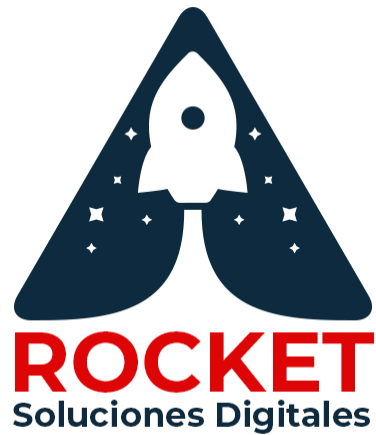


Rocket Soluciones Digitales



Katia Vanessa Argel Pineda  
Brango Santa Cruz Rubén Darío

Tutor  
Alonso José Grillo Madero

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior -CUN  
Córdoba  
Creación de empresa I

Noviembre 2020

## Contenido

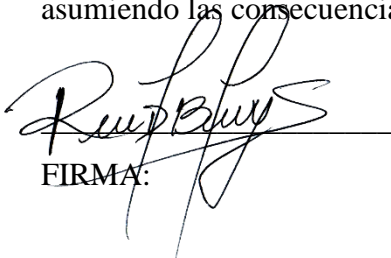
ii

|   |    |
|---|----|
| Compromiso del Autor .....  | 1  |
| Resumen Ejecutivo .....   | 2  |
| Introduccion .....  | 3  |
| Objetivos .....   | 4  |
| Claves Para El Éxito .....  | 5  |
| 1 Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio .....       | 6  |
| 1.1 Objetivos de desarrollo sostenible .....                        | 7  |
| 1.2 Teoría del valor compartido.....                                | 7  |
| 1.3 Análisis del sector económico .....                             | 7  |
| 2. Identificación del problema, necesidad, reto u oportunidad. .... | 9  |
| 2.1 Árbol de Problemas y Objetivos .....                            | 14 |
| Total de afirmaciones:.....   | 15 |
| 3. Descripción de la idea de negocio .....                          | 15 |
| 4. Innovación.....  | 18 |
| 5 Fuerza de la industria .....                                      | 20 |
| 5.1 Contextualizacion de la empresa .....                           | 20 |
| 5.2 Análisis de la demanda .....                                    | 20 |
| 5.3 Análisis de la oferta .....                                     | 21 |
| 5.4 Análisis de la comercialización .....                           | 21 |
| 5.5 Análisis de los proveedores .....                               | 21 |
| 6. Segmentación del Mercado.....                                    | 22 |
| 7. Propuesta de Valor .....   | 26 |
| 8. Diseño del producto .....  | 26 |
| 8.1 Ficha técnica .....   | 28 |
| 8.2 Ciclo de vida .....   | 28 |
| 9. Precio de venta.....   | 32 |
| 10. Prototipo.....  | 33 |
| 11 Modelo Running Lean de la empresa .....                          | 35 |
| 12. Validación de ideas de negocio.....                             | 36 |
| 13. tabulación y análisis de la información.....                    | 38 |
| 14. lecciones aprendidas y recomendaciones.....                     | 42 |
| Bibliografía .....  | 43 |

## Compromiso del Autor

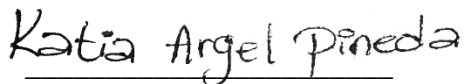
1

Yo **Rubén Darío Brango Santa Cruz** identificado con C.C 1.033.371.569 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.



FIRMA:

Yo **Katia Vanessa Argel Pineda** identificado con C.C 1.033.373.289 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.



FIRMA:

## Resumen Ejecutivo

El siguiente es un proyecto empresarial que está basado en una idea de negocio de marketing digital llamado Rocket Soluciones Digitales, en el cual estaremos brindando servicios de asesorías personalizadas a todas las empresas de montería córdoba que requieran de nuestro servicio. Como medio de interacción tendremos una página web donde estaremos dando a conocer nuestro servicio de los diferentes paquetes de asesoría que estamos manejando.

En este proyecto se abarcaran diferentes temas en torno a nuestra idea de negocio, donde se realizaron una serie de procesos con la finalidad de descubrir con total exactitud el punto donde estábamos y a donde queremos llegar con este proyecto de emprendimiento.

Los procesos que se realizaron fueron los siguientes, análisis del sector, identificación del problema, necesidad, reto u oportunidad, análisis del problema y medios de innovación.

**Palabras claves:** Branding, business angel, e-mail marketing, reputación online, socialmedia, asesoría, calidad, innovación.

## **Introduccion**

En los últimos años, se ha observado la necesidad de las empresas por innovar para seguir siendo competitivas en un mundo globalizado. Debido a esto, muchas organizaciones están interesadas en este tema, siendo partícipes del principio de puesta en marcha y teniendo presente los cambios que se están presentando en el mundo.

Estos cambios se han agudizado con la entrada de la era de las tecnologías de la información y de las comunicaciones (TIC), logrando reinventar todo el mapa que se tenía del mundo empresarial, llegando al punto en que grandes empresas como Netflix, dominan el sector de las series y películas sin tener un stock físico de estos productos, lo cual hace unos años, era impensable. Se nos dice a gritos: ¡La forma de hacer negocios está cambiando! Con este principio presente, es necesario que también las pequeñas y medianas empresas se reinventen y entren al marketing digital.

El objetivo de Rocket Soluciones Digitales surge a partir de la decadencia económica que han tenido muchas empresas debido a la pandemia que estamos viviendo actualmente, es por esto que hemos tomado la iniciativa de brindar nuestros servicios, de crear un portafolio de servicio especializado en Marketing Digital, Comercio Electrónico y Publicidad.

### **Objetivo general**

Brindar un portafolio amplio y especializado en lo relacionado con el marketing digital a todas las empresas de la ciudad de montería, para que estas puedan ser competitivas frente al mercado.

### **Objetivos específicos**

- Garantizar que los clientes obtengan un excelente servicio.
- Captar nuevos clientes.
- Ampliar la base de datos.
- Reconocimiento de marca.
- Aumentar la rentabilidad.

Tener un equipo multidisciplinar y de altas capacidades, que permita afrontar cualquier reto como si fuera el más importante y sin miedo ante lo nuevo.

Tener equipos de altas capacidades es la complementariedad entre los distintos perfiles.

Buscar la equidad del liderazgo, luchando siempre por conseguir una estructura organizativa mucho más horizontal.

Nuestra idea de negocio parte de la premisa que el mundo está cambiando drásticamente y el diario vivir de las personas se ha tenido que adaptar al nuevo panorama, es allí en donde buscamos darle solución a los nuevos retos y las nuevas circunstancias que hoy por hoy afecta a la mayoría de la población, nuestro fuerte se centrara en idear modelos de negocios rentables y sostenible, aportando nuevas ideas enfocada a satisfacer las necesidades de los consumidores, muchas de las empresas que aún subsisten en la actualidad, aun no soben como afrontar la situación y mucho menos idear estrategias de marketing modernas ya que su modelo de negocio se basa aun en lo tradicional, nuestra meta será implementar nuevos canales de ventas y automatizar procesos dentro de las empresas y agregar propuestas de valor tanto para la misma empresa como para los clientes.

Nuestros objetivos es crear innovación dentro de las empresas, brindando de este modo la sostenibilidad de las mismas, tanto financieramente como comercialmente, en este sentido brindamos soluciones al país contribuyendo a la economía del mismo y al bienestar de los ciudadanos.

Nuestra idea de negocio desde el punto del valor compartido se afianza en la colaboración mutua entre los dueños de empresas para crear modelos de negocios que favorezcan a los clientes, brindando soluciones efectivas a la hora de adquirir un productos o servicio, el propósito es idear nuevas formas de afrontar los retos que hoy por hoy nos ofrece la nueva realidad que estamos viviendo, y que está afectando a la mayorías de las empresas y ciudadanos, consideramos que una economía fuerte hace más feliz y estable la vida de las personas, y es de allí de donde radica nuestro compromiso como ente de innovación, el brindar soluciones a todas las empresas que quieran ofrecer una mejor calidad en sus servicios, garantizando sus existencia en un mundo cambiante.



## **1.1 Objetivos de desarrollo sostenible**

7

1. Lograr la sostenibilidad económica de las empresas en la ciudad de Montería Córdoba.
2. Contribuir en la disminución de la contaminación auditiva, visual y ambiental, generando un impacto positivo al medio ambiente y al bienestar de las personas
3. Generar empleo en la región para mejorar la calidad de vida de las personas.

