde la propia creación de su idea de negocio.

Empresas de marketing de la ciudad de Ibagué



Wakamaya: Es una empresa de marketing enfocada en crear identidades diferenciales para las marcas, generar alto tráfico, desarrollar altos niveles de fidelización, en esta empresa observamos que su fuerte es el marketing digital los servicios que prestan son los siguientes:

- Estrategia Digital
- Consultoría Creativa
- Arquitectura de Información
- Diseño Web
- Aplicaciones Web
- iPhone & Android Apps
- Promoción de sitio web
- Publicidad en línea



Casa del media: son una agencia publicitaria y agencia de marketing de la ciudad de Ibagué son Estrategas y Productores de Medios, contenidos y publicidad. Sus Campañas y Proyectos son diseñados para nutrir audiencias por medio de la web y redes sociales. Entre los servicios que ofrecen encontramos los siguientes:

- Desarrollo web
- Blog marketing
- Email marketing
- Social media marketing
- Video marketing

360DIGITAL

Agencia Digital

360 digitales: Es una agencia digital joven, formada por consultores con gran experiencia en las áreas de publicidad y mercadeo. Cuentan con más de 7 años experiencia en Marketing Digital. Los servicios que ofrecen son los siguientes:

- Posicionamiento Web
- Publicidad Display y Video
- Publicidad In-APP
- Publicidad en Redes

Precios promedio de servicios de marketing digital en nuestro país, dependiendo del servicio y el tiempo del mismo.

- **Diseño Web Corporativo:** 1.000.000 - 1.200.000 pesos colombianos.
- **Diseño de Tiendas Online:** 1.300.000 - 1.900.000 pesos colombianos.
- **Desarrollo de Portales Web:** 3.000.000 - 10.000.000 de pesos colombianos.
- **Diseño Web Económicos:** 350.000 - 700.000 pesos colombianos.
- **Paquetes de Marketing Digital:** 150.000 - 800.000 pesos colombianos.
- **Paquetes de SEO:** 200.000 - 700.000 pesos colombianos.

- **Social Media planes mensuales:** 200.000 - 450.000 pesos colombianos.
- **Promedio de sus servicios:** 857.142 - 2.250.000 pesos colombianos.

Precios promedio (en pesos colombianos) de algunas de las herramientas de mercadeo digital necesarias en Colombia.

- **Hosting:** con un costo desde 57.000 - 2.999.000 pesos colombianos al mes.
- **Sistema para ecommerce:** con un costo aproximado de 3.000.000 - 9.000.000 de pesos colombianos al mes.
- **Sistema de Solicitud de Reseñas Online:** de 96.000 - 315.212 pesos colombianos mensuales.
- **Acortador de URL:** 0 pesos colombianos mensuales.
- **Encuestas Online:** de 54.945 - 720.073 pesos colombianos mensuales.
- **Chatbot:** esta herramienta tiene un costo entre 24.000 - 172.370 pesos colombianos al mes.
- **Email Marketing:** unos 105.515 - 4.000.000 pesos colombianos al mes.
- **CRM:** de 47.818 - 232.500 pesos colombianos al mes

Competencia

Al momento de realizar la búsqueda de empresas que se dediquen o que tengan similitud a nuestra idea de negocio, encontramos que en la ciudad de Ibagué solo existen compañías que prestan sus servicios en marketing en su mayoría (marketing digital) y brindan sus servicios a empresas en general, por el contrario nosotros nos enfocamos en un segmento de mercado como lo son las PYMES, un sector empresarial que no cuenta con mucha ayuda por parte del gobierno departamental y nacional.

Idea innovadora

La idea más innovadora que presentamos fue la creación de la App, ya que con ella se puede llegar a un número mayor de clientes, observando las tendencias del mercado actual nos damos cuenta que la creación de esta aplicación nos serviría a complementar las estrategias y tener una vía de comunicación más directa con los clientes, con esta aplicación fidelizaríamos más a nuestros clientes y nos ayudaría a generar mayores ingresos.

A continuación veremos los beneficios de crear nuestra propia App-

- **Una solución sin límites temporales**

Una empresa puede cerrar sus oficinas, pero no por eso deja de “atender” a sus clientes. Mediante una aplicación, los clientes pueden seguir adquiriendo un producto o contratando un servicio aunque la empresa esta offline.

- **Ahorro en costes de publicidad**

Ahora el uso de las redes sumado a las apps, es la forma más económica, rápida y efectiva a largo plazo para difundir nuestros servicios.

- **Fideliza a los clientes**

Con una app, le estamos dando más valor a nuestra imagen de marca, y le estamos dando al cliente un sistema de acceso o búsqueda de nuestros servicios más sencillo y rápido.

FUERZAS DE LA INDUSTRIA

Nombre de la empresa: Marketing Advanced

Actividad económica: servicios (marketing empresarial)

Ubicación: Ibagué Tolima

ANALISIS DE LA DEMANDA

FUENTES INTERNAS

Precio

Este costo puede variar dependiendo el número de horas que se necesiten o cantidad de personal que se solicite para desarrollar esta actividad o demás servicios del portafolio. Definirán cual es el precio adecuado al ponerlo a la venta.

Servicios

Escoger cuales servicios se sacaran al mercado, tomando en cuenta si el servicio tuvo éxito una respuesta positiva en los clientes

Recursos humanos

La cantidad de trabajadores con los que se cuentan, y en las diferentes áreas en las que se encuentran.

FUENTES EXTERNAS

Economía

El crecimiento económico (o falta de él) es uno de los factores que más influye a las empresas en este caso de Ibagué ya que es determinante para sus resultados y sus ventas.

Competencia

Son aquellas **empresas** que operan en el mismo mercado. Es decir, que venden el mismo producto o servicio y se dirigen a los mismos clientes.

Política

Estar alerta de las normas y leyes que rigen a cada país, todas están tienen el poder de influir en todas las empresas (Leyes de protección del consumidor, medioambiente, Regulación del comercio exterior, etc.)

Tecnología

La tecnología ha llegado para resolver los problemas y eliminar las barreras de las organizaciones a través de sistemas innovadores y que son adaptables a las necesidades de cada una. Lo que antes tomaba semanas e incluso meses, hoy en día es posible terminar en unos pocos minutos y sin mayor esfuerzo ni complicación.

Tamaño Del Mercado

Ibagué sigue manteniendo una diferencia marcada en comparación al resto del Departamento sobre el tejido empresarial, esto se refleja en las 26.215 empresas registradas en Ibagué

Del total de empresas en el Tolima, un 86 por ciento son personas naturales, mientras el 13% restante corresponde a personas jurídicas, una relación constante en los últimos años.

Un dato llamativo es que de todo el tejido empresarial, 97,09% son microempresas, 2,38% pequeñas, 0,44 medianas y 0,09% grandes empresas.

Por lo que en cuanto al tamaño del mercado tenemos una gran cantidad de empresas a las que podemos llegar con nuestro servicio con un 97% de las empresas de la ciudad de Ibagué donde podemos observar las actividades con mayor número de empresas.

