

NEEDS DIGITAL CONSULTING S.A

Fabian Santiago Páez Rodríguez

Marco Esteban García Pachón

Esteban Madero González

Universidad Santo Tomás

Facultad de Comunicación social para la paz

Énfasis en Comunicación organizacional

Bogotá D.C

27 de noviembre 2018

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS, BOGOTA – COLOMBIA.

NEEDS DIGITAL CONSULTING S.A

Fabian Santiago Paez Rodriguez

Marco Esteban García Pachón

Esteban Madero González

Trabajo de grado para optar al título de Comunicador Social

Director

Yivany Andrea García Castañeda

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA LA PAZ

BOGOTÁ D.C

2018

Dedicatoria.

Este trabajo de grado está dedicado a todas nuestras familias, que gracias a su esfuerzo, dedicación, sacrificio y apoyo incondicional el desarrollo de este proyecto fue posible. A nuestros padres quienes fueron el pilar fundamental para poder estar en estos momentos.

A todos nuestros compañeros de la universidad, y que a lo largo intercambiamos conocimientos que hoy nos ayudan a la realización de este proyecto.

Agradecimientos.

Gracias a Dios, porque hemos podido cerrar un ciclo maravilloso y muy grande en nuestras vidas, gracias por todo lo que nos ha dado y por lo que somos ahora; a nuestra Universidad Santo Tomás que nos dio la oportunidad de aprender día a día y contribuir a formarnos como grandes seres humanos y profesionales, a nuestra maravillosa facultad de Comunicación social para la paz, la cual fue un apoyo incondicional a lo largo de la carrera y a la que vamos a representar con orgullo. A cada uno de nuestros profesores por brindarnos sus conocimientos, consejos, experiencias, confianza y formación; en especial a Yivany Andrea García Castañeda, quien fue la persona encargada de apoyarnos y formarnos en todo este proceso, con el desarrollo de este proyecto, por sus recomendaciones, sus asesorías y los aportes como profesional.

Con todo cariño para nuestros padres quienes con esfuerzo nos dieron la oportunidad de estar parados aquí sustentando nuestro proyecto de grado, les agradecemos por apoyarnos siempre y porque nos dieron el privilegio de estudiar y tener una profesión que amamos y amaremos por el resto de nuestras vidas, no fue fácil, pues hubo momentos en los que creímos no poder, pero siempre estuvieron con nosotros con palabras de aliento, guiándonos en este largo camino. Finalmente, a todas esas personas, colegas y amigos que nos brindaron su apoyo para el logro de nuestros objetivos.

Índice.

1. NOMBRE DE LA EMPRESA

2. LOGO

3. INTRODUCCIÓN

4. EL NEGOCIO

4.1 Fundamentación

4.2 Descripción de la Empresa.

4.3 Planteamiento estratégico: misión, visión, objetivos, valores corporativos y organigrama.

4.4 Postura ética: competencia, ámbito empresarial, cliente y formación humanista de la universidad.

4.5 Descripción producto o servicio.

4.6 Etapas del proyecto

4.7 La Comunicación y su aporte en la idea de negocio.

4.8 Marco legal

5. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO y/o SERVICIO

5.1 Producto o servicio.

5.2 Plus o ventaja competitiva.

5.3 Características del producto y/o servicio.

5.4 Productos o servicios similares en el mercado.

5.5 Registro de empresas que trabajan en el mismo sector.

5.6 Aporte del modelo de negocio en términos de innovación.

5.7 El producto y/o servicio y su representación como una solución única.

6. EQUIPO DE TRABAJO Y SISTEMA DE NEGOCIO

6.1 Equipo de trabajo

6.2 Red de contactos

6.3 Aliados del negocio

6.4 Ventajas de las alianzas.

6.5 Recursos adicionales.

7. PLAN DE MERCADEO

7.1 El cliente

Caracterización de los clientes o grupos potenciales.

Necesidades y problemas más significativos del cliente.

Razones por las que compra un cliente.

Estrategias comunicativas para la persuasión del cliente

Medios de comunicación para captar la atención del cliente.

7.2 La competencia

Perfil de la competencia.

Diferencial del producto o servicio frente a la competencia.

Análisis del entorno: ubicación geográfica de la competencia y análisis de ese entorno.

7.3 Precio producto y/o servicio

Precio del producto y servicio.

Precio del producto y/o servicio de la competencia.

Precio que el cliente está dispuesto a pagar

Métodos de pago ofrecidos por el modelo de negocio.

7.4 Canales de distribución del producto y/o Servicio, captación de clientes y

posicionamiento de la marca

Canales de distribución del producto y/o servicio

Canales de comunicación para llegar a los clientes

Estrategia de posicionamiento

8. ANÁLISIS DE RIESGOS

Financieros: viabilidad en la captación de recursos.

Legislativos: requisitos legales.

Mercado: incremento de la competencia, daños técnicos, baja productividad, menor y mayor aceptación del producto o servicio.

9. PLAN FINANCIERO

Inversión mínima requerida para iniciar operaciones.

Tiempo establecido para la recuperación de la inversión.

Financiación externa de ser necesaria.

Definición de:

Costos fijos.

Costos Variables.

Punto de equilibrio.

10. LIENZO MODELO DE NEGOCIO - CANVAS

Segmento Del Cliente.

Propuesta Valor.

Canal.

Bloque De Relación Con El Cliente.

Modelo De Ingresos.

Actividades Clave Que Debo Desarrollar.

Recursos Clave.

Alianzas Clave O Socios Clave.

Estructura De Costos.

BIBLIOGRAFÍA O CIBERGRAFÍA

LISTA DE GRÁFICAS Y TABLAS

Gráfica 1. Logo Oficial Needs Digital Consulting

Gráfica 2. Aplicación del logo incorrecta

Gráfica 3. Aplicación correcta del logo de la organización

Gráfica 4. Shell aprobado por la organización

Gráfica 5. Organigrama Needs Digital Consulting

Gráfica 6. Logo Oficial Sionica

Gráfica 7. Logo Oficial ERBrands

Gráfica 8. Logo Oficial Middi Web

Gráfica 9.

Gráfica 10.

Gráfica 11.

Gráfica 12.

Gráfica 13.

Gráfica 14.

Gráfica 15.

Tabla 1. Colores autorizados para el uso de la imagen corporativa.

Tabla 2. Etapa 1, Creación de la empresa

Tabla 3. Etapa 2, Implementación del portafolio de servicios

Tabla 4. Etapa 3, Estrategias de Marketing Digital

Tabla 5. Competidores directos

Tabla 6. Equipo de trabajo Needs Digital Consulting

Tabla 7. Posibles clientes

Tabla 8. Posibles Proveedores

Tabla 9. Aliados del modelo de negocio

Tabla 10. Perfil competencia de Sionica

Tabla 11. Perfil competencia ERBrans

1. NOMBRE DE LA EMPRESA (FULL COLOR).

Gráfica 1.

Logo oficial Needs Digital Consulting.



Fuente: Elaboración propia.

2. LOGO

Para nuestra compañía, se propone el uso de colores que transmiten creatividad, éxito, lealtad, esto mediante el uso de colores vivos (azul, verde, naranja) y la transparencia y seriedad de la organización frente a sus grupos de interés a través del color blanco y negro respectivamente. Además, se emplean tipografías que transmitan la idea de modernidad, seriedad e innovación mediante el uso de fuentes Sans Serif (sin remates o terminaciones).

Tipografía: EXO N° 36

Colores:

- **Blanco:** Frescura, verdad, transparencia, sabiduría y madurez.
- **Negro:** Poder, elegancia, seriedad.
- **Azul:** Lealtad, la confianza, la sabiduría, la inteligencia, la fe, la verdad. Además, transmite un efecto tranquilizador en las personas.
- **Verde:** Sugiere estabilidad, resistencia, armonía y crecimiento.
- **Naranja:** Tiene un efecto de atracción, además, representa la creatividad, el éxito, y también es un color que encaja con la gente joven.

Adicionalmente, basados en el manual de identidad corporativa de la organización se ejemplifican algunas formas en las que se debe usar adecuadamente el logo de Needs Digital Consulting basados en su color, forma, y presentación del mismo; tal como se muestra a continuación:






I. Logo

Siempre debe conservarse el área de seguridad equivalente al tamaño de la letra del imogotipo por todos los lados (esta se encuentra de color negro), adicionalmente, este debe contar con un borde de imagen de mínimo 0.5 mm.

II. Colores

La siguiente tabla muestra los colores autorizados según sus equivalencias.

Tabla 1: Colores autorizados para el uso de la imagen corporativa.

Perfil de color	Canal	Blanco 	Negro 	Azul 	Verde 	Naranja 
CMYK	C	0	0	100	19	0
	M	0	0	14	0	29
	Y	0	0	0	73	82
	K	0	100	21	20	6
RGB	R	255	1	0	165	239
	G	255	1	173	204	169
	B	255	1	202	55	44
WEB		#FFFFFF	#010101	#00ADCA	#A5CC37	#EFA92C

Fuente: Elaboración propia.

III. Aplicaciones - Excepciones

Nunca podrá usarse el imogotipo sobre colores, fotografías o tramas. En ese caso deberá ubicarse sobre una reserva negra o en su defecto blanca.

Gráfica 2: Uso incorrecto de la imagen corporativa.



Autor: Elaboración propia.

Gráfica 3: Aplicación correcta del logo de la organización.



Autor: Elaboración propia.