## **1.2 Teoría del valor compartido**

Está enfocado a que las empresas se expandan y obtengan un progreso económico y social, haciendo que estas tengan un acercamiento con sus clientes de forma efectiva, creando fidelización a través de los medios de comunicación.

## **1.3 Análisis del sector económico**

### **Análisis político**

- Resiente cambio de presidente
- Elecciones de alcaldes y gobernadores que se hace dentro de dos años.
- Implementación de leyes que regulan el comercio internacional.
- Nuevas normas, leyes y reglas que se establecen por parte de la asamblea para aumentar el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas y mejorar así la economía de nuestro país.
- Las modificaciones en los tratados comerciales.
- La política fiscal de los diferentes países.
- Subsidios del gobierno.
- Conflictos internos y externos.

## **Análisis económico**

8

- Inflación y crecimiento económico en nuestro país, estableciendo leyes y reglas en exportación e importación.
- Cambio de divisas.
- Efecto que tiene el aumento en la tasa de interés.
- Costes de nuevos equipamientos para adaptarse a las nuevas tecnologías.
- Los factores macroeconómicos propios de cada país.
- Los tipos de cambio o el nivel de inflación, han de ser tenidos en cuenta para la definición de los objetivos económicos de la empresa.
- Déficit gubernamental.
- Las políticas económicas del gobierno.

## **Análisis social**

- Mayor concientización con el medio ambiente reciclaje y la ecología de nuestro país.
- Crecimiento del uso del internet.
- Ritmo de adopción para las nuevas empresas, en el uso de nuevas tecnologías.
- Cambios en los gustos o en las modas que repercutan en el nivel de consumo.
- Cambios en el nivel de ingresos.
- Cambios en el nivel poblacional.

## **Análisis tecnológico**

- Seguridad en la transmisión de datos y nuevas formas de comunicación mediante la utilización del internet.
- Comercio online, ya que permite ampliar las ventas a través de internet de forma autónoma.
- Portal web, indispensable en las empresas, siendo el punto de entrada de muchos.
- Un entorno que promulgue la innovación de las TIC

- La promoción del desarrollo tecnológico que llevara a la empresa a integrar dichas variables dentro de su estrategia competitiva.
- Cambios tecnológicos futuros.

### **Análisis ecológico**

- Calentamiento global y cambio climático.
- Contaminación.
- Conciencia ecológica actual y futura.
- Regulación sobre el consumo de energía y el reciclaje de residuos.
- Leyes de protección medioambiental.
- Consumo de recursos no renovables.

### **Análisis legal**

- Implementación del sistema de gestión de riesgo en el trabajo.
- Leyes de salud y seguridad laboral.
- Derechos de propiedad intelectual.
- Sectores protegidos o regulados.
- Salario mínimo.
- Licencias.

(Parada, s.f.)

## **2. Identificación del problema, necesidad, reto u oportunidad.**

### **Identificación de fortalezas:**

- Los principales impulsores y encargados del servicio que se brinda son personas jóvenes que poseen la frescura de la innovación y la experiencia de haber trabajado en esto

muchos años. El principal pilar del emprendimiento ha crecido con las redes sociales y 10 es apasionado por ello.

- Capacitación constante sobre marketing digital, redes sociales y estudios acordes como contador público con énfasis en recursos humanos, relaciones públicas, responsabilidad social empresarial.
- Conocimiento sobre hardware y software. Esto nos permite otorgar rápidas soluciones técnicas ante algún inconveniente con el cliente.
- El trabajo que realizamos en conjunto para la empresa nos proporciona comodidad. Cada uno puede colaborar desde su casa y luego concretamos reunión para detalles importantes.
- El conocimiento del tema, al haber en el emprendimiento diversidad de capacitación y de género, es amplio y variado. Poseemos conocimiento integral sobre varias aristas del marketing.

### **Identificación de oportunidades:**

- Gran necesidad de difusión del marketing en la actualidad. El marketing ha pasado a ser el “centro de atención” de los consumidores. Tiene la capacidad de generar ventajas competitivas.
- Grandes requerimientos de empresas innovadoras que están apostando a esta herramienta para crear su ventaja diferencial.
- Gran alcance y uso de las redes. La información cada vez llega a más hogares a través de las redes. La mayoría de los habitantes del mundo están comunicados virtualmente.
- Cada vez hay menos tiempo ocioso. Contar con la posibilidad de vender, ofrecer un servicio desde tu casa es muy importante.
- En este mercado hay gran control y herramientas de análisis de resultado. Es un servicio rápido, innovador, moderno. Eso es lo que la gente espera.
- Requiere de inversiones de capital reducidas y suele tener pocos gastos lo que ofrece un retorno de la inversión en el corto plazo.

- Gran necesidad de pequeñas y medianas empresas de asesorarse y ampliar su participación en los medios.

**Identificación de debilidades:**

- Es un proyecto de inversión que se encuentra recién en la etapa de introducción al mercado. Los ingresos suelen ser reducidos.
- Nos encontramos situados en una región donde la mayoría de las empresas son pequeñas y aún no deciden implementar el marketing a gran escala. La mayoría de nuestros clientes se encuentran a muchísimos kilómetros de distancia por lo que es imposible concretar charlas personales o incorporarnos con la empresa.
- Debido al punto anteriormente mencionado y la imposibilidad de conocer a nuestros clientes personalmente se torna difícil generar la confianza suficiente. Más aún en clientes de corte tradicional.

**Identificación de amenazas:**

- Como dijimos previamente, se requiere de bajos desembolsos en concepto de inversión inicial. Las barreras de entrada al mercado no son altas por lo que genera la posibilidad de que competidores potenciales puedan ingresar fácilmente.
- Algunas empresas de marketineras situadas en grandes ciudades con mayor accesibilidad de contacto pueden acaparar gran porción de mercado.
- Gran posibilidad y facilidad de que cada empresa realice su propio marketing a través de las redes sociales sin requerir asesoramiento.
- Es un servicio relativamente nuevo por lo que muchas empresas no lo consideran imprescindible para su vida comercial.
- Hay gran cantidad de empresas emergentes que ofrecen el mismo servicio.

(Eggs, 2014)

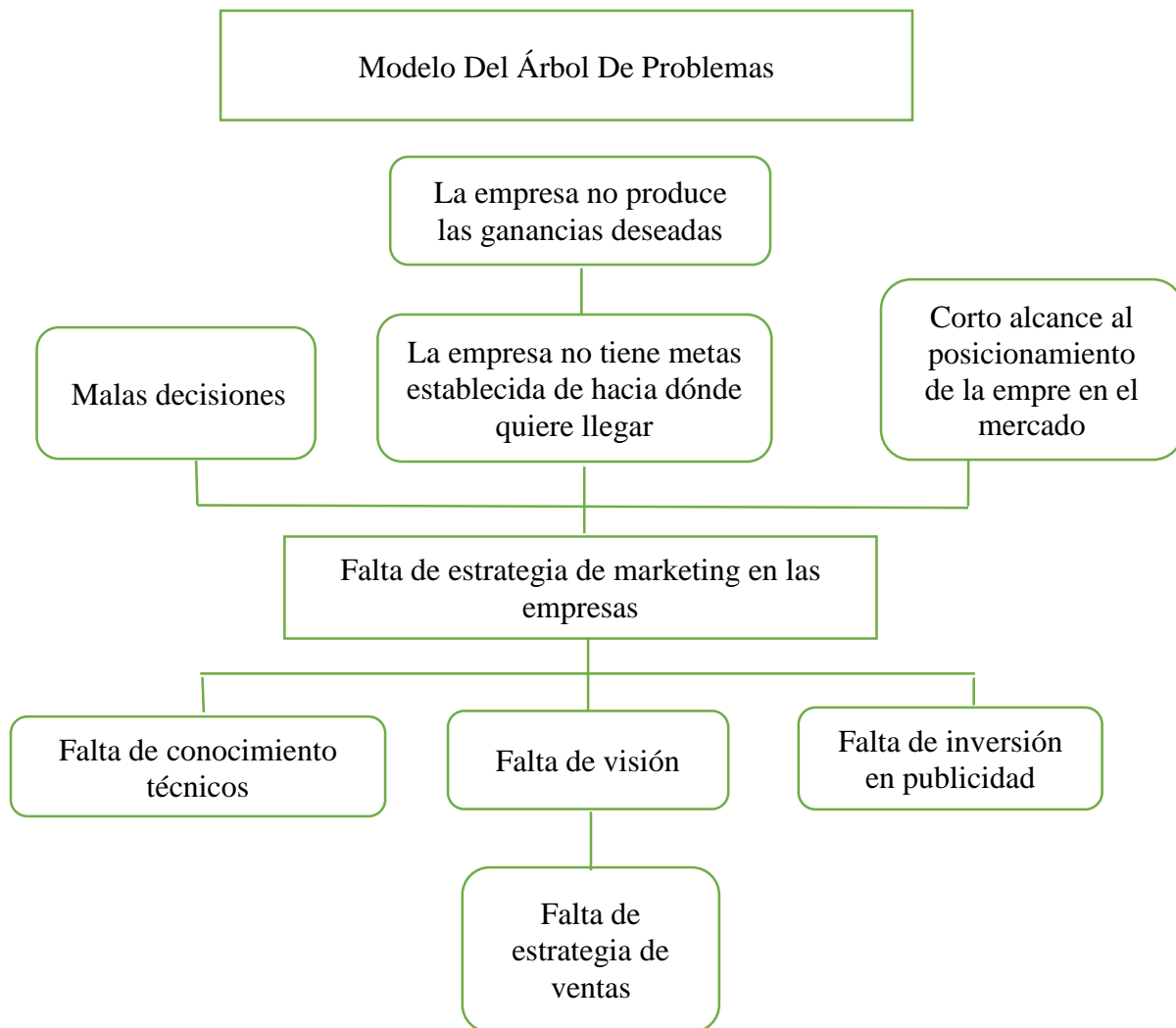
¿Qué problema afecta a la comunidad, clientes y entorno al que pertenecen?