- Tiendas y supermercados de barrio: 4.790
- Restaurantes: 2.045
- Misceláneas: 1.869
- Bares: 1.684
- Ventas de ropa y accesorios: 1.631
- Farmacias: 1.223

PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES

analizando el poder de negociación de los clientes Pueden presentarse muchos casos donde el cliente manifiesta una ventaja superior frente a la empresa como lo son: existen productos sustitutos para el cliente, información y conocimiento del mercado, que nuestro cliente pueda prestar nuestro servicio, tal caso no ocurre con Marketing Advanced dado el caso que nuestra idea de negocio no tiene un sustituto o una empresa que brinde un servicio similar al nuestro, y como conclusión podemos decir que si el poder de negociación del nuestro cliente es bajo la industria es más atractiva para nosotros y aumenta el potencial de ganancias para nuestra empresa, creo que nuestra idea de negocio se adapta a las necesidades de los clientes y creo que habría un espacio para poder incursionar en mercado con unos resultados muy positivos.

ANALISIS DE LA OFERTA

Analizando el sector servicios y marketing en general encontramos que no hay ninguna empresa o compañía en la ciudad de Ibagué, que comercialice un servicio similar al nuestro ya que Marketing Advanced es una idea de negocio innovadora en la ciudad y no tenemos como hacer una comparación real, en el sector servicio y Marketing si encontramos

empresas que se identificaron con anterioridad cuando analizamos la competencia, pero tienen una finalidad total mente diferente a la nuestra, esta sería una competencia indirecta, **Wakamaya , Casa del media, 360 digital**, Son las empresas que se dedican a prestar un servicio de marketing y su especialidad es el marketing digital y nuestro enfoque se basa en capacitación a las PYMES de la ciudad, utilizando tecnología como una de las herramientas más importantes para nuestro objetivo, por lo que estaremos al tanto de las nuevas tecnologías que están en el mercado, ya que nuestro personal está altamente capacitado para esta tarea.

Hasta el momento no tenemos conocimiento de que alguna otra empresa tenga en su portafolio de servicios alguno similar al nuestro, eso nos hace una empresa diferente e innovadora en nuestra ciudad.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Canal directo

Dada la intangibilidad de los servicios, el proceso de producción y la actividad de venta requieren un contacto personal entre el productor y el consumidor, por lo tanto, se emplea un canal directo. Por medio de este canal se quiere brindar un servicio de calidad y personalizado, para mayor efectividad en el momento de implementar las estrategias de mercado.

Canal indirecto

Es el medio por el cual se comunica el productor con el consumidor final, donde el encargado de la logística es el agente intermediario. Se realizará una alianza con los entes gubernamentales tales como cámara de comercio de Ibagué, alcaldía municipal y

gobernación del Tolima, los cuales se encargarán de manejar toda la logística, para llegar al público objetivo y así poder brindar el servicio solicitado.

ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN

Distribución directa: Marketing Advanced, aplicara el método de distribución directa. La compañía se encargará de prestar un servicio personalizado a sus clientes o consumidor final.

La empresa podrá tener una visión más cercana del cliente, así mismo podrá adaptarse a las necesidades que este requiera en un momento determinado.

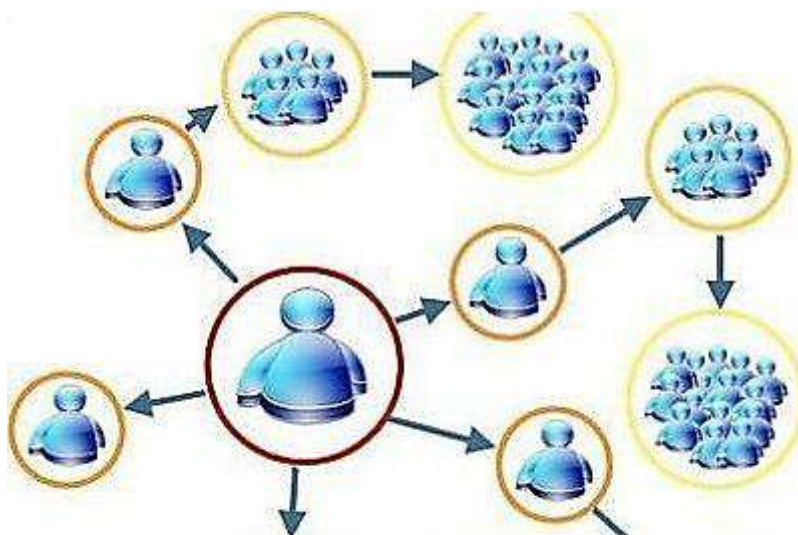


Distribución indirecta: Marketing Advanced toma la decisión de realizar una alianza con los entes gubernamentales cámara de comercio de Ibagué, gobernación del Tolima y la

alcaldía municipal, de esta manera se podrá cosechar una gran imagen de la empresa, para generar un mayor impacto y construir una relación con nuestros clientes potenciales.



Estrategia de distribución selectiva: Marketing Advanced tiene claro cuál es su segmento meta, los cuales son las PYMES de la ciudad de Ibagué. El objetivo de la compañía es un ofrecer un servicio de calidad a estos empresarios para que estos se adapten a las nuevas tendencias en mercadeo, con el fin de que sus empresas se fortalezcan y no terminen por desaparecer.




Bondades que proporciona de nuestro servicio

- Consolidación empresarial
- Busca la ganancia inmediata de la empresa.
- Permite crear branding (creación de marca).
- Oportunidades en el mercado.
- Mayor rentabilidad y ventas.
- Disposición para comprar.
- Menores gastos.
- Aceptación y confianza.
- Mejor imagen.
- Alto nivel de calidad, servicio y rapidez.
- Relaciones satisfactorias a largo plazo con los clientes.
- Aprovechar las tecnologías para apalancar el negocio y ser más competitivo.
- Llegar a más clientes potenciales de forma directa y segmentada.
- Oportunidades en el mercado.
- Obtención de los resultados.

Buyer Persona

Esto nos ayuda a la toma de decisiones de marketing y representan a nuestro cliente real. A continuación haremos el ejercicio desde el punto de vista de nuestro cliente.