IV. Papelería

La papelería no debe llevar Icontec porque no hay un código genérico que aplique a todos los servicios.

Gráfica 4: Shell aprobado por la organización. Autor: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

V. Firma y Mailings

Los correos electrónicos deben llevar la firma personal en este orden: nombre, cargo, Needs Digital Consulting, dirección de ubicación, teléfono con extensión, mail corporativo y web. *Sin colores ni imágenes del logosímbolo o emoticones.*

Fabian Santiago Paez Rodriguez
Líder Administrativo
Needs Digital Consulting
Cra 19b # 93-48, 2945876 ext 14405
fspaez@needsdigitalconsulting.com

Letra Arial normal de 11 pt de tamaño, justificado a la izquierda

3. INTRODUCCIÓN

Las consultoras, son empresas conformadas por personas profesionales y expertos en el asesoramiento de la creación o desarrollo de las funciones de una organización. Estos tienen la capacidad técnica de planear, ejecutar y verificar estrategias pensadas para el fortalecimiento en cada uno de los objetivos requeridos por los clientes.

Esta idea de negocio surgió por la necesidad de las empresas para no estar a la vanguardia de las tecnologías, es por esto que nace Needs Digital Consulting, donde el principal objetivo de la empresa es asesorar e implementar de la mejor maneras alternativas comunicacionales que ayuden al cliente a sobre salir en el mercado que pertenece. Se creó un catálogo a la medida de servicios, esto después de realizar una indagación sobre cuál era la necesidad de las compañías en el siglo XXI.

En el transcurso del trabajo, se evidenciará la conformación de una consultora especializada en el marketing digital, donde profesionales en comunicación se encargaran de crear contenidos innovadores o actualizados en las últimas tendencias digitales, estos dirigidos para empresas medianas de Colombia en primera instancia, con una visión de competirle a las grandes consultoras del país. En cada uno de los ítems se encontrará información relacionada con el negocio, servicios, equipo de trabajo y el sistema de negocio, con un paso a paso detallado de Needs Digital Consulting.

Es por esto que Needs Digital Consulting nace a pesar de la cantidad de emprendedores que tiene Colombia, no más 728.784mil personas crearon empresa en la

ciudad de Bogotá en solo el año 2017. Queremos que nuestra empresa sea reconocida en 5 años entre las mejores medianas empresas de consultoría especializadas en marketing digital.

4. EL NEGOCIO

4.1 Fundamentación

En los últimos años, las consultoras han ido en un aumento considerable, pues distintas empresas de diferentes sectores de la economía han comenzado a reconocer la importancia de adquirir los servicios de organizaciones especializadas en determinados campos de acción, las cuales presenten propuestas de valor con el fin de fortalecer y mejorar en ciertos aspectos en donde estas tengan necesidades y el deseo de mejorar varios aspectos de la organización.

Dado lo anterior, uno de los socios líderes de la consultora Baker Tilly, la cual es una de las más reconocidas en el sector financiero menciona “La consultoría en Colombia ha venido madurando hacia un mercado especializado en el cual las empresas están dispuestas a pagar por propuestas de valor” (Revista Dinero, 2014), dado esto, la creación de empresas consultoras sea cada vez más constante. Pero estas empresas líderes en comunicación han desarrollado varios campos en los cuales las compañías pueden adquirir sus servicios enfocados en las falencias que estas pueden presentar.

Las consultorías a lo largo de los años se han convertido en una oportunidad estratégica para todo tipo de empresas, ya que les da crecimiento en los negocios y estabilidad frente a sus principales competidores. Para Martin Soubelet socio de la Consultora EY, considera que todas las compañías acuden a este servicio porque necesitan una opinión externa para poder solucionar problemas en las cuales está fallando, y así poder guiar un proceso en la cual posiblemente se le puede dar una solución a corto o mediano plazo (Revista Dinero, 2016). Los principales temas en que las directivas de las organizaciones buscan asociarse son:

- ¿Cómo enfrentar la disrupción digital?
- ¿Cómo ser más competitivos?
- ¿Cómo definir los modelos operativos más eficientes?
- ¿Cómo preparar la fuerza de trabajo del futuro?

Con base a ello, surge la necesidad de interactuar cada vez más con los medios digitales y aprovechar todos los beneficios que nos pueden ofrecer las nuevas tecnologías a favor de las organizaciones, como apoyar la productividad de los colaboradores, la satisfacción del cliente, la construcción de productos y la conexión con los públicos de interés. Es aquí en donde las estrategias de marketing digital se vuelven una de las prioridades de las organizaciones a través de las empresas consultoras especializadas en este campo.

Incluso, esta nueva era ha ocasionado el cambio de las dinámicas del mercado y su modelo, pues en este momento los medios digitales y las nuevas han provocado

el cambio de estrategias de marketing y promoción de sus productos o servicios, nos referimos al modelo PULL la cual hace referencia a la atracción del cliente mediante acciones cuyo fin sea comunicar y no presionar al consumidor, permitiendo la interacción del “vendedor” con el consumidor a otro nivel.

Katheryn Martin, representante de una de las empresas líderes en el marketing digital, menciona en cuanto a la importancia de este aspecto que “las empresas colombianas deben asesorarse en marketing digital y en implementación de estrategias en entornos móviles y web, debido a que las tendencias cada vez llevan más a los usuarios al uso de artefactos tecnológicos, a interactuar y a dejar en manos de las plataformas digitales desde su vida cotidiana hasta su profesión” (EL UNIVERSAL, 2016).

Por otro lado, la idea de negocio está pensada en crear una consultoría la cual se entiende como “una empresa formada por expertos y profesionales en el asesoramiento para la creación o el desarrollo de una empresa. Los profesionales de la consultoría tienen experiencia teórico-práctica para crear un proyecto para una desarrollar un negocio” (Rivero, 2018). Razón por la cual, este plan de negocio ha tomado mucha fuerza en los últimos años a pesar de que esta “forma de transmisión de conocimiento prácticamente existe desde los orígenes de la especie humana” (Rivera, 218).

El objetivo principal de una consultoría es brindar un servicio “en el cual los propietarios, directores de empresas y funcionarios públicos puedan recurrir si

sienten la necesidad de ayuda o asesoría en la solución de diversos problemas y en la implantación de procesos de mejora continua” (Sincal, 2018). Es de ahí que en las distintas actividades económicas, se presenten consultoras capaces de ofrecer esta ayuda a las empresas, en este caso, se presenta la oportunidad de ayudar a las empresas a adaptarse a un nuevo modelo de mercado en el cual se encuentran inmersas las nuevas tecnologías a través del marketing digital.

El marketing Digital es una tendencia que ha cogido mucho furor en las organizaciones, ya que es la manera de aplicar estrategias de comercialización o mercadeo en medios digitales, estas herramientas contribuyen a un funcionamiento de la información o de la comunicación más eficaz e inmediata; antes los distribuidores, las empresas y los medios, tenían el control de imponer lo que quisieran de servicio o producto, sin reclamo alguno, ahora la tendencia es a la inversa lo que propone el cliente es a lo que se deben acomodar las organizaciones.

4.2 Descripción de la Empresa. (nombre de la idea de negocio/ Razón Social/ nombre comercial).

- Nombre de la idea de negocio: Needs Digital Consulting
- Razón social: Needs Digital Consulting S.A.S.
- Nombre comercial: Needs Digital Consulting

4.3 Planteamiento estratégico:

Misión

Needs Digital Consulting brinda servicios de consultoría en marketing digital, para aquellas medianas empresas de Bogotá y sus alrededores que necesiten incursionar en las nuevas tecnologías o en el internet, esto para poder generar una nueva oportunidad de negocio, favoreciendo su crecimiento y adaptación a las dinámicas del mercado actual.

Visión

Needs Digital Consulting quiere ser reconocida en 5 años entre las mejores empresas de consultoría especializadas en marketing digital en el país.

Objetivos corporativos

- Posicionar a Needs Digital Consulting en el mercado de agencias consultoras de marketing digital a través de la creación de contenidos e ideas digitales, para que las empresas medianas en la ciudad de Bogotá, sean embajadoras de nuestros servicios y de nuestra marca, con el fin de lograr un posicionamiento o reconocimiento dentro del mercado.
- Crear alianzas estratégicas con distintas organizaciones en diferentes ciudades del país, lo que nos permitirá tener una mayor visibilidad a nivel nacional, y además, brindar una mayor comodidad y facilidad frente a las empresas que requieran nuestros servicios.