Los problemas típicos de marketing en los pequeños negocios se repiten en casi todos los sectores, unas veces por falta de personal cualificado y otras veces por falta de formación del emprendedor o propietario.

El marketing es una de las áreas claves en cualquier empresa, porque al final todo negocio vive de vender un producto o servicio y el marketing se encarga de establecer sus características, su precio, cómo promocionarlo y el mejor canal para distribuirlo.

| Criterio  | Problema 1   |
|---|--|
|   | ¿Nosotros como estudiantes y futuros empresarios, contamos con la disposición, tiempo, conocimiento y factor económico para llevar a cabo la compañía Rocket Soluciones Digitales? |
| Conocimiento o experiencia  | 4  |
| Asesoría de un experto (si se requiere ¿lo tenemos?)  | 5  |
| Alcance (técnico ¿tenemos las herramientas?, ¿podemos desplazarnos para evaluar el problema?, ¿tenemos acceso a información/datos/cifras?, ¿puedo darle alguna solución?) | 4  |
| Tiempo (posible solución)   | 3  |

|  |    |
|--|----|
| Costos (posible solución)  | 3  |
| Impacto ¿es trascendental?<br>¿Representa un desafío para ustedes? | 5  |
| ¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo del problema?       | 5  |
| Total  | 29 |



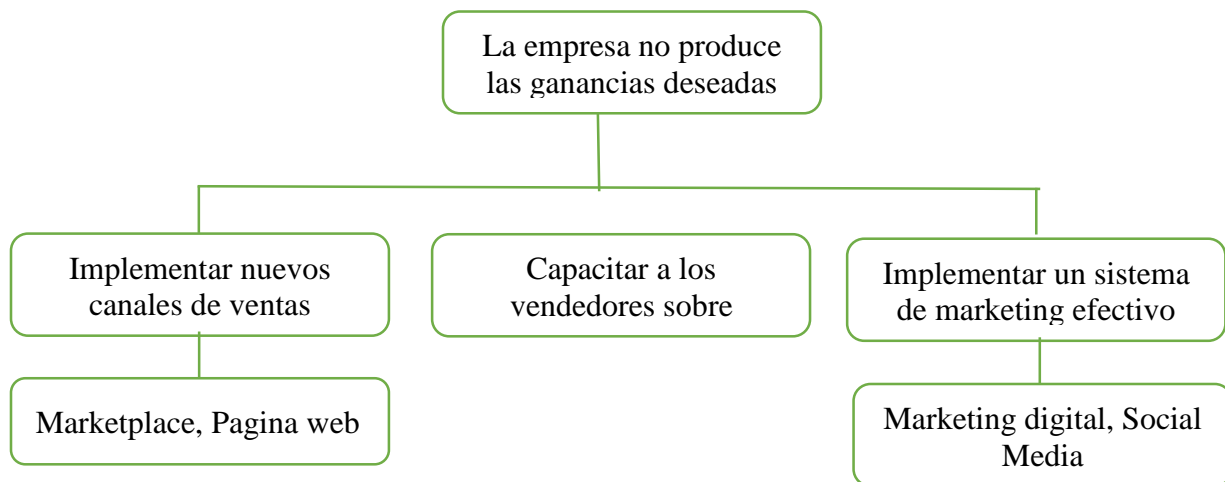
**Problema Central:** Falta de estrategia de marketing en las empresas

**Pregunta problema:** ¿Cómo lograr que las empresas generen más ventas y se posicionen en el mercado?

**Reto comercial:** Aumentar los canales de ventas y automatizar los existentes para generar más ventas.

**Reto estratégico:** Implementar un sistema de marketing que ayude al posicionamiento de las empresas en el mercado.

### 2.1 Árbol de Problemas y Objetivos



### Autoevaluación de la idea de negocio

| INTERES/ DISPOCISION AFIRMACIONES   | ESCALA DE EVALUACION |  |  |     |
|---|----------------------|--|--|-----|
|   | (F)                  |  |  | (V) |
| La idea de negocio que tengo se ajusta a lo que yo siempre he querido hacer       |                      |  |  | 5   |
| No me incomodaría decirles a otros que me dedico a esa actividad                  |                      |  |  | 5   |
| Estoy dispuesto a dedicar el tiempo que sea necesario para desarrollar el negocio |                      |  |  | 5   |



|   |   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Considero que en seis meses debo tener el negocio funcionando |   |   |   |   | 5 | 5 |
| <b>N° DE AFIRMACIONES VALORADA EN :</b>                       | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 |   |

**Total de afirmaciones:**

|  | <b>A</b> |   | <b>B</b> |   | <b>C</b> |
|--|----------|---|----------|---|----------|
| <b>Total de afirmaciones valorada en 1</b> | 0        | X | 1        | = | 0        |
| <b>Total de afirmaciones valorada en 2</b> | 0        | X | 2        | = | 0        |
| <b>Total de afirmaciones valorada en 3</b> | 0        | X | 3        | = | 0        |
| <b>Total de afirmaciones valorada en 4</b> | 0        | X | 4        | = | 0        |
| <b>Total de afirmaciones valorada en 5</b> | 4        | X | 5        | = | 20       |
| <b>PUNTAJE TOTAL</b>                       |          |   |          |   | 20       |

**3. Descripción de la idea de negocio**

|  |  |
|--|--|
| ¿Cuál es el producto o servicio?       | Nuestro servicio es brindar asesoramiento y capacitación de marketing digital.   |
| ¿Quién es el cliente potencial?        | Nuestro servicio va dirigido a todas las empresas que soliciten nuestro asesoramiento  |
| ¿Cuál es la necesidad?                 | Crear modelos de negocios sostenibles en base a la situación actual  |
| ¿Cómo funciona el producto o servicio? | Implementando asesorías y la creación de nuevas estrategias de mercado que sirvan para generar mayor crecimiento y estabilidad económico a las empresas. |
| ¿Por qué lo preferirían?               | Debido a la actual situación que enfrenta cada empresa debido a las restricciones ocasionados por el virus (covid-19) las                                |

|  |   |
|--|---|
|  | empresas han optado por implementar nuevas estrategias de negocios como el marketing digital y el comercio electrónico. |
|--|---|

| <b>Verbo</b>   | <b>Temas u objetivos</b> | <b>Características</b>   |
|--|--------------------------|--|
| Implementar  | Una plataforma digital   | Economía<br>Sostenible<br>Rentable<br>Innovador                                      |
| <b>Usuarios</b>  | <b>Verbo Inspirador</b>  | <b>Propósito Inspirador</b>  |
| A todas las empresas que requieran de nuestros servicios | Innovación               | Ayudar a las pequeñas y medianas empresas a tener un desarrollo económico sostenible |

### **Alternativas de ideas de negocios**

1. **E-commerce:** implementar comercio electrónico en cada una de las empresa que lo requieran, aportando con esto un nuevo canal de venta la cual es tendencia dentro del comercio en general y es un pilar para la innovación y estrategia dentro de las mismas empresas.
2. **Publicidad Online:** Apoyar a las empresas para que obtenga más posicionamiento de su marca y visibilidad dentro de la competencia, factor que es fundamental para el crecimiento de la misma, ayudando a la obtención de nuevos potenciales clientes.