	<p>No soy competitivo en el mercado, no tengo conocimiento para lograr que mi empresa sobresalga de las demás, quiero cambiar mi mentalidad empresarial.</p>	<p>Deseo tener mi micro-empresa posicionada en el mercado, destacarme de las demás empresas por un conocimiento amplio de mi sector y mi empresa, tener mayores ventas.</p>
<p>quiero llegar a satisfacer las necesidades de mis clientes no solo con los que cuento cerca, sino llegar a un público más amplio, en todos los lugares de la ciudad</p>	<p>Estoy buscando de capacitarme para lograr satisfacer a mis clientes, esto es importante para mí porque con ello lograre hacer crecer mi negocio y mis ventas.</p>	<p>Mis metas las lograre, con un asesoramiento adecuado y de calidad, que me permita crecer como empresa y lograr mis objetivos.</p>
<p>FRASES QUE DESCRIBEN SUS EXPERIENCIAS</p>	<p>La mejor forma de cumplir los objetivos es con un buen conocimiento que nos ayude conseguir el éxito.</p>	
<p>OTROS FACTORES A TENER EN CUENTA</p>	<p>El miedo al cambio es normal pero tenemos que tener en cuenta que en el mundo empresarial tenemos que innovar y cambiar para conseguir el éxito continuo en nuestros emprendimientos.</p>	

Como resultado del Buyer persona de nuestro cliente nos podemos dar cuenta de los miedos, expectativas y objetivos que tiene nuestro cliente, esto nos ayudara a la toma de decisiones y a lograr satisfacer a nuestro cliente de una manera más acertada.

Ya que nuestra idea de negocio es B2B los clientes potenciales de nuestra idea de negocio se encuentran ubicados en las comunas y centro de la ciudad de Ibagué ya que en estos sectores es donde encontramos un mayor número de PYMES a las que podemos llegar con nuestro servicio.

Valores de nuestro cliente ideal

- Actitud positiva
- Confiabilidad
- Empatía
- Lealtad
- Responsabilidad
- Pasión

Nuestro en una semana normal se relaciona con personal del común, clientes de todo tipo pero no enfocado a un segmento de mercado específico para su negocio, lo que hace que no tengan una buena rentabilidad y su negocio no logre tener el éxito deseado.

Las principales necesidades de nuestro cliente son las siguientes, tener un equipo de trabajo capacitado, identificar el segmento de mercado acorde al tipo de producto que está comercializando, Elevar la frecuencia de visitas de sus clientes, Aumentar sus ventas y Disminuir costos.

Teniendo en cuenta las bondades de nuestro servicio, observamos que se ajustan a la perfección a las necesidades que tiene nuestro cliente ya que para él es indispensable un buen conocimiento y una buena capacitación para lograr sus objetivos, las bondades que presentamos ayudaran a nuestros cliente ideal a segmentar su mercado y así lograr aumentar sus ingresos y a la vez consolidarse y posicionarse en un mercado adecuado para

el producto que comercializan, Marketing Advanced quiere lograr el éxito como empresa pero también que sus clientes también lo logren, por eso tenemos toda la disposición y ganas de poner todo nuestro conocimiento al servicio de nuestros clientes.

Actores del mercado que ofrecen servicio similar en marketing

- WOLF STUDIOS.

Somos expertos en Diseño web y 3D, desarrollamos páginas web a nivel nacional con servidores cloud de alta respuesta.

- ATTICUS MARKETING

Atticus es una agencia de Marketing y Comunicaciones cuya misión es Hacer Fácil el Marketing. Atticus es un acompañante en la generación de estrategias certeras y Eficaces

- WAKAMAYA

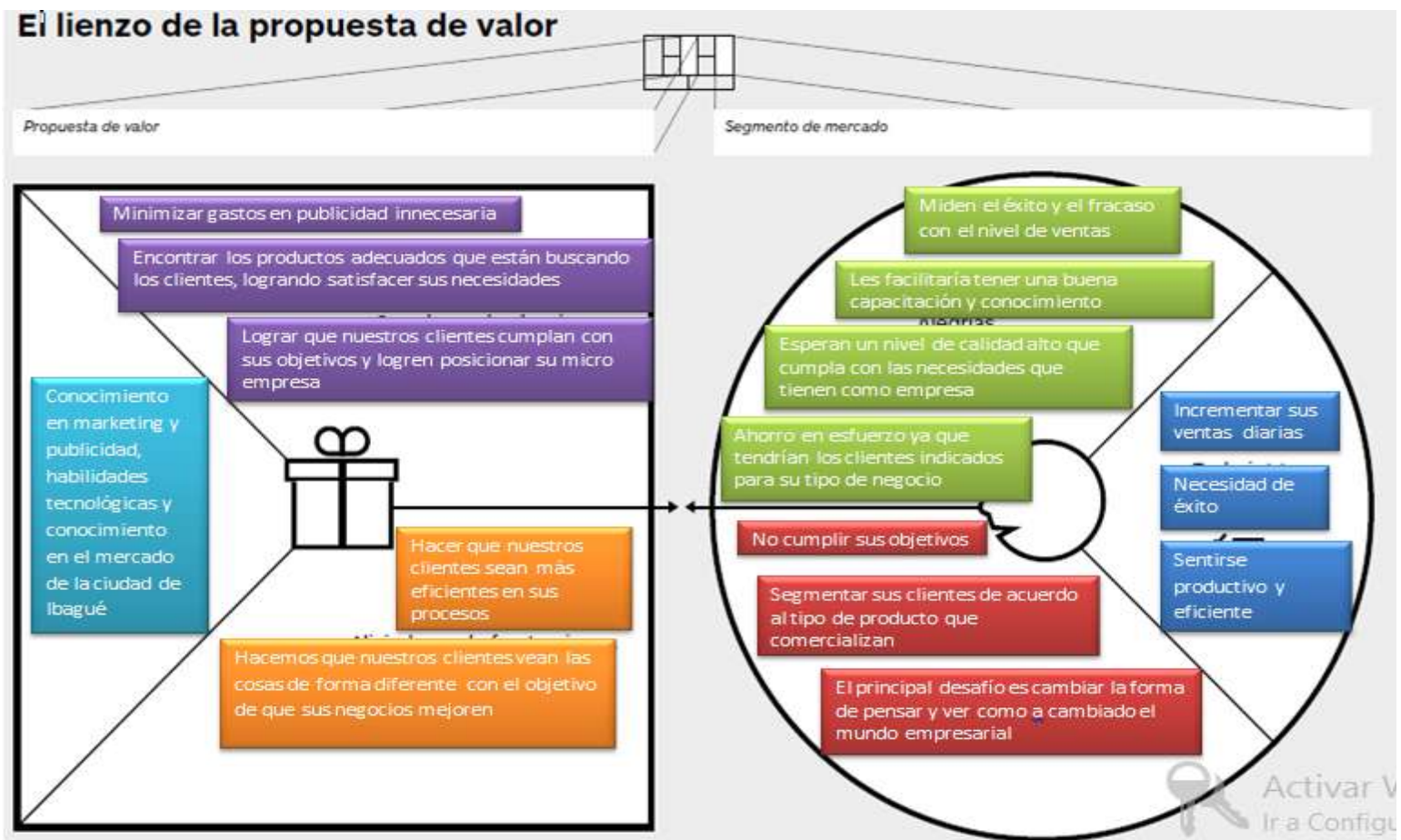
Es una empresa de marketing enfocada en crear identidades diferenciales para las marcas, generar alto tráfico, desarrollar altos niveles de fidelización

Según los datos de la cámara de comercio de Ibagué hay un estimado de pymes en la ciudad de Ibagué de más de 12.000 mil micro empresas en la ciudad de Ibagué, nuestra ciudad se caracteriza por tener un gran porcentaje de micro empresas, este es un dato que nos permite analizar que hay una gran cantidad de clientes potenciales a los que podemos llegar con nuestro servicio.

