

**UNIVERSIDAD DEL ROSARIO**



**Plan de Marketing para Store Publicity**

**Trabajo de grado PAFE en Estrategias Digitales para Negocios**

**Paula Vanessa Cabrera Lobeló**

**Minseon Hong**

**María Camila Pérez Torres**

**Bogotá, Colombia**

**2020**

**UNIVERSIDAD DEL ROSARIO**



**Plan de Marketing para Store Publicity**

**Trabajo de grado PAFE en Estrategias Digitales para Negocios**

**Paula Vanessa Cabrera Lobelo**

**Minseon Hong**

**María Camila Pérez Torres**

**Docente**

**Hernán Alberto Cruz Bernal**

**Administración de Empresas**

**Administración de Negocios Internacionales**

**Bogotá, Colombia**

**2020**

## Tabla de contenido

Glosario .....	1
Resumen .....	3
Abstract.....	4
1. Introducción.....	5
2. Análisis interno y externo.....	6
2.1 Contexto .....	6
2.2 Competencia.....	6
2.3 Grupo Objetivo.....	8
2.4 Análisis DOFA.....	8
3. Objetivos de marketing.....	9
3.1 Objetivo general .....	9
3.2 Objetivos específicos.....	9
4. Estrategia de Marketing Digital.....	10
4.1 Estrategia de contenidos .....	10
4.2 Social Media.....	10
4.3 Estrategia SEO.....	11
5. Cronograma .....	12
6. Medición de los resultados .....	13
7. Presupuesto.....	14
8. Conclusiones.....	15
9. Bibliografía.....	16

## **Índice de tablas**

Tabla 1. Matriz DOFA .....	8
Tabla 2. Diagrama de Gantt.....	12
Tabla 3. Presupuestos plan de marketing .....	14

## **Glosario**

**Audience Network:** Es una plataforma de publicidad móvil de Facebook que permite a marcas y anunciantes lanzar sus campañas más allá de Facebook, pero con alcance sólo para los usuarios registrados. Es un servicio que proporciona anuncios en apps y webs que usan la tecnología de Facebook.

**Diagrama de Gantt:** Es una herramienta para planificar y programar tareas a lo largo de un período determinado, gracias a una fácil y cómoda visualización de las acciones previstas, permite realizar el seguimiento y control del progreso de cada una de las etapas de un proyecto y, además, reproduce gráficamente las tareas, su duración y secuencia del calendario general del proyecto.

**Facebook:** Es una red social en la cual los usuarios pueden agregar a las personas que conocen en su vida diaria, se pueden subir publicaciones diversas como, videos, fotografías o solo comentarios que tengan acerca de un tema en específico.

**Google AdWords:** Es una plataforma donde se pueden generar diferentes anuncios de pago enfocado en potencializar las ventas y dar a conocer a mayor profundidad la marca. Esto con el fin de que se puedan generar campañas para que el alcance de la compañía sea mucho más amplio.

**Indicadores clave de rendimiento (KPI):** Métrica que cuantifica el progreso de una empresa para alcanzar sus objetivos organizacionales y estratégicos. Los KPI miden el desempeño del negocio y sus empleados en la realización de actividades que son críticas para el éxito de la compañía.

**Instagram:** Es una red social donde los usuarios se registran y tienen la capacidad de subir fotos o videos de su preferencia, al mismo tiempo pueden ver en tiempo real las actualizaciones que realizan cada uno de los amigos que se tengan dentro de la red.

**Link:** Vínculos que se encuentran en plataformas digitales y re direccionan al usuario hacia un sitio específico logrando encontrar información acerca de un tema puntual.

Search Engine Organization (SEO): Proceso cuyo objetivo es tener posicionamiento de los sitios web listados de forma prominente en los resultados de búsqueda orgánicos de forma óptima, es decir, implica que el sitio sea “amigable para los motores de búsqueda”.