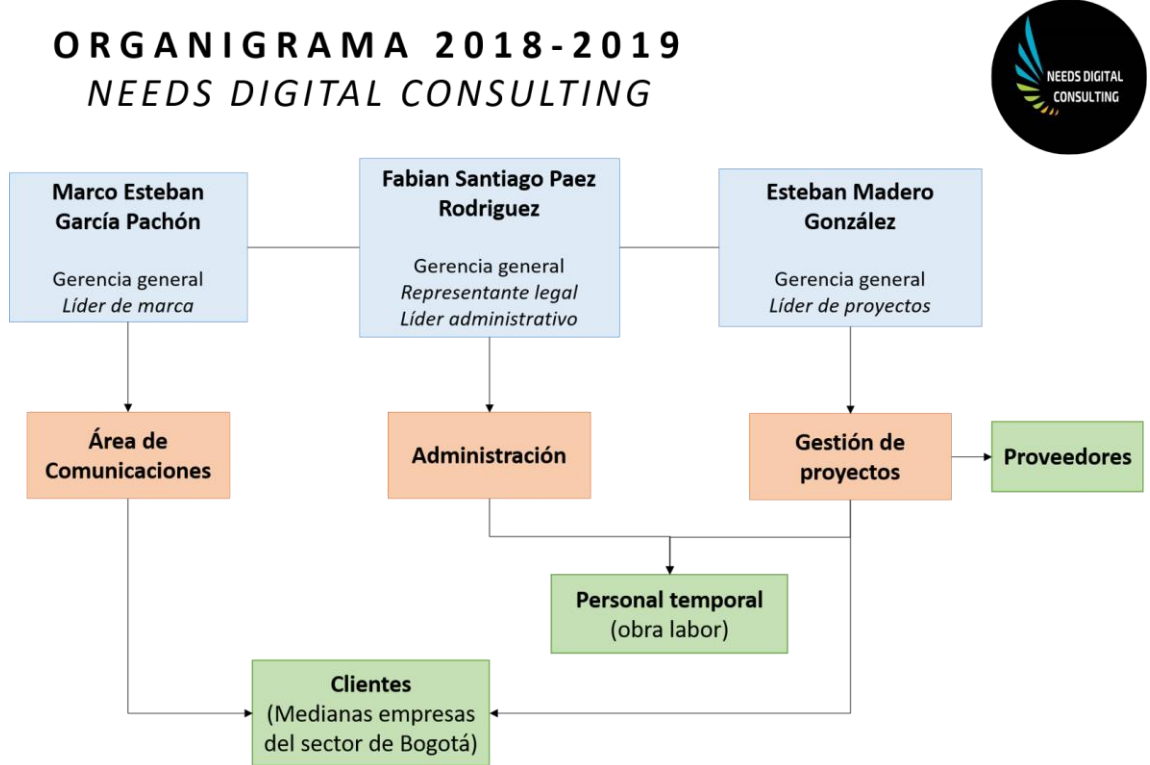
Valores corporativos

- *Lealtad:* Este valor se verá aplicado en la empresa en circunstancias específicas como la confidencialidad en el manejo de la información privada de las organizaciones, transparencia en el manejo de los recursos económicos y documentos públicos.
- *Creatividad e innovación:* Este será el aspecto que identifique y caracterice cada una de las propuestas que se generen a cada uno de nuestros clientes.

Organigrama

Needs Digital Consulting se encuentra conformado por 3 líderes, cada uno encargado de un área fundamental para el funcionamiento de la empresa, (administrativa, comunicaciones y gestión de proyectos), a partir de esto se buscará el servicio de profesionales externos en el apoyo de otras áreas específicas de la organización, tal como se muestra en la siguiente imagen:

Gráfica 5: Organigrama Needs Digital Consulting



Fuente: Elaboración propia

4.4 Postura ética

La ética es la ciencia que tiene como objeto la naturaleza y el origen de la moralidad. La ética está ligada con la moral que rige el obrar del ser humano, esto quiere decir que se enfoca en las normas que ayudan para lograr identificar el bien y el mal, es por esto que la ética es considerada como los principios generales del ser humano, según P. Barroso “la ética es la ciencia filosófico-normativa y teórico-práctica que estudia los aspectos individuales y sociales de la persona” es decir es decir que se rige bajo la conducta del ser humano honesto. Por otro lado según “Aristóteles el ser humano debe siempre estar alineado al perfeccionamiento

personal y el perfeccionamiento se adquiere con uno mismo de siempre ser mejor persona”.

Es decir que en la consultora Needs Digital Consulting la ética tiene que ser un pilar fundamental en los valores que la empresa a medida del tiempo va adquiriendo ya que nuestra compañía se caracteriza por realizar los procesos de la manera más adecuada y correctamente.

Por otro lado la ética empresarial tiene una responsabilidad de brindar el bien común, es un compromiso con el valor del respeto permanente hacía con todos sus socios, empleados, proveedores, inversionistas y acreedores. Las empresas de cualquier naturaleza tiene ciertos niveles éticos que se relacionan o se refieren a la honestidad que también tiene que predominar en los actos y relaciones de la organización con la sociedad, a la calidad de los bienes y servicios que la compañía suministra y a la responsabilidad empresarial como un instrumento necesario para su contribución al bienestar general de la comunidad.

La ética empresarial permite el fortalecimiento del capital humano, genera grandes beneficios de mejoramiento como empresa y como país, ya que las empresas de un país basados en un código de ética, fortalecen su gestión comercial obteniendo confianza para la generación de negocios más estables y confiables en cualquier parte del mundo. La ética acerca de las creencias religiosas se enfoca en no mezclar la religión con el trabajo, es decir, no dejarse llevar por las costumbres

de la religión de cada uno para que no afecte el desarrollo de la empresa y sus colaboradores.

4.5 Descripción producto o servicio.

Needs Digital Consulting, es una empresa privada con ánimo de lucro, la cual pertenece al sector terciario, nosotros ofrecemos un servicio que se centra en brindar ayuda en temas relacionados al marketing digital a empresas medianas, ya que las organizaciones deben desarrollar estrategias digitales las cuales facilitan su implementación y cuentan con herramientas medibles que son más precisas, de esta manera se puede lograr captar un grupo objetivo de clientes mucho más amplio, basado en sus interés y/o gustos.

4.6 Etapas del proyecto (con qué se cuenta y qué se requiere para iniciar el negocio).

ETAPA 1: *Creación de la empresa*

Para la etapa inicial, lo primordial es pensar en la conformación de la empresa a partir de los requerimientos legales por parte de la cámara de comercio de Bogotá, para esto, es importante tener clara cuál es la idea de negocio, su sector económico, y además establecer la imagen corporativa de Needs Digital Consulting.

Tabla 2: Etapa 1, creación de la empresa.

Necesidades	Recursos tangibles e intangibles	Que se necesita?	Con que se cuenta?
Definir idea de negocio	Recursos humanos	Asesoría profesional de diferentes especialistas	Asesoría profesional del ámbito organizacional y conocimientos técnicos.
Definir modelo de negocio	Recursos humanos, documental y tecnológicos	Bases de datos, Bases de clientes potenciales.	Análisis del mercado actual.
Establecer la imagen corporativa.	Recursos humanos, tecnológicos y financieros.	Contratar a una persona que diseñe la marca corporativa.	Conformación de la identidad corporativa.

Formalización de la empresa en la CCB.	Recursos financieros y documental	Documentos de la constitución de la sociedad. Formularios de la CCB. Registro de la matrícula mercantil CCB. Registro Único Tributario (RUT)	Idea de negocio Consultas y conocimientos técnicos previos. Recursos financieros
--	-----------------------------------	---	--

Fuente: Elaboración propia

ETAPA 2: Implementación

Para la segunda etapa, se desarrollará la implementación del portafolio de servicios, el cual consiste en la elaboración de un plan especializado de marketing digital, teniendo en cuenta la realización de una segmentación de clientes objetivos y sus necesidades.

Tabla 3: Implementación del portafolio de servicios.

Necesidades	Recursos tangibles e intangibles	Que se necesita?	Con que se cuenta?
Elaborar portafolio de productos y servicios en Marketing Digital	Recursos humanos	Asesoría profesional de diferentes especialistas	Estudio previo de las debilidades y amenazas de algunas empresas medianas. Análisis de empresas que presenten un tipo de negocio simila.
Elaborar lista de clientes	Recursos humanos y documental	Bases de datos, Bases de clientes potenciales con lo cuales se pueda hacer contacto y conocer sus necesidades y así saber si requieren el servicio.	Análisis del mercado actual.

Fuente: Elaboración propia.

ETAPA 3: Estrategias

La tercera etapa consiste en la creación, promoción y divulgación de las estrategias de marketing digital que ofrece nuestra organización, basadas en la creación de una página web, manejo adecuado de redes sociales, el resto de piezas comunicativas bien sean impresas o audiovisuales.

Tabla 4: Etapa 3, estrategias de marketing digital.

Necesidades	Recursos tangibles e intangibles	Que se necesita?	Con que se cuenta?
Creación de página web y/o manejo de redes sociales.	Recursos humanos, documental y tecnológicos	Asesoría profesional por parte de diseñadores o comunicadores digitales	Asesoría profesional del ámbito organizacional
Creación de piezas comunicativas impresas y audiovisuales (Publicidad).	Recursos humanos, económico y tecnológicos	Asesoría profesional por parte de diseñadores y/o comunicadores sociales, se	Profesionales en comunicación social, proveedor de servicios de plotter

		requiere servicio de impresión y plotter de un proveedor	
--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia.

4.7 La Comunicación y su aporte en la idea de negocio.

La comunicación a lo largo de los años se ha convertido en un pilar fundamental en todas las organizaciones, ya que cada vez somos más conscientes de lo importante que es obtener resultados orientados al logro que se propone cada empresa. Cada una tiene públicos diferentes, es decir que implementa canales de comunicación distintos para poder interactuar e implementar estrategias que permitan conseguir resultados positivos en nuestro caso como consultora en marketing digital brindamos los mejores servicios para que nuestros clientes se sientan satisfechos con nuestro trabajo.

Esta comunicación, para ser efectiva, debe evolucionar con la organización como lo afirma Rafael Alberto Pérez, presidente y fundador del Foro Iberoamericano sobre Estrategias de Comunicación (FISEC): “La comunicación estratégica aporta a las organizaciones un nuevo conocimiento, la transformación hacia una comunicación organizacional, que hace énfasis en la capacidad de escuchar. Por medio de esta metodología la función del comunicador organizacional evoluciona y se transforma; se integra al proceso estratégico de acuerdo con el entorno, se enfoca en la estrategia y se transforma para recuperar al

ser humano, es decir, ser más relacional que racional con el medio” (Redacción Vallempresa365, 2018).