De este número de empresas de la ciudad de Ibagué sería genial decir que todas necesitan nuestro servicio, es un proceso que lleva tiempo pero creo que si estamos

por un buen camino y esperamos los mejores resultados con este proyecto con el que pretendemos lograr un éxito en nuestro camino empresarial,

Con nuestro servicio si lograríamos satisfacer las expectativas y necesidades identificadas anteriormente, de nuestros clientes por eso cada empresa que desee Adquirir nuestro servicio tendrá la garantía de que va a recibir la mejor calidad y servicio por parte nuestra.



Con este lienzo notamos todos los objetivos y necesidades de nuestros clientes y podemos darnos cuenta de las bondades y virtudes que posee nuestra empresa y nuestro servicio en general, sabemos que nuestra idea de negocio puede ayudar a esos micro empresarios que

quieren salir adelante y esto nos da una motivación extra para seguir mejorando en nuestro proyecto de la creación de Marketing Advanced.

Estamos a un paso de ayudarte a cumplir tus objetivos empresariales solo debes elegirnos.

DISEÑA TU PROPIO PRODUCTO

DEFINICION ESTRATEGICA

Leyes y decretos para el desarrollo de nuestro proyecto empresarial.

LSSI-CE

Esta ley se aplica a los servicios existentes en Internet cuyo objetivo esté relacionado con alguna actividad económica o lucrativa:

- Comercio electrónico
- Contratación en línea
- Información y publicidad
- Servicios de intermediación

Esta permite a las personas o empresas enviar comunicaciones comerciales vía Internet, siempre y cuando estas puedan identificarse como los anunciantes.

LEY ORGÁNICA DE PROTECCIÓN DE DATOS

La Ley de Protección de Datos Personales o también nombrada Política de privacidad, esta, de acuerdo al Ministerio de Industria y Comercio: “reconoce y protege el derecho que tienen todas las personas a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bases de datos o archivos que sean susceptibles de tratamiento por entidades de naturaleza pública o privada.

LEY GENERAL DE PUBLICIDAD (LGP)

Que afecta a todas las comunicaciones realizadas en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional con el fin de conseguir la contratación de bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones. Por lo tanto entra de lleno en todo lo que tiene que ver con la actividad del marketing digital.

LEY DE COMPETENCIA DESLEAL (LCD)

Donde por ejemplo, marca que en cada comunicación comercial que se envíe a terceros debe quedar constancia para el consumidor de cómo puede dejar de recibir dichas comunicaciones, sin importar el medio por el que se ha recibido dicha comunicación.

LEY ORGÁNICA DE PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL (LOPD).

Es una de las más importantes y donde han surgido más problemas, en muchos casos por desconocimiento, por el tratamiento de los datos personales de los consumidores. Se

consideran datos personales los que están asociados a una persona o permitan hacerlo, y aquí van desde el DNI, a datos médicos, académicos, correo electrónico o teléfono.

LEY DE SERVICIOS DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y COMERCIO ELECTRÓNICO, (LSSICE)

Es otra de las leyes básicas que necesitamos conocer para saber cómo tenemos que realizar las comunicaciones comerciales con terceros. Por ejemplo, las comunicaciones comerciales deberán ser claramente identificables como tales.

Diseño de concepto.

- Local comercial
- Inmuebles
- Vehículos
- material de oficina
- equipos informáticos
- materias primas

Diseño en detalle.



En el grafico anterior observamos nuestro proceso de producción en este caso de nuestro servicio que consta de 4 fases con un total de 9 semanas que es el tiempo en el que terminamos a cabalidad con nuestro servicio.

CADENA DE DISTRUBUCION DEL SERVICIO



Nuestra cadena de distribución empieza con nuestro servicio en marketing, luego el servicio pasa a nuestros clientes que en este caso son las PYMES, y por último el servicio que prestamos se ve reflejado a sus clientes y consumidos con lo quedamos por terminada la cadena de distribución de nuestro servicio.

El costo del servicio de Marketing Advanced es:

Diagnóstico inicial de la compañía \$ **100.000** MC por hora.

Este costo puede variar dependiendo el número de horas que se necesiten o cantidad de personal que se solicite para desarrollar esta actividad o demás servicios del portafolio.

VALIDACION Y VERIFICACION

1. Cobertura
2. Eficacia
3. Valoración de ventas

4. Satisfacción del cliente
5. Competitividad
6. Capacidad de respuesta
7. Cortesía
8. Fiabilidad
9. Calidad de la comunicación
10. Accesibilidad

Brochure Marketing Advanced

Nuestra Propuesta de valor

- Innovación
- calidad
- servicio

QUIENES SOMOS

somos una empresa de marketing empresarial que tiene como objetivo ayudar a las PYMES de la ciudad de ibague a lograr posicionarse en el mercado

APOYO

¿Brindamos apoyo a las micro empresas que sueñan que su negocio sea prospero y rentable

Queremos ayudarte. Mándanos un correo a marketingadvanced27@gmail.com
¡Estaremos encantados de ayudarte!

CONTACTO

¡Visita nuestra casa en <https://malcolms16.wixsite.com/webmarketingadvanced>

MARKETING ADVANCED

DONDE / CUÁNDO

CORPORACION UNIFICADA DE EDUCACION SUPERIOR CUN
ibague -Tolima

Ponentes principales

MIKHAIL MAURICIO SANCHEZ

DANIEL FELIPE DE VEA

JAIRO HUMBERTO RODRIGUEZ

Precios

El costo del servicio de Marketing Advanced es:
 Diagnóstico inicial de la compañía
\$ 100.000 MC por hora.
 Este costo puede variar dependiendo el número de horas que se necesiten o cantidad de personal que se solicite para desarrollar esta actividad o demás servicios del portafolio

Portafolio de servicios

- DIAGNOSTICO DE EMPRESAS
- ASESORIA DE MARKETING
- CAPACITACION EN SERVICIO AL CLIENTE
- CAPACITACION EN LIDERAZGO
- CAPACITACION EN PRESENTACION PERSONAL
- CREACION DE MARCA
- PUBLICIDAD