## Resumen

Actualmente la innovación y la constante actualización es uno de los pilares más importantes dentro de cualquier empresa en el mundo, con los constantes cambios que esto representa es necesario tener un plan de marketing digital fuerte y consolidado para la perdurabilidad en el mercado, junto con las tecnologías que día a día surgen y que hacen un motivo diferencial al negocio.

Éste aspecto es de gran importancia para los negocios digitales y sus respectivas estrategias en las empresas, ya que establece una mejor interacción con el usuario, generando así una gran experiencia para él mismo; por otro lado, las plataformas digitales de las empresas como páginas web y redes sociales con publicaciones constantes, hacen que la competitividad sea creciente.

Por lo anterior, éste documento de trabajo de grado contiene una propuesta sobre la estrategia digital definida para Store Publicity, con el fin de generar mayor atraktividad para los consumidores actuales a través de herramientas de marketing digital, permitiendo un aumento en el tráfico de consumidores, así como la captación de nuevos clientes que encuentren en la empresa el valor agregado que buscan y que sea su primera opción al escoger servicios de publicidad; para ello, es necesaria la creación de una página web sólida, que cuente con la información relevante de la empresa, así como los proyectos en los que incursiona y un mayor manejo e interacción de las redes sociales.

**Palabras clave:** Publicidad, Redes sociales, Página web, SEO, Marketing digital, Posicionamiento.

## **Abstract**

Currently innovation and constant updating is one of the most important pillars within any company in the world, with the constant changes that this represents it is necessary to have a strong and consolidated digital marketing plan for durability in the market, this is very hand in hand with the technologies that arise every day and that make a differential motive for our business.

This aspect is of great importance for digital businesses and their respective strategies in companies, since thanks to this there is better interaction with the user, thus generating a great experience for the user and, on the other hand, the digital platforms of the companies such as web pages. and social networks with constant publications make the level of competition is constantly growing.

Because of the aforementioned, this degree work document contains the digital strategy defined for Store Publicity in order to generate greater attractiveness for current consumers through digital marketing tools that allow an increase in consumer traffic as well as attracting new customers who find the value offer of the company attractive and be their first option when choosing advertising. For this, it is necessary to create a solid web page, which has the relevant information of the company, as well as the projects in which it ventures and a greater management and interaction of social networks.

**Key words:** Advertising, Social Networks, Website, SEO, Digital Marketing, Positioning.



## 1. Introducción

El constante cambio en tecnología y su exponencial crecimiento, ha generado impactos en los países, donde es esencial que las industrias identifiquen aquellos cambios en el comportamiento y en las prioridades del consumidor para generar una toma de decisiones efectiva y facilitar la consolidación digital que se caracterice por la flexibilidad y adaptabilidad a cambios impredecibles del entorno.

Store Publicity comenzó sus actividades en el año 2013, es una agencia dedicada a la publicidad interior y exterior para empresas, con los elementos y capacidades para innovar y mezclar diferentes productos y técnicas que permitan la creación de una imagen acorde a las necesidades o especificaciones del consumidor, teniendo un impacto en el mercado sin precedentes. La empresa se enfoca principalmente en el sector de transporte y vehículos por medio de la impresión digital, inyección de hidrogel, laminación a calor, vinil wrap, car wrap, polarización y película de seguridad arquitectónica y vehicular. Dentro de los proyectos que ha realizado se encuentran proyección de maquillaje de televisión para la serie de Netflix “La reina del Sur” y “Distrito Salvaje”, publicidad exterior para campañas políticas, señalizaciones y demarcaciones de exteriores, decoraciones vehicular de todo tipo, entre otros.

Actualmente, teniendo en cuenta un análisis, Forero (2018), advierte que Colombia tiene un crecimiento aproximado anual del 8.9% en el sector, donde éstas empresas encuentran gran parte de sus clientes por medio de terceros y el “voz a voz”, resultante de los proyectos que realizan a diario.

## **2. Análisis interno y externo**

### **2.1 Contexto**

Store Publicity busca crear una estrategia digital que permita llegar al consumidor a través de proyectos reconocidos en el mercado colombiano.