En una empresa es muy importante mantener de la mejor forma la comunicación constante, clara, transparente y correcta. De esta manera podemos medir el rendimiento de la empresa, ya que esto generaría un clima laboral adecuado lo cual facilita las labores de cada uno en la empresa. Según Romero G. (negociar es comunicar) “la negociación es un proceso comunicacional de gran complejidad, mediante el cual interlocutores concretos tratan de resolver una diferencia o conflicto y llegar a un acuerdo que influirá en sus relaciones futuras” (Grupo Emprendedores Lenguas Modernas, 2012). A lo largo de toda la carrera hemos adquirido experiencia en el manejo de todos los programas de diseño los cuales nos facilitan realizar todo nuestro portafolio de servicios, las clases teóricas y actividades de emprendimiento son el complemento para estar capacitados en el desarrollo de una consultoría en marketing digital. Es por esto que surge la idea de crear una empresa relacionada a todo el tema organizacional en el cual podamos brindar soluciones diferenciadoras y confiables.

4.8 Marco legal.

I. Registrarse como persona natural o jurídica

- Original del documento de identidad.
- Formulario del Registro Único Tributario (RUT).
- Formularios disponibles en las sedes de la CCB.
- Formulario Registro Único Empresarial y Social (RUES) 2017

- Formulario adicional de registro con otras entidades (Disponible en la página web de la CCB)

II. Registrar el nombre de la empresa: En primera instancia revisar si el nombre de la organización es único y que no tenga homólogos en cuanto a su escritura o pronunciación, ya que no deben haber dos marcas registradas iguales.

III. Clasificar la actividad económica de la empresa: Se debe registrar en la cámara de comercio de Bogotá al código CIIU, según la clasificación de sus actividades económicas, en esta caso específico corresponde el número 7020, ya que la prestación de asesoría, orientación y asistencia operacional a empresas y otras organizaciones sobre cuestiones de gestión, como la planificación estratégica y organizacional.

IV. Registrar la marca: En este paso se debe verificar que la marca no tiene un registro previo en la cámara de comercio de Bogotá

V. Diligenciar y organizar la documentación exigida: Descargar y diligenciar los formularios de la página web requeridos por la cámara de comercio, el formulario RUES. Estatutos, modelos y guías disponibles en la página Web y fotocopia de las cédulas de los representantes legales.

VI. Presentarse ante la cámara de comercio: Se debe asesorarse de una manera gratuita por un funcionario de la cámara de comercio, solicitar el PRE RUT y la Pre matrícula mercantil.

VII. Apertura de la cuenta bancaria de la empresa: Se debe abrir una cuenta bancaria nombre de la empresa ante cualquiera de las entidades bancarias del país. En el caso de Bancolombia el trámite tiene un costo de 100.000 pesos y presentar la documentación adicional:

- Documento de exoneración GMF
- Diligenciar y aceptar el reglamento establecido por Bancolombia para la apertura de cuenta de ahorros para empresa

VIII. Radicar los documentos: Radicar los documentos ante la cámara de comercio de Bogotá.

IX. Pre aprobación: Tres días después de haber radicado sus documentos, verificar en la página web su estado de pre aprobación.

X. Cita ante la DIAN: Cuando la empresa haya sido pre aprobada, se debe solicitar una cita ante la DIAN, en donde se debe solicitar el RUT y firma digital, la cual se debe descargar en la página web y sincronizar los datos de la empresa.

5. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO y/o SERVICIO

5.1 Producto o servicio.

Nuestra empresa ofrece paquetes de servicios a sus clientes según sus solicitudes, sin salirse del sector de las consultoras de marketing digital; a continuación se mencionan nuestros servicios:

- Posicionamiento del sitio web
- Redes sociales (community manager)
- Fotografía y video
- Branding

5.2 Ventaja competitiva.

Los servicios que ofrece Needs Digital Consulting se basan en las necesidades o requerimientos que tengan compañías medianas en el mercado, ya que estas deben acudir a una consultora con personal especializado, que los puedan guiar en los procesos de comunicación digital que éstas requieran. Needs por medio de seguimientos de redes, blogs, revistas digitales, intranet, entre otros, desarrollara estrategias de comunicación digital, para afianzar el producto o servicio determinado que tenga cada compañía, nuestro portafolio contiene ideas novedosas, para poderlas adaptar cada una al mejoramiento o creación del producto comunicativo digital que se necesite. Es decir que nuestra empresa se diferenciará de otras por el tipo de servicio que ofrecemos, la calidad en las

entregas, el trato con sus clientes y las más modernas instalaciones para que se puedan sentir como en casa.

5.3 Características del producto y/o servicio.

A continuación definiremos cada uno de nuestros servicios para que el cliente tenga claridad de lo que ofrecemos.

Posicionamiento sitio web: Se encarga de posicionar el sitio web del cliente para darle máxima visibilidad en los principales buscadores de internet, fijándonos en la competencia directa en palabras claves, enlaces y en las etiquetas que se le dará a nuestro punto web para generar mayor recordación. Iniciaremos realizando diagnósticos en los cuales podamos identificar las necesidades del cliente frente al producto o servicio a vender y así poderle generar 1. Visibilidad y 2. Mayores ingresos a la compañía.

Redes sociales (Community Manager): Needs Digital Consulting se encargará de manejar las redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, entre otros) de todo tipo de empresa privada o pública. El siglo XXI las redes sociales son el pilar fundamental en todo tema comunicacional, es por esto que se generarán cronogramas y visitas constantes a estos sitios web para determinar qué tipo de información se está ingresando y que alternativas comunicacionales podemos incluir para generar visitas constantes a nuestras redes.

Fotografía y video: Nos encargamos de tomar todo tipo de fotografías y videos que el cliente requiera, ya sea para eventos corporativos o actividades en las cuales la empresa está inmersa o simplemente cuando el cliente solicite el servicio.

Branding: Construimos todo tipo de marcas diferenciadoras para los clientes que lo requieran comprendiendo este como el desarrollo y mantenimiento de un conjunto de atributos y valores inherentes a la marca y por la que esta será identificada por su público.

- Se identificará el servicio que ofrecen
- Manejo de colores corporativos
- Imagen innovadora
- Generar recordación

5.4 Productos o servicios similares en el mercado.

Needs Digital Consulting, está haciendo la investigación correspondiente, para poder obtener la información de los clientes potenciales de estas organizaciones, y así acoplar esas preferencias a favor de nosotros

Gráfica 6: Logo oficial Sionica



Fuente: Página web oficial Sionica

Sionica: Es una organización que está constituida legalmente hace 4 años, son un grupo de 30 jóvenes con diferentes carreras a fines del marketing digital, sus servicios se basan en servicios de Marca, SEO-SEM, Planeación de medios ATL, estrategias BTL, desarrollo enfocado a soluciones que aporten a las campañas de los diferentes clientes.

Gráfica 7: Logo oficial ERBrands



Fuente: Página web oficial ERBrands

ERBrands: Esta empresa, según su página web, se encarga de “facilitar a las organizaciones los principios de marketing para que dominen su mercado meta, teniendo como fundamento la innovación creativa de la sinergia entre el marketing offline y online”. Entre sus servicios se incluyen la consultoría empresarial, posicionamiento SEO, social media, E-Commerce, entre otras.

Gráfica 8: Logo oficial Middi Web



Fuente: Página web oficial Middi Web

Middi Web: Según su página Web, “Es un grupo de profesionales expertos en entender al consumidor y en satisfacer sus necesidades convirtiendo a los clientes en embajadores de su marca y que estos encuentren oportunidades donde otros ven amenazas”. Ofrecen diferentes servicios como lo son Investigación de mercados, diseño web, diseño gráfico, imagen corporativa.

5.5 Registro de empresas que trabajan en el mismo sector.

Tabla 5: Competidores directos.

	Posicionamiento del sitio web	Redes sociales (community manager)	Fotografía y video	Branding	Debilidades y fortalezas
Sionica	X	X			<p>De: Sionica dentro de sus servicios ofrece el posicionamiento de marca en ciertas redes, pero no abarca todas las que Needs Digital Consulting pretende (Instagram, Facebook, Twitter, blog, Moodle corporativo).</p> <p>Fo: Sionica dentro de sus servicios ofrece el desarrollo Web abarcando multicampos virtuales, (apps, software, e-commerce), a diferencia de Needs ofrecemos la mejora o creación de un sitio web de</p>

					<p>acuerdo a la organización que lo requiera.</p>
ERBrands	X	X			<p>Fo: ERBrands dentro de sus servicios ofrece el diseño y creación de páginas web al igual que Needs Digital Consulting.</p> <p>Fo: ERBrands dentro de sus servicios ofrece el posicionamiento y recordación de marca en ciertas redes, pero no abarca todas las que Needs Digital Consulting pretende (Instagram, Facebook, Twitter, blog, Moodle corporativo).</p>

Middi Web	X			X	<p>De: Middi Web ofrece el diseño y creación de páginas web, además del diseño de interfaz con unas mayores herramientas de manejo y accesibilidad a estas, a diferencia de Needs ofrecemos la mejora o creación de un sitio web de acuerdo a la organización que lo requiera.</p> <p>Fo: Middi Web ofrece entre sus servicios ofrece la especialidad de Branding, al igual que Needs Digital Consulting.</p>
-----------	----------	--	--	----------	---

Autor: Elaboración propia.