MA
 MARKETING ADVANCED
Pienza Diferente Y Empieza A Crecer

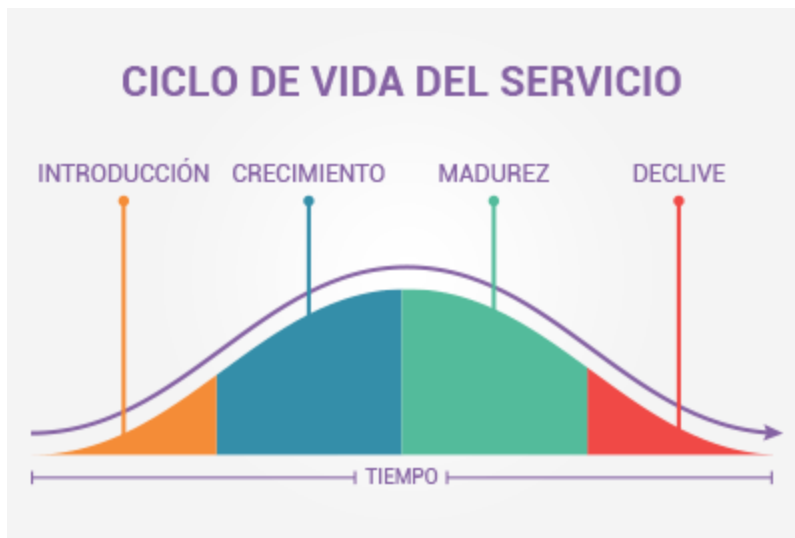
Digital Marketing
Marketing

Mostramos nuestro portafolio de servicio de una manera más creativa con el fin de que nuestros clientes conozcan un poco más de nuestra empresa Marketing Advanced.

COSTO DE PRODUCCION DEL SERVICIO	
MANO DE OBRA	\$35.000
GASTOS OPERACIONALES	\$20.000
HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS (SOFTWARE)	\$45.000
TOTAL	\$ 100.000

Descripción breve del servicio que prestamos en nuestra empresa por medio de ficha técnica.

FICHA TECNICA	
Este modelo de ficha técnica que se rige bajo una descripción comprendida en la (ley 527 de 1999)se toma y se reacondiciona al modelo de servicio planteado en la propuesta empresarial (marketing empresarial, marketing digital, publicidad)	
CARACTERISTICAS	DESCRIPCION
Denominación del servicio	Marketing empresarial, Marketing digital, Publicidad
Denominación técnica del servicio	Servicios
LEY 527 DE 1999 (agosto 18)	Por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones. - Comercio Electrónico
Unidad de Medida	Hora(s) de prestación del servicio
Descripción General	Marketing Advanced es una empresa prestadora de servicios en el área de mercadeo. Capacita, estructura y fortalece a las PYMES (pequeñas y medianas empresas) comercializadoras e industriales de la ciudad.



El servicio que ofrece Marketing Advanced está ubicado en el ciclo de vida, en la etapa de introducción. Este servicio aparece por primera vez en el mercado, generando impacto e innovación, ya que ofrece un portafolio de servicios completo e integral.

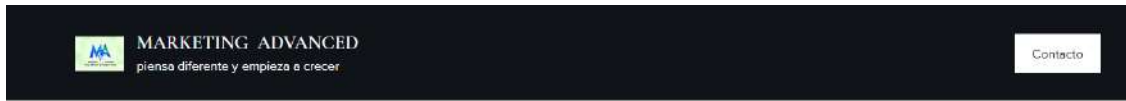
PROTOTIPO

Nuestro prototipo es la de crear una landing pages ya que es esencial para el marketing y, por supuesto, para la venta de productos y en nuestro caso de servicios. Se utilizan generalmente para ofrecer algún contenido de valor a cambio de las informaciones de contacto del visitante, con el objetivo de transformarlo más tarde en cliente, para nuestra idea de negocio es un prototipo que se adapta a la perfección

Una de las ventajas de esta herramienta es que es aplicable a cualquier tipo de negocio, independientemente del tamaño y del segmento.

Dirección de nuestra landing page:

<https://maicolms16.wixsite.com/webmarketingadvanced>

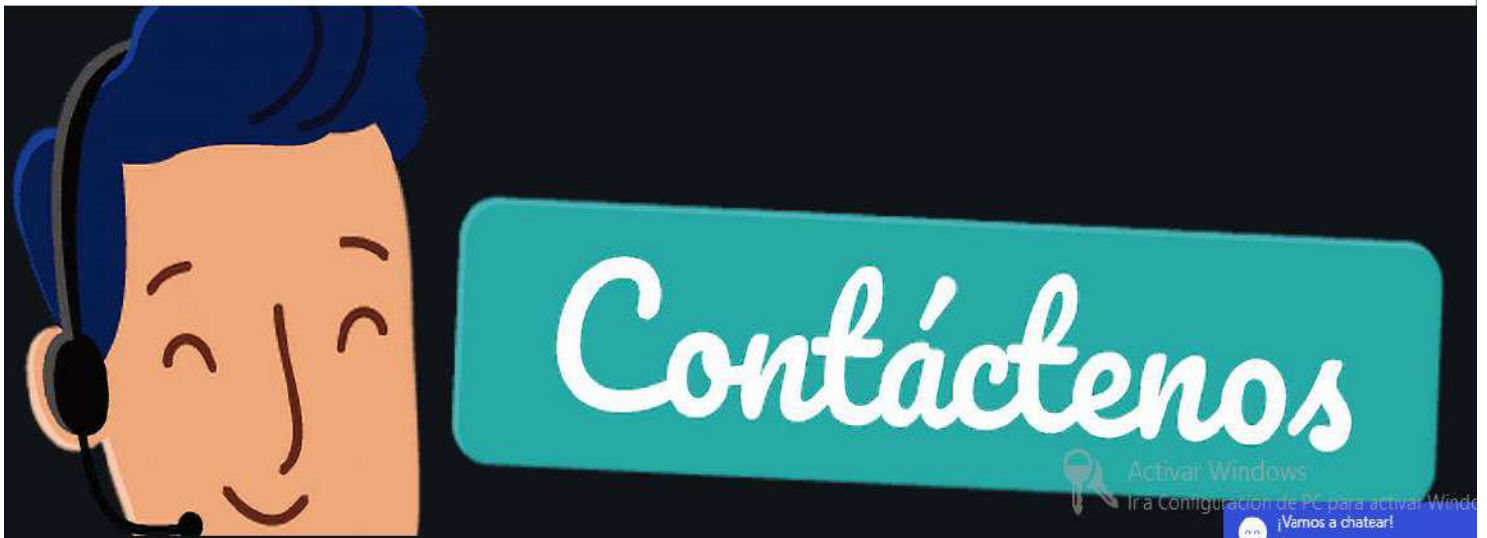




NUESTRA HISTORIA

Marketing Advanced surge como una idea de negocio por los estudiantes Micheel Meuricio Sánchez Marín, Daniel Felipe Davis Bonilla, Jeiro Humberto Rodríguez Delgado, estos vieron la necesidad de ayudar a las PYMES (Pequeñas y medianas empresas comercializadores e industriales de la ciudad de Ibagué) para fortalecer las áreas de mercadeo, publicidad y ventas, ya que estas empresas son las más afectadas por falta de asesoramiento en este departamento de marketing.

f



NUESTROS OBJETIVOS





¿Cómo empezó todo?