3. **Marketing de venta:** capacitar al personal de las pequeñas y grandes empresas en el área de ventas, para lograr crear estrategias efectivas y funcionales a la hora de vender un producto o servicio, esto brinda una excelente ventaja competitiva frente a las demás empresas.
  
4. **Social Media Marketing:** Ayuda a que las empresas se reinventen y opten nuevas estrategias de marketing digital, el Social Media Marketing significa la construcción de un negocio a través de muchos medios diferentes, como videos virales y blogs, con el fin de dar exposición a una empresa y ejecutar distintos procesos de compras

## **Competencias**

### **DesignPlus**

Design Plus es una agencia bogotana fundada en el 2009. Se especializan en trazar estrategias de inbound marketing, integrando herramientas de diseño web y ecommerce para potenciar la venta de productos por canales digitales.

A lo largo de sus 10 años de trayectoria, esta agencia ha construido un equipo que incluye desarrolladores web, creativos y estrategias capacitados para aumentar el tráfico al sitio web de sus clientes, incrementando la generación de leads.

### **AMD Agencia de Marketing Digital**

13 años de experiencia creando e implementando estrategias digitales de éxito posicionan a AMD Agencia de Marketing Digital como una de las mejores empresas de marketing digital del 2019 en Colombia.

Cuentan con una sede en Bogotá y cobertura en las ciudades de Medellín, Cali y Barranquilla, donde sus más de 33 profesionales atienden los requerimientos de sus clientes.

AMD Agencia de Marketing Digital presenta 5 líneas de servicio: Diseño web, diseño de ecommerce, manejo de redes sociales, posicionamiento en buscadores y publicidad en Google Ads.

## **Indexcol**

Considerada como una de las empresas digitales pioneras en Colombia, Indexcol cuenta con más de 20 años de experiencia en el mundo digital, trabajando con clientes de alcance local y regional.

Indexcol combina la rigurosidad del ejercicio periodístico con los objetivos de sus clientes y un seguimiento de las nuevas tendencias para crear estrategias innovadoras y exitosas.

En su oferta tienen 4 líneas de servicio: Posicionamiento, generación de leads, ecommerce y fidelización.

## **GhFly**

GhFly es la empresa líder en marketing digital de performance en Latinoamérica. Desarrollan una metodología propia de trabajo, con indicadores individuales de desempeño para garantizar los resultados de sus clientes.

Con operaciones en varios países de Sudamérica, incluyendo a Colombia, y Centroamérica, actualmente, es una de las principales agencias independientes de marketing digital del continente. (Content, 2019)

En base a la competencia podemos analizar que ellos desarrollan estrategias muy parecidas o iguales a la de nosotros, sin embargo tenemos la ventaja que en nuestro entorno o zona no operan de ninguna manera, siendo esto una oportunidad de alcanzar los potenciales clientes que aún no cuentan con dicho servicio, es de destacar que se debe hacer un análisis exhaustivo y constante de nuestras estrategias en aras de mejorarlas constantemente e implementando nuevas ideas innovadoras que nos permitan mantener una ventaja competitiva.

## **4. Innovación**

### **Reforzar nuestra marca personal online.**

Es muy importante fortalecer y optimizar la presencia online de forma positiva, para los clientes y el mundo en general eres lo que ven en tu mundo digital. Por eso tener un muy buen contenido online ayuda a que las personas sientan mayor confianza y puedan conectarse contigo.

Comparte contenido valioso que tenga que ver con tu trayectoria profesional, eventos e información relevante con respecto a lo que buscas proyectar y lo que estás trabajando fuertemente en tu camino profesional.

19

### **Conectar con el público.**

Escuchar es algo esencial, no solo en la vida, también en las ventas.

Para poder entender lo que necesita el público debemos escuchar activamente por diferentes medios, investigar los gustos, objetivos e intereses del cliente o del público objetivo, esto nos ayudará a generar empatía lo cual facilitará todo el proceso de ventas y brindar un excelente servicio.

Al momento de comunicarnos con los clientes hablarles de temas que sabemos que les interesan nos ayudará a mostrar seguridad para que se sientan cómodos y en confianza con nosotros.

### **Identificar la ventaja competitiva.**

Reconocer las cualidades que hacen que nuestro servicio se distinga entre la competencia y cómo llenará la necesidad de los consumidores. Esta es una información muy valiosa que ayudará a crear una estrategia efectiva.

Recordar que el objetivo es generar un impacto positivo en los clientes y conocer las ventajas del servicio; lo que lo hace único ayudará a tener una mayor probabilidad de cierre, ya que la seguridad se transmitirá por medio de la venta.

### **Crear estrategias de ventas y marketing**

En el proceso de creación de la estrategia se debe considerar lo que buscan los clientes y la necesidad que cubre el servicio. Genera leads cualificados. Procuramos ser un asesor para los clientes y ayudarles para que puedan tener lo que necesitan, recordando que si nos buscan o piden nuestra ayuda es porque no tienen toda la información y allí tenemos la ventaja.

### **Mantener canales de comunicación con tus clientes.**

Con las redes sociales se pueden tener contacto directo con los clientes y conocer su feedback en tiempo real, conocer sus reacciones frente a innovaciones o nueva información con

respecto al servicio por lo cual es importante brindar un servicio al cliente rápido y eficiente y 20 además innovar constantemente para así también llegar a nueva audiencia.

### **Posicionar la marca por medio de estrategias de marketing digital.**

Se Pueden atraer leads y convertirlos en clientes con mayor facilidad con marketing digital ya que brinda diversas herramientas que ayudan a segmentar, medir, a llegar a una mayor audiencia.

### **¡Actualízate!**

¡Actualízate! Al innovar y demostrar que estamos al día en ámbito digital habla muy bien de nuestra compañía esto añade valor y ayuda a diferenciar entre la competencia en el mundo de las ventas y mercadeo. Innovar además es la clave para que el servicio siempre esté vigente en el mercado y más uno tan exigente y audaz como lo es el mercado tecnológico.

Tener información valiosa puede darle un valor agregado muy importante a las redes y a la estrategia.

## **5 Fuerza de la industria**

### **5.1 Contextualización de la empresa**

Nuestra idea de negocio tiene como nombre Rocket Soluciones Digitales con código actividad económica de la DIAN 7310, publicidad, nuestra empresa estará ubicada en la ciudad de montería en la carrera 2 con calle 34, nuestra compañía contara con un área 60 m2, distribuido en dos oficinas y un departamento de marketing.

### **5.2 Análisis de la demanda**

En lo que corresponde a la demanda de nuestro servicio de publicidad sea determinado que es requerida por pequeñas y medianas empresas de toda la región, para aumentar su capacidad de venta y posicionamiento en el mercado. Con esto queremos lograr que las empresas

logren una estabilidad dentro del mismo mercado teniendo en cuenta la actual situación que enfrenta el país debido a la emergencia sanitaria que estamos viviendo actualmente. 21

### **5.3 Análisis de la oferta**

En cuanto a nuestros competidores encontramos varias empresas que brindan servicios similares a los nuestros pero con énfasis en la publicidad impresa, como en el caso de la empresa marketing publicidad RYM SAS, ubicada en la ciudad de montería en la carrera 3 # 38 – 33, dedicada a la publicidad, con precios estándares que oscilan desde \$120.000 a \$ 5.000.000. Sus principales clientes son medianas empresas como almacenes de electrodomésticos y almacenes de ropa. Ahora bien nuestra idea de negocio se diferencia, y tiene su ventaja competitiva, en que nuestro portafolio de servicios es mucho más amplio, abarcando publicidad offline y online (publicidad impresa y publicidad a través de internet). También contamos con planes flexibles que se ajustan a la necesidad de cada cliente, esto nos permite llegar a más empresas que lo requieran.

### **5.4 Análisis de la comercialización**

La distribución de nuestro portafolio de servicio se hará por medio de procesos innovadores, esto para llamar la atención del público, convirtiéndolo en la mejor opción que cada empresa pueda tener, teniendo como fin abarcar el mayor mercado posible y así escalar nuestra idea de negocio en el menor tiempo.