5.6 Aporte del modelo de negocio en términos de innovación.

En términos de innovación o valor agregado la propuesta de Needs Digital Consulting será la prestación de un servicio completo, en el que se incluyen tareas pequeñas y “básicas” que muy pocas empresas similares del sector abarcan como lo es el servicio de fotografía y video, hasta trabajos mucho más complejos como lo es el posicionamiento web en el que se incluye un estudio de mercado, la creación y diseño del sitio Web y estrategias comunicativas, además de, manejo de

redes sociales y branding, esto con el fin de ampliar el rango de empresas a las cuales se les pueda suplir sus necesidades a un nivel más completo que en otras agencias o consultoras similares.

5.7 El producto y/o servicio y su representación como una solución única.


Needs Digital Consulting brinda una gran variedad de servicios pensados para cumplir distintas necesidades o solucionar problemas que son evidentes en las empresas clientes, es decir, no se basa únicamente en brindar un mejor posicionamiento web como es el caso de algunas agencias o consultoras similares, sino que busca prestar otros servicios tanto en redes, branding, y producción audiovisual. La organización ofrecerá una garantía al adquirir un servicio de alta calidad realizado por un grupo interdisciplinario que se caracterice por su responsabilidad y transparencia, dispuesto a cumplir con las expectativas obtenidas frente a nuestra marca y servicios, ayudando a crecer óptimamente a las organizaciones de los clientes ayudando al posicionamiento y reconocimiento.

6. EQUIPO DE TRABAJO Y SISTEMA DE NEGOCIO

6.1 Equipo de trabajo

Tabla 6: Equipo de trabajo Needs Digital Consulting

Nombre	Formación	Competencias / Habilidades	Experiencia
<p>Fabián Páez</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicador social Universidad Santo Tomás. - Énfasis en comunicación organizacional. - Diplomado virtual en Marketing Digital. 	<ul style="list-style-type: none"> - Creación de estrategias comunicativas - Planeación de eventos - Manejo de la Cartilla de Adobe Creative Cloud - Cubrimiento logístico - Manejo de cámara fotográfica o de video. 	<ul style="list-style-type: none"> - Consultoría en comunicación en la organización AJEGROUP (2017). - Apoyo en una campaña de ventas para Seguros del Estado (2017). - Creación de Página web para una fundación infantil (2016).
<p>Esteban Madero</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicador social Universidad Santo Tomás. - Énfasis en comunicación organizacional. - Diplomado virtual en Marketing Digital. 	<ul style="list-style-type: none"> - Habilidad para manejar grupo de personas, en cualquier tipo de situación. - Creación de estrategias comunicativas - Planeación de eventos - Manejo de la Cartilla de Adobe Creative Cloud - Cubrimiento logístico - Manejo de cámara fotográfica o de video. 	<ul style="list-style-type: none"> - Consultoría en comunicación en la organización AJEGROUP (2017). - Creación de Página web para la fundación Colectivo Somos Uno (2016).

<p>Marco Garcia</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicador social Universidad Santo Tomás. - Énfasis en comunicación organizacional. 	<ul style="list-style-type: none"> - Cubrimiento logístico de eventos - Planeación de eventos - Creación de estrategias comunicativas - Manejo de la Cartilla de Adobe Creative Cloud. 	<ul style="list-style-type: none"> - Consultoria en comunicacion en la organización AJEGROUP (2017). - Creacion de Pagina web para una fundación infantil (2016).
---	--	--	---

Fuente: Elaboración propia.

6.2 Red de contactos.

- **Lista de posibles clientes**

Tabla 7: Posibles clientes

Nombre	Actividad	Referencia
<p>Magallanes Tour SAS</p> 	<p>Agencias de viaje</p>	<p>Dirección: CARRERA 15 #116-36</p> <p>Teléfono: (1) 3176985</p>

<p>Alerta Seguridad Privada</p> 	<p>Seguridad privada</p>	<p>Dirección: CARRERA 27 A #53 A - 56, BOGOTÁ</p> <p>Teléfono: (1) 3106163</p>
<p>Lisan Motors Concesionario SAS</p> 	<p>Comercio de vehículos automotores nuevos</p>	<p>Dirección: CALLE 116 #70 C - 74</p> <p>Teléfono: (1) 6247650</p>
<p>MYP Abogados S.A.S</p> 	<p>Actividades jurídicas</p>	<p>Dirección: CARRERA 13 #90-20 (OF 604), BOGOTÁ</p> <p>Teléfono: (1)6104058</p>

Autor: Elaboración propia.

- **Lista de posibles proveedores**

Tabla 8: Posibles Proveedores.

Nombre	Actividad	Referencia
El Sótano	Agencia de diseño y fotografía.	Dirección: Av. Suba con 104, Puentelargo, Bogotá. Teléfono: (+571) 5340484 Correo: info@elsotano.com.co
Designare	Agencia de diseño y desarrollo web.	Dirección: Calle 31A sur No. 20 - 17, Barrio Restrepo. Teléfono: (57+1) 5103352

Autor: Elaboración propia.

Estos dos proveedores serán contactados, por Needs Digital Consulting en el momento que se necesite asesoría profesional, para así poder tener un apoyo para el aumento de las ventas del negocio, también en términos de proporcionar insumos de calidad, variedad, innovación, precios competitivos y financiamiento, ya que ellos ayudaran al crecimiento y óptimo desarrollo de las estrategias o servicios que pretendemos brindar.

6.3 Aliados del negocio

Tabla 9: Aliados del modelo de negocio.

Logo	Empresa	Número	Tipo de aliado
	Modagrafica - agencia de marketing	Cel. 3214391419	Estratégico
	Data Solutions Group - diseños paginas web	Cel. 3174304024	Estratégico
	Imaginario - Agencia de marketing digital	Tel. 2684763	Estratégico
	Foto Japón	Tel. 2497574	Estratégico
	Mac Center	Tel. 7449850	Proveedor
	Muebles y Accesorios	Tel. 6671267	Proveedor
	Auros Copias	Tel. 7499057	Proveedor

Fuente: Elaboración propia

Las alianzas que queremos hacer básicamente con estos proveedores, es facilitar un poco el trabajo de parte y parte, es decir que tanto ellos como nosotros nos beneficiamos mutuamente. Ellos se beneficiaran económicamente de acuerdo a la compra de todas las cosas que vayamos adquiriendo y nosotros nos beneficiamos con los productos que ellos ofrecen para poder adecuar nuestra consultora.

Tendremos alianzas con empresas de diferentes sectores del mercado, por ejemplo, para tener asesorías sobre nuevas tendencias de marketing recurriremos a Modagrafica; durante el andar de la organización, si hay mucha demanda de creación de páginas web contactaremos a Data Solutions, esto con el fin de poder suplir con las necesidades de los clientes; nuestro proveedor directo en cuanto artículos de tecnología será Mac Center, ya que maneja productos de muy buen rendimiento para el diseño audiovisual.

Nuestra organización se verá amoblada y con un buen ambiente para nuestros clientes o colaboradores, por parte de Muebles y Accesorios referentes del mercado de la parte física y diseño, por último Auros, es el proveedor con el que tendremos mayor afinidad, debido a que será el encargado de imprimir todos los documentos de la compañía.

6.4 Ventajas de las alianzas.

Las ventajas que tenemos con estos aliados es optimizar el desarrollo de los procesos en los cuales nuestros clientes lo solicitan, la idea es tener la mejor relación con ellos, ya que dependemos de varias cosas en los cuales ellos son claves en nuestra compañía. Las ganancias gracias a estas alianzas van de parte y parte ya que la idea es beneficiar el trabajo y fomentar las relaciones del cliente proveedor y proveedor cliente. La ganancia que tendríamos con estas alianzas estratégicas sería principalmente económica, debido a que ellos se beneficiarán con el gasto que nosotros le hacemos ya sea mensualmente o trimestralmente de

acuerdo a la cantidad de trabajo que haya, nosotros como consultora necesitamos estas alianzas para poder adecuar nuestras instalaciones.

6.5 Recursos adicionales.

Los recursos adicionales que NEEDS DIGITAL CONSULTING S.A necesita son:

- **Económicos:** Necesitamos 60 millones de pesos para iniciar operaciones.
- **Tecnológicos:** Necesitamos computadores Mac, muebles y otros elementos para poder empezar con nuestra consultora, impresoras, iPad y otros elementos que vayamos adquiriendo con el tiempo.
- **Estructurales:** Necesitamos conseguir un local ubicado estratégicamente en un muy buen sector de la ciudad de Bogotá, este local si es arrendado cuesta 5 millones mensuales.
- **Físicos:** Necesitamos elementos con los cuales podamos amueblar la oficina.
- **Recurso humano:** Necesitamos contratar, dos diseñadores gráficos que aproximadamente cobran 2'000.000 al mes, necesitamos un abogado que cobra 3'000.000 al mes, una persona encargada de los servicios varios que cobra 900.000 al mes.

7. PLAN DE MERCADEO

7.1 El cliente

Caracterización de los clientes o grupos potenciales.

Needs Digital Consulting, inicialmente pone a disposición sus servicios y asesorías en Marketing digital a las empresas medianas de la ciudad de Bogotá, y además, que sean empresas jóvenes dispuestas al cambio, las cuales vean a las nuevas tecnologías como una nueva oportunidad de visualización de la marca ganando en reconocimiento y posicionamiento, de igual manera lograr abarcar una mayor cantidad de clientes y llamar la atención de nuevos grupos de interés.