Creamos mejores marcas

En **MARKETING ADVANCED**, nos ocupamos de tus necesidades creativas y estratégicas, para que puedas centrarte en llevar tu negocio a su potencial máximo. Nos impulsan tanto la tecnología como el diseño y el contenido con el fin de garantizar que cumplamos nuestra misión clave de ayudar a nuestros clientes a alcanzar su futuro exitoso.

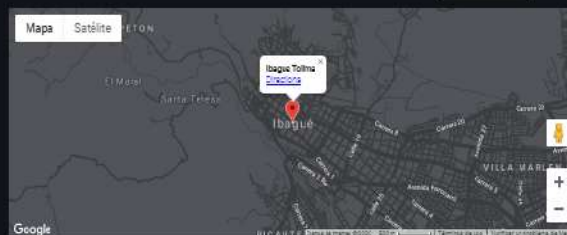
Hemos ayudado a las empresas a desarrollar y definir sus marcas. Los tiempos pueden haber cambiado, pero nuestra creatividad no. Ponte en contacto para que podamos comenzar a elevarte adonde te mereces estar.



©2020 por Marketing Advanced. Creado con Wix.com

Ponte en contacto con nosotros

Formulario de contacto con campos para Nombre, Email, Asunto y un área de texto para el mensaje. Incluye un botón 'Enviar'.



©2020 por Marketing Advanced. Creado con Wix.com

¡Vamos a chatear!
+ Te respondemos en pocos segundos

Nuestro prototipo tipo landing page está diseñado para que nuestros posibles clientes tengan un acercamiento con nuestra empresa de una manera sencilla donde pueden ver qué servicios ofrecemos quienes somos como empresa y como contactarnos, esto con el fin de que tengan una rápida perspectiva de nuestro trabajo y pueda tener una fácil interacción con nuestra empresa y con la página web.

Modelo Running Lean de la empresa marketing Advanced

Problema	Solución	Propuesta de Valor única	Ventaja Especial	Segmento de clientes
<p>El problema central que vemos es la poca capacitación de las personas que tienen Pymes en la ciudad de Ibagué.</p>	<p>Podemos medir las métricas por medio del prototipo que creamos, a través de la landingpage ya que podemos medir los prospectos que tenemos como clientes si están interesados en nuestro servicio, nuestra página web tenemos un apartado donde los clientes nos pueden contactar</p>	<p>Somos una idea de negocio que busca ayudar a las micro empresas que buscan posicionarse en el mercado, nuestra forma de ayudar a los microempresarios es por medio de profesionales altamente capacitados para lograr el éxito empresarial de las pymes, nuestros servicios están pensados para los diferentes tipos de negocio que existen en el mercado, ya que no solo ofrecemos capacitar, si no ofrecemos servicios de publicidad, posicionamiento de marca y marketing digital, servicios indispensables en cualquier tipo de negocio.</p>	<p>Acompañamos a las empresas que no cuentan con el recurso financiero para así crecer. Como una gran empresa, implementando marketing Online.</p> <p>Canales</p> <p>Somos una empresa de marketing donde podemos llegar a nuestros clientes por medio de plataformas digitales, y realizar conferencias web o conferencias en línea (webinar)</p>	<p>Se divide un Mercado en segmentos más pequeños de compradores que tienen diferentes necesidades, características y comportamientos que requieren estrategias o mezclas de marketing diferenciadas, por esto Nuestro segmento objetivo son las pymes (pequeñas y medianas comercializadoras de la ciudad de Ibagué)</p>
<p>Estructura de costos Salario de asesores : \$ 877.803 salario mínimo por asesor Gastos local comercial: 1.200.000 Gastos rodamiento asesores: 200.000 Incentivos x cumplimiento de metas: 350.000 por cumplimiento de metas por encima del 70%</p>		<p>Fuentes de ingresos La fuente de ingresos de nuestra empresa está basada en el tipo de servicio que se va a prestar a las pymes ya que nuestros precios son dinámicos dependiendo del tipo de negocio, tamaño, cantidad de empleados, y sector. Además implica la cantidad de empleados se van a involucrar en la labor asignada. Esto nos indica la forma de realizar el cobro del servicio a prestar.</p>		

VALIDACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

FICHA TÉCNICA

Falta de capacitación empresarial en las Pymes

Objetivo: realizar un estudio de mercado a través de una encuesta para identificar el grado de capacitación y conocimiento que tienen los micro empresarios de la ciudad de Ibagué, esto con el fin de identificar si nuestra idea de negocio es viable.

Para realizar nuestro estudio de mercado encuestaremos a micro empresarios que nos ayuden con sus respuestas ya que son de suma importancia para nuestra investigación, los datos obtenidos nos ayudaran a determinar si nuestros posibles clientes si estarían interesados en adquirir un servicio como el que pretendemos ofrecer.

La encuesta se realizara por medio de un formulario de google, es una forma fácil de utilizar para los encuestados y se puede hacer desde cualquier dispositivo móvil.

Tipo de investigación cuantitativa

Universo: Pymes (pequeñas y medianas empresas) comercializadoras e industriales de la ciudad de Ibagué

Muestra: 20 encuestas

Instrumento: encuesta

Tiempo: 1 semana

La siguiente encuesta consta de 10 preguntas y sus respuestas se harán de manera cerrada, esta encuesta está enfocada en identificar si las pymes creen que necesitan de un servicio como el nuestro para poder mejorar su negocio, por esa razón la hacemos de manera cerrada puesto que es mucho más rápido y tenemos la certeza de una alta respuesta de nuestros encuetados.

Preguntas de la encuesta

Preguntas iniciales

- Nivel de escolaridad
- Edad
- Sexo

Preguntas centrales de la encuesta.

- ¿Tiene algún tipo de capacitación empresarial?
- ¿Se siente amenazado por las nuevas competencias?
- ¿Se adaptaría al cambio de las nuevas tecnologías?
- ¿Estaría dispuesto a invertir para mejorar su empresa?
- ¿Emprendió su idea de negocio con o sin conocimiento empresarial?
- ¿cree que le hace falta conocimiento y capacitación para mejorar su negocio?
- ¿estaría dispuesto a cambiar la forma de manejar su negocio?
- ¿buscaría ayuda de alguna empresa para mejorar su negocio?
- ¿conoce alguna empresa que brinde un servicio de capacitación a las pymes de Ibagué?
- ¿Alguna vez ha adquirido un servicio de mercadeo?