### **5.5 Análisis de los proveedores**

Teniendo en cuenta que nuestro portafolio se basara en servicios de marketing digital contaremos con proveedores de tecnologías a fines, tales como empresas que suministren licencias de software como servicios en línea.

A continuación detallaremos algunos de nuestros proveedores fundamentales para nuestras operaciones.

- **Microsoft**, a través de este proveedor obtendremos las licencias de sistemas operativos de nuestros equipos de cómputos. 22
- **Adobe** suministrara las licencias de la suite de paquetes de programas de diseños gráficos.
- **Facebook** será una de las plataformas elegida para crear los anuncios publicitarios de nuestros clientes, aprovechando el entorno de su empresa como instagram, Whatsapp
- **Google**, será nuestro proveedor principal de canal de publicidad a través de la herramienta de AdSense.
- **Godaddy**, Sera el proveedor de dominio y hosting


## 6. Segmentación del Mercado

Realizar el siguiente proceso de segmentación:

Describe 15 bondades de su producto (bien o servicio) que proporciona.

1. Crea estrategias de ventas bien optimizada.
2. Mejora el posicionamiento de la marca.
3. Permite expandir el negocio o empresa por el mundo desde tu ordenador.
4. Facilita la comunicación y el engagement con los clientes y posibles clientes.
5. Ayuda a incrementar el nivel de ventas de las empresas.
6. Hace que la competencia frente a empresas grandes sea más fácil.
7. Prepara a las empresas para sobrevivir en la era digital.
8. Permite el seguimiento a la estrategia de mercadeo de manera instantánea.
9. Favorece la comunicación cliente – empresa.
10. Ayuda a captar nuevos clientes y a fidelizarlos.
11. Marketing digital permite realizar una segmentación mucho más personalizada.
12. Permite crear branding, esto genera un impacto directo e indirecto en la marca de las empresas.
13. Con márketing digital podemos captar nuevos usuarios y convertirlos en clientes fidelizados.
14. Se puede llegar a un público objetivo de una manera rentable y medible.
15. Con marketing digital se pueden hacer compras desde cualquier parte del mundo.



|   |  |   |
|---|--|---|
|    | <p><b>Miedos, frustraciones y ansiedades:</b> Nuestros clientes no quieren quedarse rezagados por los avances de la tecnología y el mismo mercado</p>  | <p><b>Desea, necesita, anhela y sueña:</b> nuestros clientes quieren lograr posicionarse de manera sólida en un mercado tan cambiante</p>   |
| <p><b>Demográficos y geográficos:</b><br/>Nuestros clientes están ubicados en la ciudad de Montería, y en su totalidad son empresas</p> | <p><b>¿Qué están tratando de hacer y porque es importante para ellos?:</b><br/>nuestro compromiso es ayudar a los empresarios a fortalecer la imagen de la empresa y crear estrategia de negocios efectivos.</p> | <p><b>¿Cómo alcanzan esas metas hoy? ¿Hay alguna barrera en su camino?</b><br/>Todos los proyectos y estrategias deben medirse a través del tiempo, por lo cual existe un grado de incertidumbre.</p> |
| <p><b>Frases que mejor describen sus experiencias.</b></p>  | <p>El éxito es determinado por la resistencia al fracaso<br/>Las estrategias son fundamental para la acción</p>  |   |
| <p><b>¿Existen otros factores que deberían tener en cuenta?</b></p>   | <p>El mercado es muy cambiante y los factores de medición pueden variar, por lo que no se puede asegurar un 100% del éxito de la estrategia.</p>   |   |

¿En donde encuentra personas similares a su cliente ideal? ¿Si su negocio es B2B, donde se encuentran las compañías que son su cliente? 24

R/ En base a que nuestra compañía se basa en un modelo B2B, estaremos enfocados a las empresas de montería para implementar el marketing digital a cada una de ellas para así lograr un incremento en sus ventas y su productividad.

### **Cliente ideal**

1. Clientes sinceros
2. Clientes confiables
3. Clientes con actitud positiva
4. Clientes con buena empatía
5. Clientes leales

### **Entorno del cliente**

Los clientes demuestran un sentido de empatía, valoran la estrategia de crear nuevos canales de ventas, innovando cada día la forma de producción, comercialización y distribución de sus productos o servicios.

### **Necesidades más urgentes de los clientes**

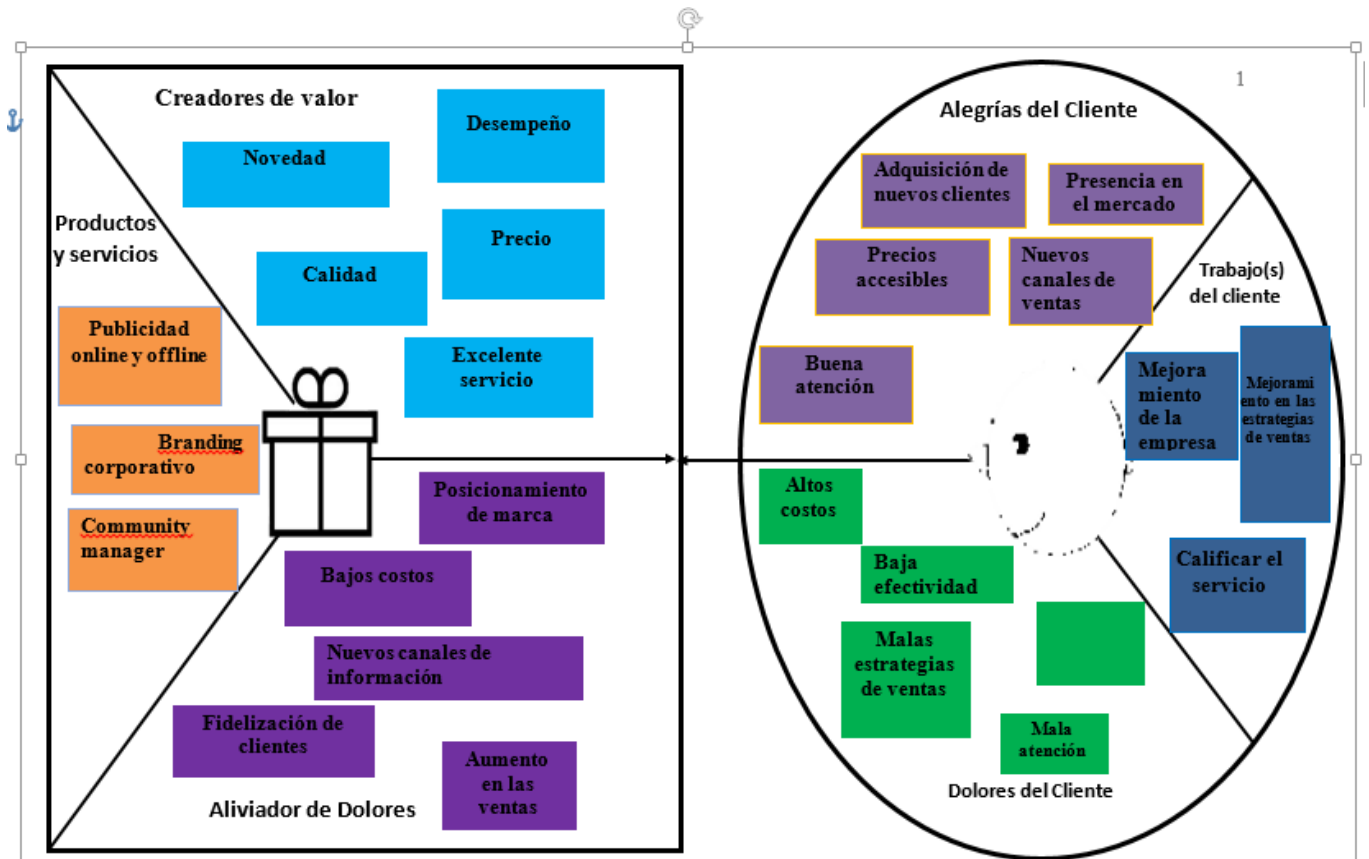
- Potenciar su estrategia de mercado
- Necesitan mejorar su plan estratégico
- Generar más ventas

Nuestro clientes gozaran de una atención amable y profesional, al contratar nuestros servicios están asegurando que su presencia dentro del mercado será vista por muchos potenciales clientes y a la vez afirmaran a los clientes ya existentes, nuestros servicios ayudaran al empresario y también a los clientes ya que nuestra meta es diversificar los canales de atención, venta y distribución de los productos, ofreciéndoles herramientas tecnológicas que facilitaran el trabajo y mejoraran la imagen de la compañía.