Bogotá, cerró el año 2017 con un total de 728.784 empresas registradas en la Cámara de Comercio de Bogotá, de estas el 91% (663.285) corresponden a microempresas, el 6,5% (47.098) son pequeñas empresas, 1,8% (13.261) son medianas y finalmente, el 0,7% (5.140) son grandes (Revista Dinero, 2018). Según esto, NDC ofrecerá sus servicios a un 8,3% del mercado total.

Además, dichos porcentajes van en aumento, lo que representa una mayor cantidad de empresas en las cuales la organizaciones pueda intervenir, pues durante el 2017, según el informe de empresa registradas de la Cámara de Comercio Bogotá, en el último año se evidenció un incremento del 7,9% en cuanto a las empresas de personas naturales o jurídicas con relación al 2016 (CCB, 2018). Dados estos resultados, Mónica de Greiff, presidenta ejecutiva

de la Cámara de Comercio de Bogotá destacó “el liderazgo de Bogotá-Región como motor de la economía colombiana y como el mayor eje de emprendimiento nacional” (Revista Dinero, 2018).

Por lo tanto, la intervención de consultoras especializadas como Needs Digital Consulting cuyo objetivo sea ayudar al crecimiento de las empresas pymes en Bogotá es de gran importancia, pues no solo ayuda a mantener y fortalecer a estas en competencia frente a las constantes dinámicas del mercado, y que además, sirvan de ejemplo para seguir incentivando a un mayor emprendimiento.

Necesidades y problemas más significativos del cliente.

En la encuesta que realizamos a 10 personas, evidenciamos que el 90% de las organizaciones cuenta con una página web y presencia en redes sociales, además de tener conocimiento sobre la importancia y aspectos técnicos básicos a las herramientas digitales, sin embargo, estos medios o canales no son explotados de la forma más adecuada por cada uno de ellos, puesto que herramientas tradicionales como las visitas personalizadas, llamadas telefónicas, buzones de sugerencias se encuentran por encima en cuanto a la usabilidad, esto se debe al desconocimiento de estrategias adecuadas las cuales ayuden a potenciar dichas herramientas 2.0 sobre sus grupos de interés. Por lo cual, Needs Digital Consulting, se enfocara en demostrarles como el uso de redes sociales ayudará a reducir el tiempo de respuesta con sus clientes e incrementar la interacción con sus clientes potenciales, así mismo del uso de

contacto en la página web, puede ayudar para agilizar este proceso de respuesta e información.

Razones por las que compra un cliente.

Evidenciamos en un 60 % de las personas encuestadas, que las necesidades del cliente van arraigadas al posicionamiento y reconocimiento de la marca, para así poder tener buenos ingresos; el otro 40 % solo requiere de actualizaciones permanentes de sus herramientas digitales, de esta manera poder seguir brindándoles sus servicios o productos de una manera innovadora a sus clientes, en este caso Needs Digital se encargará de ofrecer reconocimiento en la Web y el mejoramiento de la imagen de la organización con ideas innovadoras, esto con el fin de generar un reconocimiento en el mercado, para poder atraer más clientes y poder fidelizarlos.

A continuación se puede observar los resultados que arrojó la encuesta al realizarla a colaboradores de distintas organizaciones.

Grafica 9: ¿Considera importante el uso de redes sociales para su organización?

si ya que se puedo lograr mayor posicionamiento
si, por que me parece que para poder darse a conocer es necesario llegar a los lugares que todo el mundo ve y conoce
Es importante era en la era digital
Si. Apertura comercial y reconocimiento de marca
Si, porque es una nueva forma de captar la atención del cliente
Si, porque es una forma en la cual la organización gana reconocimiento o visibilización a través de la internet
Porque es la nueva era digital donde se da el emprendimiento.
Si, porque ayuda a facilitar los procesos de comunicación y diligencias de tareas, facilitando el proceso de desarrollo
Si. Sobretudo Gmail. Porque toda la información de transmite por Gmail

Estrategias comunicativas para la persuasión del cliente.

- Contar con presencia en ferias de innovaciones digitales tales como WebCongress y B-Digital o diferentes eventos como Expo Digital 2018 y RD on the ROAD donde se pueda hacer visibilizar nuestra marca y tener un contacto directo con posibles empresas clientes.
- Realizar material POP (folletos, rompe tráfico, floor prints, vallas publicitarias).
- Crear vídeos con un contenido muy fácil de entender, para poder generar una recordación en las personas; se pueden tratar temas como tutoriales, entrevistas con líderes de grandes empresas, videos mostrando las fortalezas de los servicios o infraestructuras de las organizaciones, entre otros.
- Crear gifs es una estrategia interactiva y de fácil difusión, esta se puede enviar por medio de correos, publicaciones, redes y cualquier medio virtual, capta la atención de cualquier persona por su constante animación, por eso se debe buscar la manera de expresar nuestro objetivo muy brevemente.

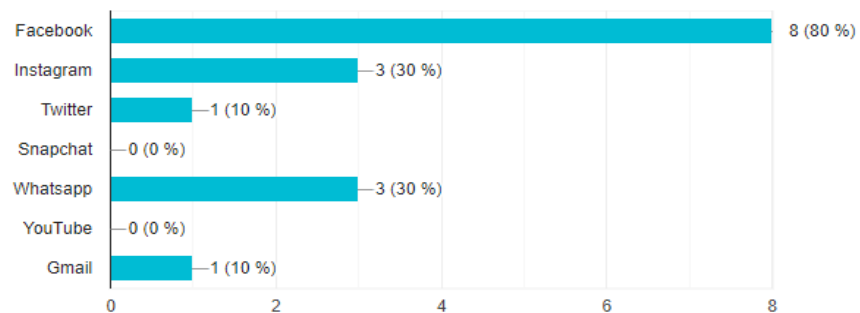
Medios de comunicación para captar la atención del cliente.

- La presencia en redes sociales es de vital importancia, pues aquí podremos demostrar la calidad de nuestros servicios y lo que queremos para cada uno de nuestros clientes, se manejan cuentas en: 1) Facebook, pues es la red social más usada por las organizaciones según la encuesta realizada (80%). 2) Instagram, el 30% de las personas encuestadas cuenta

con una cuenta de su organización en esta plataforma digital, además, de ser una de las más usadas actualmente por las personas en la vida cotidiana. 3) Twitter, a pesar de que solo el 10% de los encuestados maneja esta red social, es una herramienta que nos permite interactuar, visibilizar y promocionar nuestra empresa a través de las herramientas que esta nos ofrece como lo son el uso de Hashtags o tendencias (pagas o virales).

A continuación se puede observar los resultados que arrojó la encuesta al realizarla a colaboradores de distintas organizaciones.

Grafica 10: Que redes sociales usan las organizaciones



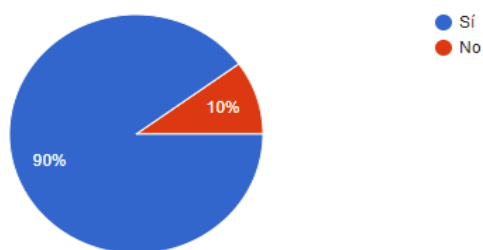
Fuente: Elaboración propia.

- Manejo de página web corporativa: Tal como sucede con las redes sociales, nuestra página web será una ‘vitrina’ o forma de mostrar y vender nuestros servicios, además, de ser el medio digital más usado por las organizaciones por encima incluso de Facebook, pues el 90% de los

encuestados hace uso de este medio digital para comunicarse con sus clientes y vender sus productos o servicios.

A continuación se puede observar los resultados que arrojó la encuesta al realizarla a colaboradores de distintas organizaciones.

Grafica 11: ¿Su organización maneja página web?

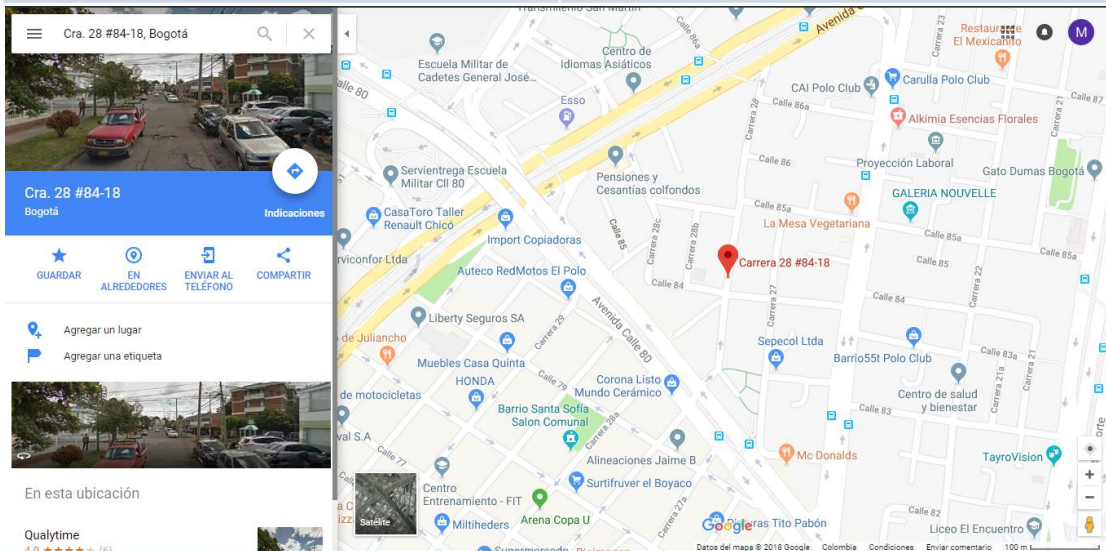


Fuente: Elaboración propia.