20 respuestas

Se aceptan respuestas

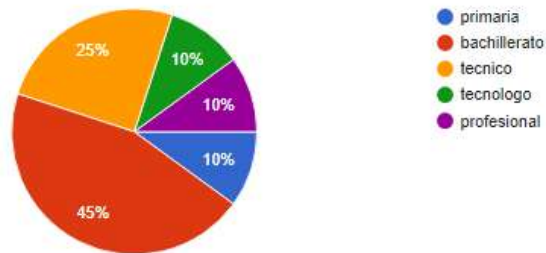
Resumen

Pregunta

Individual

Nivel de escolaridad

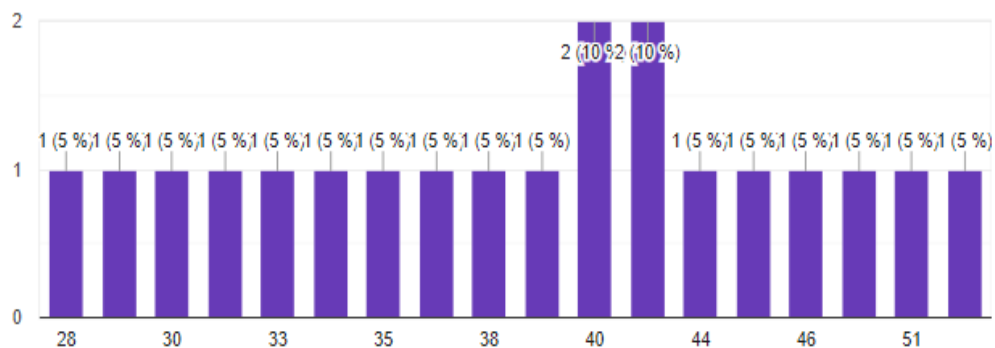
20 respuestas



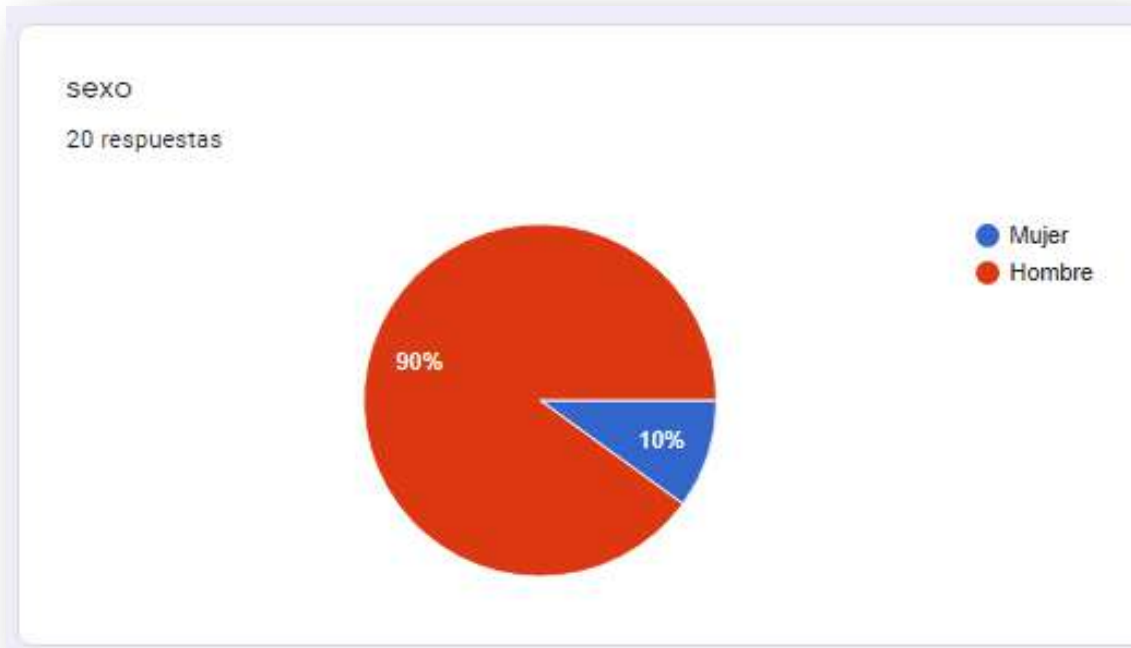
De los 20 encuestados los porcentajes más altos son con un 45% su nivel de escolaridad es bachillerato y el 25% su nivel de escolaridad es técnico, con esto evidenciamos que en su gran mayoría los micro empresarios de la ciudad de Ibagué tienen un nivel de escolaridad (Bachillerato) con lo que con nuestra empresa pueden aprender a consolidar su empresa.

Edad

20 respuestas



Los encuestado tienen una edad promedio de entre 28 y 52 años, y el mayor porcentaje tiene una edad de entre 40 a 43 años, los micro empresarios son personas maduras.

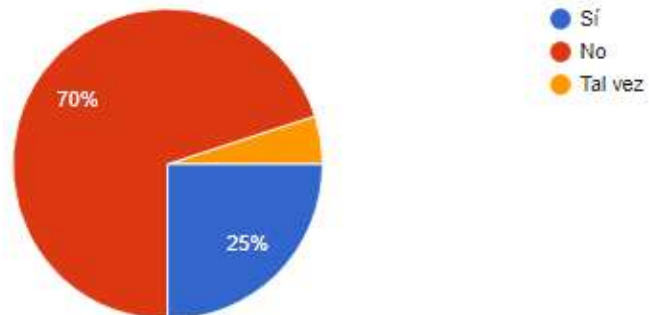


El mayor porcentaje de los encuestados con un 90% son hombres y solo el 10% son mujeres por lo concluimos que en la ciudad de Ibagué en mayor número son hombres los que tienen una micro empresa.

preguntas centrales

¿Tiene algún tipo de capacitación empresarial?

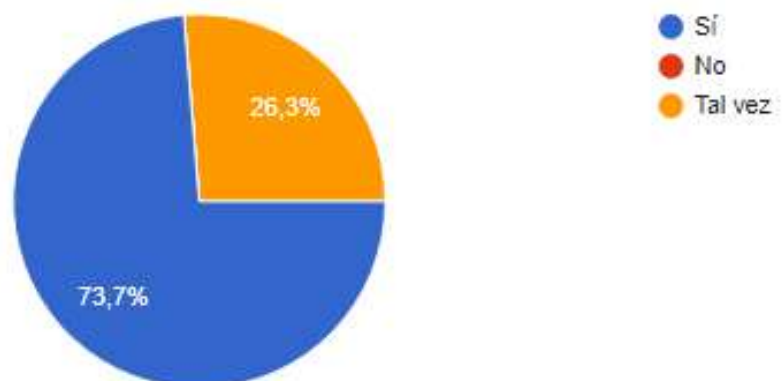
20 respuestas



Con un porcentaje mayoritario del 70% se evidencia la falta de capacitación empresarial de las Pymes de la ciudad de Ibagué.

¿Se adaptaría al cambio de las nuevas tecnologías?

19 respuestas



La mayoría de los encuestados con un porcentaje de 73,7% están dispuestos a adaptarse al cambio de las nuevas tecnologías para ser competitivos en el mercado.



con un porcentaje del 65% de los encuestados estaría dispuesto a invertir para mejorar su negocio y el 35% tal vez lo haría con lo que se evidencia las ganas de mejorar en sus negocios.



El porcentaje mayor de los encuestados 80% iniciaron su idea de negocio sin ningún tipo de conocimiento previo por lo que tenemos un gran margen para llegar con nuestro servicio a estos empresarios.