Nuestra ventaja competitiva radica en que las empresas que ofrecen los servicios de publicidad lo hacen basado en la publicidad OFFLINE por lo cual nuestro portafolio supliría ese vacío que existe en el mercado ya que en la ciudad de Montería carecen de agencias especializada en marketing digital, viéndolo desde este punto no tenemos competencias directas que hagan o posean el mismo portafolio nuestro.

### **Sustentación del segmento de mercado**

La ciudad de montería consta 4.864 empresas registrada ante cámara de comercio, el 98% son microempresas dedicadas a la venta de artículos, por lo cual esta situación se traduce en una continua competencia entre empresas en donde aquella que tiene ventaja competitiva o estrategia segmentadas son las que van a sobresalir y a permanecer en el mercado, por anterior podemos asegurar que gran cantidad de empresas están interesadas en nuestro portafolio.



## 8. Diseño del producto

### Definición estratégica

La ley que controla la publicidad visual exterior en Colombia es la 140 de 1994, que la define como el medio masivo de comunicación que busca informar a través de elementos visuales como leyendas, inscripciones, dibujos y fotografías, desde las vías de uso público.

**Artículo 29. Fuerza Vinculante.** Las condiciones objetivas y específicas anunciadas 27 en la publicidad obligan al anunciante, en los términos de dicha publicidad.

**Artículo 30. Prohibiciones Y Responsabilidad.** Está prohibida la publicidad engañosa. El anunciante será responsable de los perjuicios que cause la publicidad engañosa. El medio de comunicación será responsable solidariamente solo si se comprueba dolo o culpa grave. En los casos en que el anunciante no cumpla con las condiciones objetivas anunciadas en la publicidad, sin perjuicio de las sanciones administrativas a que haya lugar, deberá responder frente al consumidor por los daños y perjuicios causados.

**Artículo 31. Publicidad De Productos Nocivos.** En la publicidad de productos que por su naturaleza o componentes sean nocivos para la salud, se advertirá claramente al público acerca de su nocividad y de la necesidad de consultar las condiciones o indicaciones para su uso correcto, así como las contraindicaciones del caso. El Gobierno podrá regular la publicidad de todos o algunos de los productos de qué trata el presente artículo.

**PARÁGRAFO.** Lo dispuesto en este artículo, no podrá ir en contravía de leyes específicas que prohíban la publicidad para productos que afectan la salud.

**Artículo 32. Causales De Exoneración De Responsabilidad.** El anunciante solo podrá exonerarse de responsabilidad, cuando demuestre fuerza mayor, caso fortuito o que la publicidad fue adulterada o suplantada sin que se hubiera podido evitar la adulteración o suplantación.

**Artículo 33. Promociones y Ofertas.** Los términos de las promociones y ofertas obligan a quien las realice y estarán sujetas a las normas incorporadas en la presente ley.

| FICHA TECNICA DEL PRODUCTO   |  |
|--|--|
| Nombre del producto o servicio   | Rocket Soluciones Digitales  |
| Composición del producto / líneas de servicio o portafolio.                      | Página web, publicidad online, redes sociales.   |
| Normas de calidad  | Nuestro portafolio destacara por su gran calidad en recursos utilizados y su utilización adecuada, así mismo como el cumplimiento de todas nuestras obligaciones con el cliente. |
| Presentaciones comerciales / combos, paquetes especiales                         | Paquetes publicitarios y asesorías especializadas desde 500.000 hasta 5.000.000 de pesos.  |
| Tipo de empaque o embalaje / canal de información                                | <a href="http://www.rocketdigitales.com.co">www.rocketdigitales.com.co</a>   |
| Material de empaque / publicidad, brochure                                       | Instagram: @ rocketdigitales<br>Facebook: rocketdigitales<br>YouTube: rocketdigitales<br><a href="http://www.rocketdigitales.com.co">www.rocketdigitales.com.co</a>              |
| Vida útil estimada / garantía  | El paquete de servicio tendrá vida útil mientras el servicio sea solicitado o requerido.   |
| Porción recomendada, servicios adicionales / recomendaciones por tipo de cliente | Servicio de alta calidad, cumplir objetivos  |

## 8.2 Ciclo de vida

### Definición estratégica

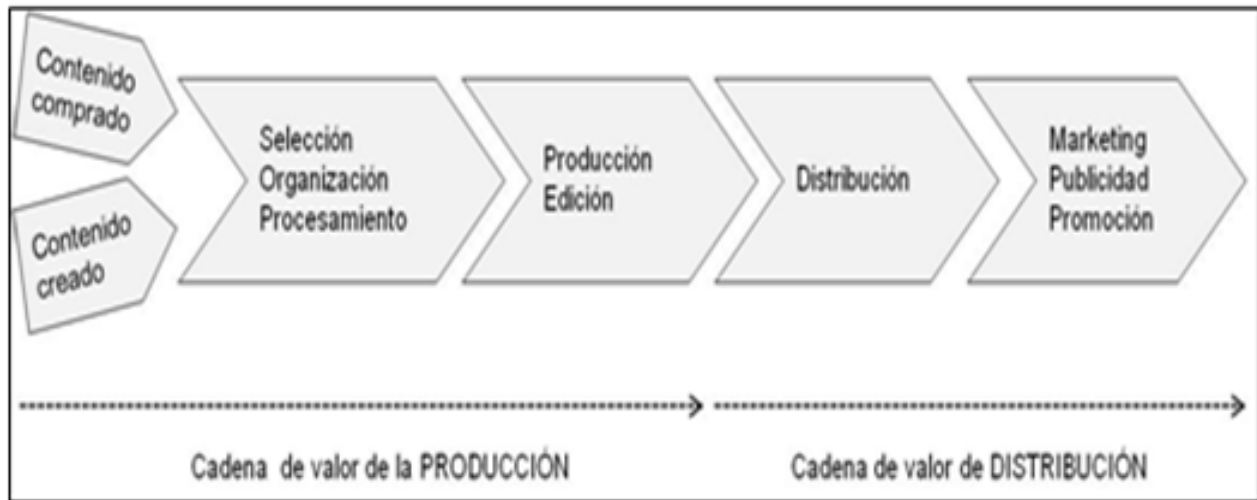
- Conocer las ventajas que ofrece el Marketing on-line con respecto al Marketing tradicional.

- Evaluar la adecuación de los distintos formatos publicitarios online para la consecución de los objetivos de comunicación fijados por la empresa y establecer un plan de soportes que optimice el grado de impacto y recuerdo de la campaña de comunicación.
- Proporcionar una visión amplia sobre el Marketing en el entorno de Internet.
- Abordar el estudio de los aspectos del marketing estratégicos, con el objeto de que se obtenga una idea integral a la hora de plantearse la creación y el rentable aprovechamiento de un negocio apoyado en las Nuevas Tecnologías.
- Aprender a planificar una campaña de email marketing integrada dentro de su estrategia de Marketing Online.
- Conocer los factores clave para diseñar emails totalmente efectivos y analizar los resultados obtenidos en cada envío.

### **Diseño de concepto**

Realice una lista de los materiales y la maquinaria que requiere para la elaboración del producto o servicio:

- 2 Computadores Dell Core i5 8gb ram 1 Tb de disco duro
- 2 Tablet Samsung galaxy
- 2 celulares Iphone 11 Pro
- 1 tabla digitadora Wacom
- 1 Cámara fotográfica profesional con todos los accesorios. Nikon



**Canal de distribution**



**Indicadores de calidad**

**Cobertura:**

Se define como la proporción entre el número de artículos disponibles en los mercados y las personas que demandan una necesidad que espera ser satisfecha. Este indicador es propio de proyectos que buscan penetrar de forma masiva entre los consumidores o que están pensados a largo plazo. Sin embargo, no siempre es así. A veces basta con que una empresa cubra los pocos



frentes en los que suele desempeñarse para obtener un indicador positivo en términos de cobertura.

31

## **2. Eficacia:**

La eficacia no es otra cosa que la relación entre un producto disponible y la necesidad para la que ha sido creado. Cuando esta relación es positiva, la eficacia del producto es alta. Pero si la necesidad del cliente sigue sin ser atendida tras la adquisición de dicho producto, el indicador es negativo. Algo en el proceso ha fallado.

## **3. Indicadores de eficiencia.**

Miden la cantidad de recursos que necesita el proceso para conseguir un determinado nivel de eficacia. Ejemplos: Minutos dedicados a cada paciente, Número de enfermeras en una unidad.