7.2 La competencia

Tabla 10: Perfil de la competencia (Sionica).

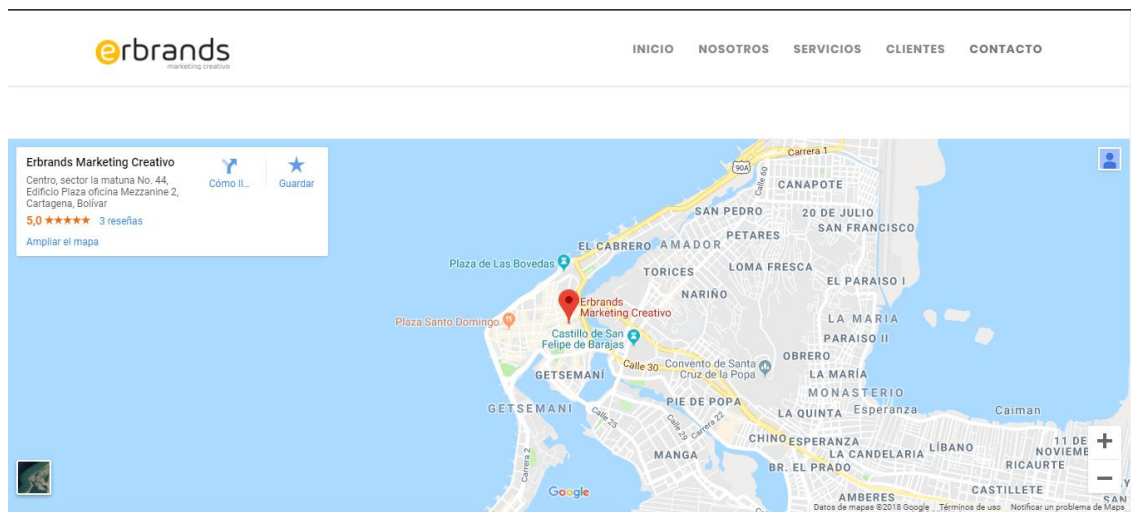
NOMBRE DE LA EMPRESA	
SIONICA	
TIPO DE COMPETENCIA	
Directa	
ALIADOS ESTRATEGICOS	<ul style="list-style-type: none"> -American school way -Zorba -World vision -Comapan -Campo alto -ppc
COMPETIDORES DIRECTOS O INDIRECTOS	<ul style="list-style-type: none"> -Needs Digital Consulting -Erbrans -Meddi Web
DIFERENCIAL DEL PRODUCTO	<ul style="list-style-type: none"> -Publicidad -Paginas Web -BHL
ANÁLISIS DEL ENTORNO	<p>Empresas aledañas barrio Polo Club</p> <ul style="list-style-type: none"> -Salud ocupacional de los andes Ltda. -Sepecol Ltda.



Fuente: Elaboración propia

Tabla 11: Perfil de competencia (ERBrands)

NOMBRE DE LA EMPRESA	
ERBRANS	
TIPO DE COMPETENCIA	
Directa	
ALIADOS ESTRATEGICOS	<ul style="list-style-type: none"> -Cabrero -Colombia vivenatural -La artillería -Constructora Román -Rosario Hernández Global Corporation S.A
COMPETIDORES DIRECTOS O INDIRECTOS	<ul style="list-style-type: none"> -Needs Digital Consulting -Sionica -Meddi Web
DIFERENCIAL DEL PRODUCTO	<ul style="list-style-type: none"> -Marketing Digital -E-Comerce -Diseño Web -Consultoría empresarial -Diseño Grafico -Eventos y activaciones BTL -Posicionamiento Seo -Social media
ANÁLISIS DEL ENTORNO	Centro, sector la matuna No. 44, Edificio Plaza oficina Mezzanine 2, Cartagena, Bolívar



Fuente: Elaboración propia.

Sionica, ofrece soluciones en todos los temas relacionados a la comunicación, se destaca que dentro de su portafolio ofrece el desarrollo Web abarcando multicampos virtuales, (apps, software, e-commerce), actualmente está ubicada en la ciudad de Bogotá en la dirección cra. 28 #84 18. Es una empresa joven, que cuenta con un equipo mediano el cual tiene buenos desempeños al momento de realizar sus labores.

ERBrands, es una consultora que ofrece servicios a empresas reconocidas, se destaca que ofrece el posicionamiento y recordación de marca en ciertas redes, cuenta con un amplio campo laboral y todos sus empleados están capacitados. Actualmente está ubicada en la ciudad de Bogotá y dos de sus principales clientes son cabrero y global corporación.

7.3 Precio producto y/o servicio

Needs Digital Consulting propone precios bajos con relación a sus pares en el mercado, y que también se encuentren al alcance de los clientes a los cuales les apunta, pues al ser medianas empresas no cuentan inicialmente con un presupuesto muy alto frente a estos temas a pesar de su importancia. Razón por la cual, los precios establecidos por esta consultora se encuentran al alcance de estos, valores desde \$400.000 hasta \$1.300.000 (estos precios están fijados a un mes en caso del posicionamiento, redes sociales y branding; y por evento, en el caso del servicio de fotografía y video).

- Posicionamiento del sitio web: \$1.200.000
- Redes sociales (community manager): \$1.300.000
- Fotografía: \$400.000
- Video: \$400.000
- Branding: \$900.000

Precio del producto y/o servicio de la competencia.

Los precios fijados en promedio por la competencia con relación a nuestros servicios ofrecidos en el mercado, tiene un aumento entre el 20% (Posicionamiento web, redes sociales y branding) y 40% (fotografía y video), lo que representa una corta ventaja para Needs Digital Consulting, pues el precio es uno de los factores más influyentes al momento de la toma de decisión de la compra por parte del cliente.

Precio promedio de la competencia:

- Posicionamiento del sitio web: \$1.600.000
- Redes sociales (community manager): \$1.500.000
- Fotografía: \$700.000
- Video: \$600.000
- Branding: \$1.100.000

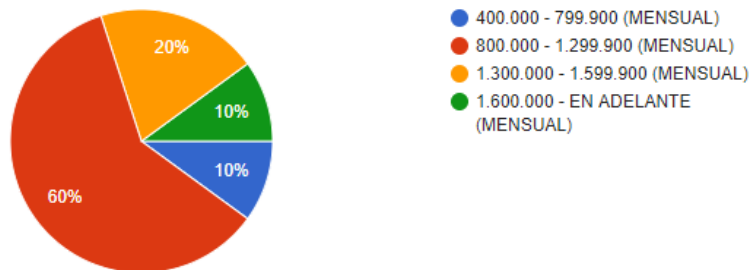
Precio que el cliente está dispuesto a pagar.

Según Chris Denove *“El cliente está dispuesto a pagar un precio extra si el producto destaca por su esmerada calidad y un servicio de atención excelente. Los consumidores de la mayoría de productos y servicios toman en consideración la reputación de estos cada vez que comparan unos con otros.”*(Denove; Power, 2006); Needs Digital Consulting, se enfocará en tener una relación y comunicación excelente con sus clientes, para poder lograr una fidelización con la marca, por otra parte, se van a manejar tiempos más rápidos de entrega de los servicios, pero con una calidad alta; se optará por brindarles un plus o extra de lo que requieran, con el fin de motivarlos a seguir requiriendo de nuestros servicios y no el de la competencia.

En la encuesta pudimos evidenciar que un 60 % de las personas encuestadas, preferirían pagar entre 800.000 y 1.299.900 mensualmente, dependiendo el servicio que se vaya a ofrecer; nosotros les daremos incentivos y cosas extras, para lograr cautivar a los clientes, y así que sigan invirtiendo continuamente en nuestros servicios.

A continuación se puede observar los resultados que arrojó la encuesta al realizarla a colaboradores de distintas organizaciones.

Grafica 12: Valores dispuestos a pagar por los clientes



Fuente: Elaboración propia.

Métodos de pago ofrecidos por el modelo de negocio.

Según el informe de tendencias de medios de pago, elaborado por la Consultoría Tecnológica TECNOCOM, las transacciones de crédito y debido directos encabezan la lista, en Colombia “las transferencias de crédito registradas en 2015 (102 millones) son similares al número de operaciones realizadas por medio de débitos directos (95 millones)”. Además, el creciente uso del medio de pago PSE corresponde a una forma de pago débito directo, por lo que esta ha ayudado a igualar las cargas y mantener una dinámica constante en comparación a la transferencia crédito directo.

Por otro lado, también se destaca el creciente uso de e-commerce y m-commerce, los cuales han ido tomando cada año aún más fuerza, esto debido a “el esfuerzo en la extensión del acceso y dotación de instrumentos de pago y cobro electrónico a la población, impulsan las ganancias de eficiencia y la transparencia en los pagos” (TECNOCOM, 2016).

De esta forma, los medios de pago ‘tradicionales’ como lo son el uso de efectivo y de cheques, han pasado a un segundo plano y más aún cuando se trata de negocios o de adquirir productos o servicios que mantengan un valor comercial alto en el mercado.