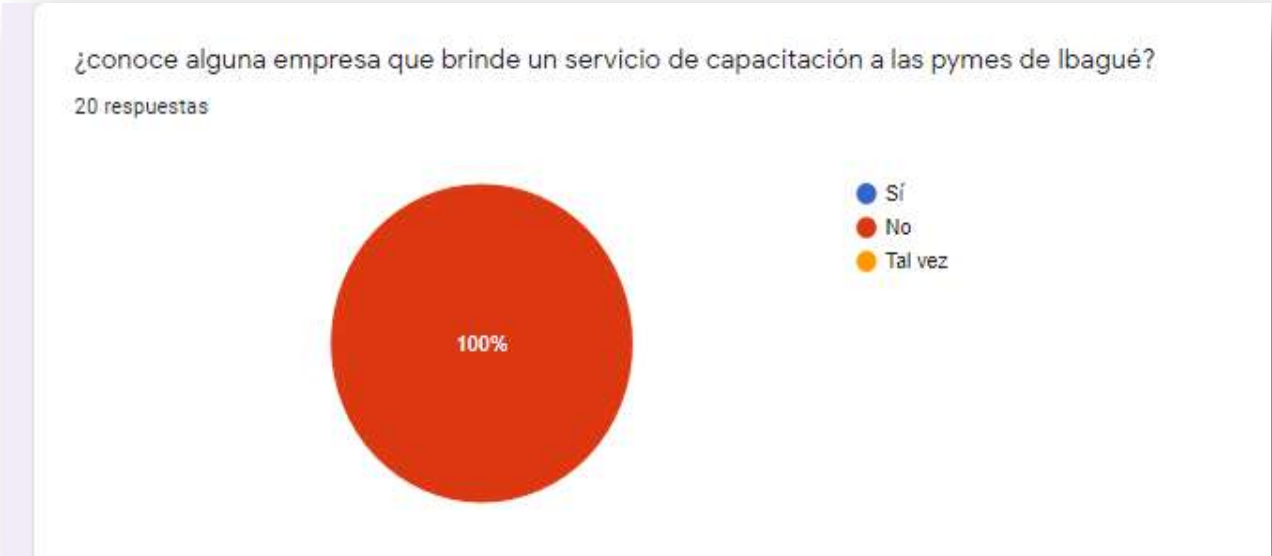
El 90% de los encuestados cree que le hace falta conocimiento y capacitación para poder lograr una mejora en sus negocios.



con porcentajes de 50% en ambos casos nuestros clientes cambiarían o tal vez cambiarían su forma de manejar su negocio por lo que podemos intervenir con nuestros servicios y ayudarlos a mejorar sus conocimientos y capacidades empresariales.



con un 75% de los encuestados buscarían ayuda de una empresa para mejorar la productividad y efectividad de su empresa por lo que Marketing Advanced tiene un gran mercado potencial.



Con un contundente 100% de los encuestados concuerdan que no conocen ninguna empresa que se dedique a ayudar a las pymes a capacitar y brindar un servicio de marketing que se especialice en las pymes de la ciudad de Ibagué, por lo que Marketing Advanced tiene una gran oportunidad de entrar con gran fuerza en el mercado de la ciudad de Ibagué.



Con un porcentaje del 80% de los encuestados no han adquirido ningún servicio de mercadeo, por lo que Marketing Advanced tiene la posibilidad de llegar a esos clientes con un producto nuevo e innovador y que sientan que nuestros servicios son de gran ayuda para lograr posicionarse en el mercado y lograr el éxito empresarial.

Conclusión de la investigación

Con esta investigación evidenciamos que nuestra idea de negocio tiene una gran oportunidad de negocio, las PYMES de la ciudad de Ibagué tienen un gran margen de mejora y es cuando entra Marketing Advanced con una idea fresca e innovadora que pretende ayudar a crecer al micro empresario de la ciudad de Ibagué, esta investigación nos ayuda a comprender que en Ibagué las personas emprenden sus ideas de negocio sin ningún conocimiento, y por esa razón queremos ayudarlos a capacitarse y a crecer como empresarios.

LECCIONES APRENDIDAS EN ESTE PROYECTO DE CREACION DE EMPRESA

En el transcurso del semestre hemos podido comprender la importancia del trabajo y de la dedicación que se debe tener para la creación de una idea de negocio, nos ayudó abrir la mente en muchos aspectos de nuestra vida cotidiana, ya que muchas veces no vemos las oportunidades que tenemos de poder crear nuestro propio negocio y gracias a este proyecto aprendimos que siempre hay una oportunidad de negocio que pueda darnos buen resultado.

Esperamos seguir con esta idea de negocio que en nuestra opinión puede tener un excelente resultado, ya que con todos los procesos por los que pasamos nuestra idea evidenciamos su gran potencial, gracias por ayudarnos a lograr este resultado **Marketing Advanced**.

De parte de nuestro equipo de trabajo Michael Sánchez, Daniel Devia, Jairo Rodríguez les damos las gracias por ayudarnos en este proceso.

BIBLIOGRAFIA

<https://www.coursehero.com/file/p7qg7aik/3-Elabora-una-lista-con-las-influencias-internas-y-externas-que-tiene-la/>

<https://s3a2.me/2013/04/15/influencia-de-la-tecnologia-en-las-empresas/>

<https://blog.corponet.com.mx/importancia-de-la-tecnologia-en-las-empresas-en-crecimiento>

<http://www.elnuevodia.com.co/nuevodia/actualidad/economica/438706-en-tolima-numero-de-empresas-crecio-un-3>

<https://www.5fuerzasdeporter.com/poder-de-negociacion-de-los-clientes/>

<https://economipedia.com/definiciones/poder-de-negociacion-de-los-clientes.html>

<https://www.301creativastudio.com/reformas-en-la-normativa-en-marketing-digital/>

<https://www.lifeder.com/recursos-empresa/>

<https://www.isotools.org/2015/07/27/5-ejemplos-de-indicadores-de-calidad-que-no-pueden-faltar-en-tu-plan/>

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo>

<http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Decretos/2014/Documents/AGOSTO/12/DECRETO%201499%20DEL%2012%20DE%20AGOSTO%20DE%202014.pdf>

<https://luciaroldan.com/tecnica-los-6-sombreros-pensar-negocio-e-commerce/>

<http://www.wakamaya.co/>

<https://www.casadelmedia.com/>

<https://di360digital.co/>

<https://madridnyc.es/ventajas-de-una-app-para-empresas/>

<https://blogcomercioelectronico.com/decreto-1499-de-12-de-agosto-de-2014-reglamentan-ventas-metodos-tradicionales-y-distancia-en-colombia/>

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0140_1994.html

<https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/negocios/actualizate/emprendimiento/programas-gobierno-apoyo-pymes>

<https://www.findeter.gov.co/loader.php?lServicio=Tools2&lTipo=descargas&lFuncion=descargar&idFile=300451>