## **4. Valoración de ventas:**

El volumen de ventas es, sin duda, el elemento más empleado para medir la calidad de un producto. Vender mucho casi siempre es sinónimo de éxito: indica que el artículo ha tenido una buena acogida y que ha generado gran interés. No obstante, esta relación no supone en todos los casos un grado alto de calidad. Se puede vender mucho sin que el producto sea del todo bueno.

## **5. Satisfacción del cliente:**

De hecho, el siguiente paso tras la venta de un producto es la evaluación del grado de conformidad de quien lo ha adquirido. La venta no garantiza satisfacción. Numerosos ejemplos dan cuenta de ello. Al utilizar este indicador, las empresas deben desplegar varias vías de retroalimentación para poder evaluar con acierto lo que se conoce como la etapa de post-venta, que es crucial de cara a nuevas líneas de producción.

## **6. Competitividad:**

Hace referencia a la capacidad de las empresas para explotar aquellas cualidades que hacen distintos a sus productos. También tiene que ver con el nivel de adaptación a las dinámicas

del mercado y a la capacidad de innovación y cambio. Un producto incapaz de competir es, 32  
por lo general, un producto de escasa calidad.

### Costo de producción

| Concepto     | Valor             |
|--------------|-------------------|
| Insumos      | 3,200,000         |
| Arriendo     | 1,000,000         |
| Energía      | 450,000           |
| Agua         | 120000            |
| Personal     | 6,900,000         |
| <b>Total</b> | <b>11,670,000</b> |

### 9. Precio de venta

|                                |                     |
|--------------------------------|---------------------|
| Costo unitario de materiales   | \$ 300.000          |
| Costo unitario de mano de obra | \$ 800.000          |
| Costo unitario de CIF          | \$ 100.000          |
| <b>Costo total unitario</b>    | <b>\$ 1.200.000</b> |

## ¿POR QUÉ ELEGIRNOS?

Somos una empresa dedicada al diseño y desarrollo en la nube, siempre innovando en todos los sectores; comprometidos con el desarrollo de sus clientes brindando valor a través de los servicios y productos de tecnología que brindamos.

1 *Ayudamos a que tus clientes tengan la mejor experiencia en tu negocio virtual.*

2 *Contarás con un equipo experto para que tu negocio se posicione rápidamente en los diferentes motores de búsquedas.*

3 *Monitoreo constante de tu sitio web, análisis del mercado digital.*



4 *Podrás aumentar tus ventas con nuestros servicio de tiendas online.*

5 *Es la estrategia comercial más económica y la mejor forma de seleccionar el público objetivo.*

6 *Te ayudamos abrir nuevos clientes y fidelizar a los que ya tienes.*

# NUESTROS SERVICIOS

-  PLANES MANEJO SOCIAL MEDIA (REDES SOCIALES)
-  GESTIÓN CAMPAÑAS SEM (SEARCH ENGINE MARKETING)
-  ASESORÍAS MARKETING DIGITAL



## PLANES MANEJO SOCIAL MEDIA



| Plan Básico  | Plan Medium  | Plan Premium   | Plan Avanzado  |
|--|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>✓ Estrategia básica mensual.</li><li>✓ Manejo de 1 red social</li><li>✓ 1 Publicación diaria.</li><li>✓ Diseño de portada y perfil según la temporada.</li><li>✓ Informe básico mensual de actividades y resultados.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>✓ Estrategia básica mensual.</li><li>✓ Manejo de 2 red social</li><li>✓ 2 Publicación diaria.</li><li>✓ Diseño de portada y perfil según la temporada.</li><li>✓ Informe básico mensual de actividades y resultados.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>✓ Estrategia básica mensual.</li><li>✓ Manejo de 3 red social</li><li>✓ 3 Publicación diaria.</li><li>✓ Diseño de portada y perfil según la temporada.</li><li>✓ Informe básico mensual de actividades y resultados.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>✓ Estrategia básica mensual.</li><li>✓ Manejo de 4 red social</li><li>✓ 4 Publicación diaria.</li><li>✓ Diseño de portada y perfil según la temporada.</li><li>✓ Informe básico mensual de actividades y resultados.</li></ul> |

|   |   |   |  |  |
|---|---|---|--|--|
| <b>Problema:</b><br>Nuestros clientes presentan bajas cantidades de ventas y nuestra idea de negocio o servicio pretende impulsar las ventas y aumentar sus utilidades.                           | <b>Solución:</b><br>1 Innovación<br>2 Transformación<br>3 Implementar nuevas estrategias.   | <b>Propuesta de Valor única:</b><br>Nuestra propuesta se basa en potenciar aquellos negocios que lo requieran implementando estrategias efectivas de ventas e implementación de nuevos canales para la adquisición de nuevos clientes.  | <b>Ventaja especial:</b><br>Nuestra estrategia se fundamenta en ofrecer un servicio personalizado a cada cliente.            | <b>Segmento de clientes:</b><br>Nuestros clientes objetivos son todos aquellos que por su actividad económica se consideren empresarios. |
|   | <b>Métricas Clave:</b><br>La efectividad de la publicidad que se está brindando según la analítica ofrecida por la plataforma online. |   | <b>Canales:</b><br>. Por medio de redes sociales.<br>. Por medio de publicidad impresa.<br>. Por medio de página web propia. |  |
| <b>Estructura de costos:</b><br>2 Computadores \$ 4.000.000<br>2 Tablet \$ 1.100.000<br>2 Celulares \$ 4.500.000<br>1 Tabla digitadora 1.500.000<br>1 Cámara fotográfica profesional \$ 4.500.000 |   | <b>Fuentes de ingresos:</b> Nuestra principal fuente de ingreso será por el pago de los diferentes contratos que se realicen con los clientes, ya sea por pautas publicitarias, creación de nuevos canales de ventas, manejo de redes sociales o publicidad impresa que se haya acordado.<br><br>Nuestros precios serán variados dependiendo de lo que desee el cliente oscilando entre \$ 500.000 a \$ 10.000.000. |  |  |

### Objetivo de la investigación

Identificar las necesidades existentes por la falta de estrategias innovadoras y de marketing que tienen actualmente las empresas de montería.

### Tipo de investigación

Nuestra investigación será cuantitativa donde conoceremos las diferentes empresas que presentan falencias en cuanto a las estrategias de comercio, identificaremos el perfil de cada una de ellas para tener una idea mucho más precisa de sus necesidades, mediante esta investigación sabremos que modelos estratégicos podremos desarrollar para ofrecer soluciones más efectivas a las necesidades de cada empresa.

### Encuesta de investigación de mercado

#### Régimen de la empresa

Simplificado

Común

#### Tipo de empresa

De producto

De servicio

#### ¿Cuenta con servicio de marketing?

Si

No

#### ¿Conoce que empresa brinda servicio de marketing digital?

Si

No

**¿Conoces los beneficios de implementar marketing digital en tu empresa?**

Si

No

**¿Estas interesado en implementar marketing digital en tu empresa?**

Si

No

Tal vez

**¿En qué producto de marketing estas interesado?**

Redes sociales

Ecommerce (comercio electrónico)

Posicionamiento de marca

Publicidad en línea

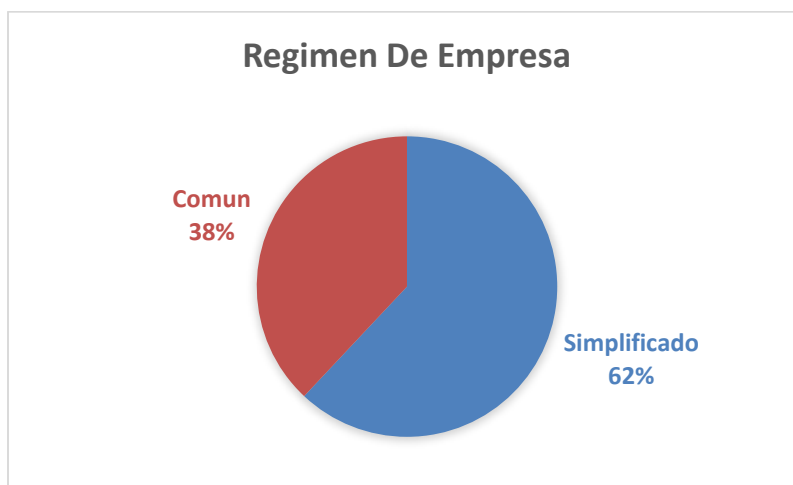
**¿Estarías interesado en escuchar nuestra propuesta de negocios?**