Según la encuesta realizada, el 60% de las personas está dispuesto a invertir en la creación y el manejo de la página web de la organización un valor aproximado a los 800.000 y 1.299.900; esta no es una cantidad que el cliente prefiera pagar en efectivo de forma directa, razón por la cual, se utilizaran métodos de crédito y débito directos, para así facilitarle a ellos el pago por los servicios brindados.

Consultar Gráfica 12. Métodos de pago modelo de negocio, para visibilizar los resultados arrojados por la encuesta respecto al tema anteriormente mencionado.

7.4 Canales de distribución del producto y/o Servicio, captación de clientes y posicionamiento de la marca.

Canales de distribución del producto y/o servicio:

Nuestra organización inicialmente contará con un establecimiento propio en un punto estratégico de Bogotá, tal como lo es la 93, un sitio reconocido por tener muchas organizaciones cerca o a su alrededor, además es un sitio rico culturalmente, por la variedad de restaurantes y por las personas que frecuentan este sitio.

Needs Digital Consulting tiene determinado en su plan de acción mantener visitas personalizadas mensualmente, dependiendo el requerimiento de cada cliente para los ajustes que crean necesarios en los paquetes de servicios, esto también se llevará a cabo por un mutuo acuerdo, ya que se debe estar sujeto a cambios en las agendas de cada cliente. Finalmente las visitas las llevará a cabo Marco García quien es el encargado de mantener un contacto directo y constante con nuestros clientes.

Canales de comunicación para llegar a los clientes:

Needs Digital Consulting se va a caracterizar por tener un canal de distribución directo, ya que se realizarán visitas personalizadas a los clientes de forma periódica, con el fin establecer una relación más amena con cada uno de ellos, de forma que sientan la confianza y compromiso de primera mano, y de esta forma lograr que crean en lo que puede ofrecer esta marca.

Además, se contará con nuestra propia oficina, ya que es importante tener un lugar donde recibir a los clientes y tengan seguridad de que NDC es una organización bien estructurada y seria, este espacio es propicio para acordar solicitudes de trabajo, realizar ajustes de algún servicio o hacer negocios.

Por otro lado, se hará mercadeo digital a través de la página web de la organización, la cual contará con un blog para que las personas interesadas

interactúen con la organización y puedan ampliar cierta información de interés particular.

Estrategia de posicionamiento.

Asistir o hacer parte de exposiciones o ferias empresariales de temas digitales para lograr hacer visibilizar la marca y además mantener un contacto directo con los clientes o personas interesadas en adquirir nuestros servicios. Es importante poder llegarle al cliente de acuerdo a la calidad de nuestros productos, es decir que la primera impresión es la que compra, por eso es que NEEDS DIGITAL CONSULTING, es una mediana empresa que llega al sector de las comunicaciones ofreciendo soluciones diferenciadoras y al mejor precio.

8. Análisis de riesgos

A partir de la matriz de riesgo se analizó el impacto que pueden tener varios factores en la organización, tales como: financieros, administrativos, legislativos y de mercado, todo esto se hace para desarrollar estrategias preventivas y minimizar las posibles acciones que puedan darse en el transcurso de los servicios prestados.

A través de este análisis, se evidenciaron riesgos tales como: Pérdida financiera, baja reputación, baja demanda del servicio, reclamos o acciones legales, multas o sanciones, riesgo de liquidez e inutilidad de los servicios.

9. Plan Financiero

El plan financiero consiste en la elaboración de nuestro capital a mediano y largo plazo, es un plazo de 1 a 5 años para mirar la evolución de nuestra empresa. Se realizó este plan financiero a largo plazo, ya que la inversión de todo el capital es propia (60.000.000) pero se tuvo en cuenta que no puede superar más de los 5 años, puesto que generaría incertidumbre del futuro de la misma. Cada año se está monitoreando la estabilidad de la empresa, la idea principal, es que de aquí a 5 años Needs Digital Consulting no requiera invertir más capital, sino que genere ganancias y se mantenga en el mercado.

Costos fijos

Los costos fijos son costos que no varían con los cambios en el total de las ventas. Los costos fijos se realizan así se realice o no la actividad del negocio. = 11.500.000

Costos Variables

Los costos variables, son costos que varían de acuerdo a las ventas que se realizan en el mes y en el año, es por eso que tiene relevancia al momento de sacar el punto de equilibrio. = 165.662.535

Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es donde los ingresos son iguales a los costos, es decir, es el punto de actividad en donde no existe utilidad ni pérdida. = 90.870.665

***Para verificar estos aspectos diríjase al plan financiero de Needs Digital**

Consulting

10. Lienzo modelo de negocio - Canvas

Basándonos en este modelo, se definieron los aspectos relevantes durante el proceso de investigación de mercado y posibles clientes, para así determinar las acciones a implementar por parte de nuestra organización.

- **Segmento de los clientes:** Las organizaciones en Bogotá que más se ven afectadas por la disrupción digital son las medianas empresas, es a estas a las que Needs Digital Consulting (NDC) busca ayudar en su proceso de transformación y adaptación las nuevas eras digitales.
- **Propuesta de valor:** Nuestro diferenciador con otras empresas que prestan servicios similares, es en momento de realizar las entregas de nuestros compromisos con los clientes, es decir entregamos las actividades en un tiempo prudente y al mejor precio, apadrinamos y asesoramos 24/7 a nuestros clientes para que sientan que tienen todo el apoyo y compromiso de nuestra empresa.
- **Canales de distribución:** Nuestra empresa se va a caracterizar por tener un canal de distribución directo, ya que nosotros haremos visitas personalizadas a

los clientes de forma periódica, y tendremos nuestro propio establecimiento, para lograr que crean en lo que puede ofrecer NEEDS DIGITAL CONSULTING.

- **Relación con los clientes:** Needs Digital Consulting tratara de abarcar el mercado haciendo uso de diferentes estrategias comunicativas, como lo son: publicidad tradicional, relaciones públicas, manejo de redes, material POP, creación de videos y la implementación de gifs
- **Fuentes de ingreso:** A través de nuestro portafolio de servicios nosotros tendremos ingresos, bien sea por el posicionamiento o creación de una página web, community manager, fotografía o video y el desarrollo óptimo de estrategias en branding.
- **Recursos clave:** Haremos uso de 3 recursos claves, para el debido desarrollo de nuestros servicios, son: físico, económico y humano.
- **Actividades clave:** Nuestra organización, se caracteriza por brindar servicios de calidad, con ideas y diseños actualizados e innovadores.
- **Estructura de costos:** Por el costo de nuestros servicios, que oscilan entre 800.000 y 2.000.000, se prefiere por seguridad de los clientes y de la organización el uso de tarjetas de débito directo.

- **Aliados estratégicos:** Las alianzas que queremos hacer básicamente con proveedores de diferentes sectores, es con el objetivo de poder tener un apoyo en el momento que tengamos mucha demanda, para llevar a cabo nuestro portafolio de servicios.

BIBLIOGRAFÍA – CIBERGRAFÍA

- Revista Dinero. (15 de Mayo de 2014). Dinero. Obtenido de Dinero:
<http://www.dinero.com/especiales-comerciales/consultoria/articulo/empresas-consultoria-colombia/196119>
- Revista Dinero. (31 de Marzo de 2016). Dinero. Obtenido de Dinero:
<http://www.dinero.com/edicion-impres/negocios/articulo/la-importancia-de-la-consultoria-en-el-sector-empresarial/221898>
- Capriotti, P. (s.f.). Imagen corporativa. En P. Capriotti, *GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES* (pág. 65). Vich, Barcelona: Universidad de Vic. Recuperado el 28 de Febrero de 2018, de Capriotti la imagen corporativa:
http://perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/capriotti_la_imagen_corporativa.pdf
- Imagen e identidad corporativa. (28 de Febrero de 2018). Obtenido de Imagen e identidad corporativa:
http://caterina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/aguirre_p_j/capitulo2.pdf
- LN Creatividad y tecnología. (28 de Febrero de 2018). LN Creatividad y tecnología. Obtenido de LN Creatividad y tecnología:
<http://www.luisan.net/identidad-corporativa/identidad-corporativa.html>

- <https://www.mdmarketingdigital.com/redes-sociales.php>
- EL UNIVERSAL. (3 de Marzo de 2016). EL UNIVERSAL. Obtenido de EL UNIVERSAL:
<http://www.eluniversal.com.co/tecnologia/por-que-es-importante-el-marketing-digital-en-las-empresas-220696>
- <https://nativos.com/como-iniciar-un-negocio-de-consultoria/>
- Grupo Emprendedores Lenguas Modernas. (31 de Agosto de 2012). La comunicación en los negocios. Obtenido de La comunicación en los negocios:
<http://comunicacionenlosnegocios.blogspot.com.co/>
- Quintero, I. V. (5 de Abril de 2016). Ciudadgestion. Obtenido de Ciudadgestion:
<http://www.ciudadgestion.co/administracion/marco-legal-y-normatividad-del-ejercicio-de-la-consultoria-en-colombia/>
- Redacción Vallempresa365. (07 de Marzo de 2018). Vallempresa365. Obtenido de Vallempresa365:
<http://www.vallempresa365.com/articulos/management/la-importancia-de-la-comunicación-estrategica-en-las-organizaciones>

- https://www.gkw-consult.com/fileadmin/LGKW/downloads/etica_empresarial.pdf
- <https://www.larepublica.co/alta-gerencia/los-10-pasos-que-debe-seguir-para-crear-una-empresa-2497616>
- <https://www.dinero.com/empresas/articulo/creacion-de-empresas-en-bogota-en-el-2017/254679>