Si

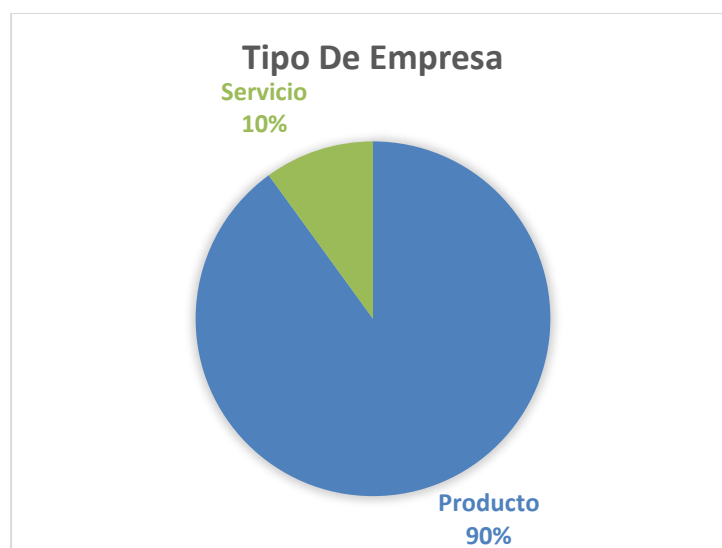
No

**Tamaño de la muestra**

La muestra elegida para la toma de la encuesta será de 50 negocios o empresas de la ciudad de montería.



En base a la gráfica podemos determinar que la mayoría de las empresas encuestadas son pequeños comerciantes lo cual constituye el 62% de la muestra, siendo las empresa de régimen común.

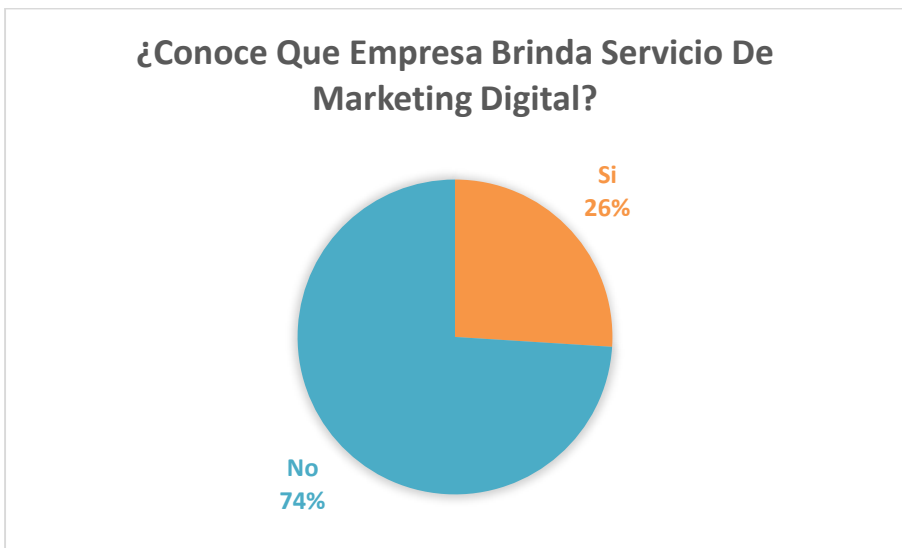


Se puede determinar que la mayoría de tipo de empresa pertenece al comercio de producto con un 90% en base a la muestra tomada y el 10% pertenecen a empresas del sector servicio.

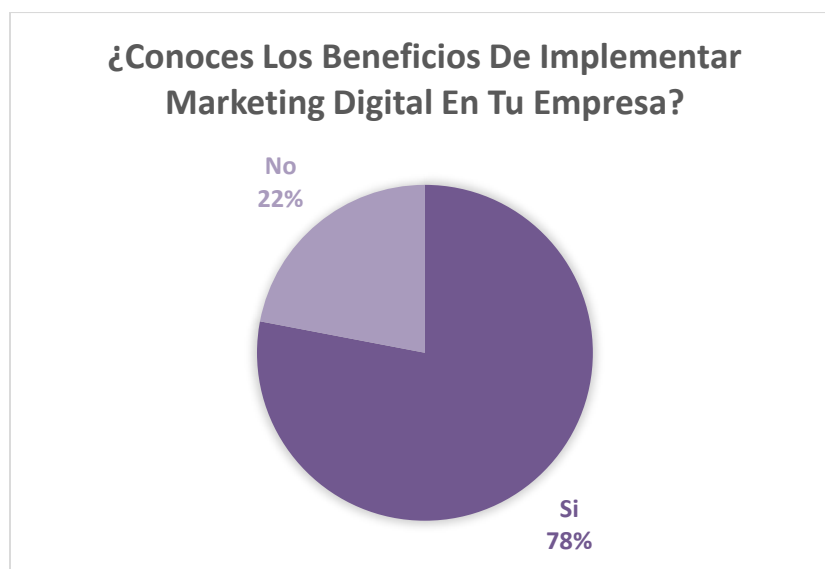




Con esta grafica se puede concluir que la gran mayoría de las empresas no cuentan con un servicio de marketing digital.



Hemos detectado que la mayoría de negocios y empresas no tienen conocimiento de empresas que brinden tal servicio, esto puede ser debido a que en la ciudad de montería son muy pocas las empresas que lo ofrecen.



Podemos evidenciar que la gran mayoría de empresas encuestada conocen los beneficios o han escuchado de ello, esto hace que tengamos mucha más posibilidad de convertirlos en clientes ya que se encontraran familiarizados con nuestro modelo de negocios.



Se evidencia que el 70% de las empresas están interesadas en implementar marketing digital dentro de su empresa, pese a que un 20% de los encuestados están indecisos pueden ser potenciales clientes, el 10 % que dijeron que no pudo deberse a malas experiencias con estrategias fallidas que pudieron generar pérdidas en sus negocios.



Se puede concluir que la mayoría de las empresas están interesadas en redes sociales así como en comercio electrónico, identifican las tendencias actuales de comercio por lo que estas están generando más impacto en la economía, identificamos que los encuestados tienen un poco de dominio respecto al tema y su relevancia en su aplicación de estrategia de comercialización.



Concluimos que el 98% de las empresas encuestadas están interesadas en escuchar nuestra propuesta de negocios, por lo que se puede decir que nuestra idea tiene gran aceptación al público objetivo, esto representara un punto positivo para el éxito de nuestra idea de negocio Rocket Soluciones Digitales

## **14. Lecciones aprendidas y recomendaciones**

Después de haber desarrollado nuestro plan de negocios concluimos que es viable su realización, partiendo desde varios puntos de vista:

Descubrimos que el mercado actual esta carente de estrategias innovadoras de marketing, que ayuden a las empresas a desarrollar un modelo óptimo de negocios en un mundo más globalizado y más digital que nunca, evidenciamos falencia dentro de las empresas por la falta de este, cabe aclarar que en la ciudad donde se desarrollaron la encuesta de investigación de mercado no existen empresas especializadas en marketing digital por lo que se hace fundamental brindar acompañamiento a estas empresas.

Partiendo de la necesidad que vimos en las empresas podemos ver una gran aceptación para nuestro proyecto ya que las empresas se han dado cuenta que la tecnología es su aliado fundamental a la hora de implementar estrategias de comercios efectivas.

El estudio de mercado nos ayudó a conocer las necesidades principales de nuestros potenciales clientes, así como también contribuyo a calcular el grado de aceptación que tendremos en el mercado, esto se traduce parcialmente en una idea de negocio exitosa.

- Content, R. R. (21 de 04 de 2019). *rockcontent*. Obtenido de rockcontent:  
<https://rockcontent.com/es/blog/empresas-de-marketing-digital-en-colombia/>
- Eggs, J. (15 de 09 de 2014). *marketinados.com*. Obtenido de marketinados.com:  
<https://marketinados.com/la-matriz-foda-del-marketing-digital/>
- Merino, C. R. (s.f.). *marketingdigital.bsm.upf.edu*. Obtenido de marketingdigital.bsm.upf.edu:  
<https://marketingdigital.bsm.upf.edu/e-commerce-comercio-electronico/>
- Parada, P. (s.f.). *pascualparada*. Obtenido de pascualparada:  
<http://www.pascualparada.com/analisis-pestel-una-herramienta-de-estudio-del-entorno/>