#### **2.1.1 Misión**

Proveer soluciones publicitarias adecuadas a las necesidades de nuestros clientes creando soluciones sólidas, desde la creatividad e innovación para cada uno de nuestros clientes hasta la creación de una imagen y un concepto completamente nuevo, haciendo que la empresa sea reconocida en Colombia por su calidad y proyectos.

#### **2.1.2 Visión**

Convertirnos en la agencia líder de publicidad en Colombia para el 2025, siendo reconocidos por los proyectos, innovación y creatividad, a través de la creación de imagen y conceptos nuevos adecuados a las necesidades de nuestros clientes, mediante la publicidad externa e interna 100% efectiva que le permitan a nuestros grupos de interés alcanzar el éxito en cualquier mercado en el que se desarrollen.

### **2.2 Competencia**

A través de un análisis, teniendo en cuenta el objetivo y propósito de Store Publicity se identificaron tres empresas que se consideran la principal competencia, las cuales son Publidiseños, Modo Impreso y Ser Digital; a continuación se hablará de cada una respectivamente.

#### **2.2.1 Publidiseños**

Empresa dedicada a la elaboración de avisos, decoración de vehículos, polarizados, impresión digital, corte láser y laminación. No tienen mucha interacción y presencia en redes sociales y es considerada una de los competidores en Bogotá ya que su foco de trabajo está alineado con el de Store Publicity.

En el ámbito digital es una empresa que no es fácil de encontrar, no cuenta con muchos seguidores en sus redes sociales y además las interacciones son escasas con el consumidor final por la mayoría de sus contactos las hace por el punto físico o “voz a voz”.

Dentro de las redes sociales podemos encontrar algunas publicaciones relacionadas con los proyectos que ha realizado la empresa, sin embargo, no son muy significativos, ni de presencia nacional; asimismo, la periodicidad de publicaciones es mensual, lo cual es muy poco para tener en cuenta la actividad de la empresa. Se puede decir que no han explotado las herramientas o implementado estrategias digitales para su negocio.

### **2.2.2 Modo Impreso**

Compañía de impresión digital en Bogotá con 10 años de experiencia en el mercado ofreciendo productos de asesoría y diseño, corte plotter, montajes e instalación de piezas publicitarias, servicio de impresión digital en gran formato, todo tipo de impresiones. Cuenta con la opción de comunicación a través de la página web y redes sociales como whatsapp y Facebook messenger.

Su presencia en las redes sociales no es muy amplia, cuenta con interacciones al menos dos veces por semana para sus clientes, sin embargo la página web no contempla herramientas para comunicación directa.

### **2.2.3 Ser Digital**

Empresa en Bogotá de impresión digital especializada en producción gráfica de gran impacto, sistemas de exhibición portátil y señalización con más de 10 años de experiencia. Asimismo, en los buscadores orgánicos aparece en la lista de las mejores empresas de impresión digital en Bogotá siendo el recurso el primero en la lista. En las redes sociales tienen interacción constante con los clientes y las reseñas son en su mayoría positivas, cuenta con 921 seguidores en instagram realizando publicaciones al menos una vez por semana.

Dentro de las publicaciones encontramos proyectos relacionados con la marca y diferentes tendencias, así mismo cuentan con una página web que a pesar de estar en la lista del artículo, no aparece en los primeros lugares de buscadores orgánicos.

## 2.3 Grupo Objetivo

Por medio de este plan de marketing se quiere involucrar empresas que tengan un gran interés y necesidad en productos de publicidad dirigida para proyectos específicos de imagen con gran índice de calidad y creatividad. Para ello nos enfocamos en empresas del sector automotriz, transporte y publicidad exterior. Esto debido a que son las empresas que actualmente contactan a la empresa y las cuales realizan la publicidad completa; sin embargo, se puede ampliar el target, como lo están haciendo ahora por el Coronavirus, con la venta de artículos de bio-seguridad, aprovechando algunos materiales.

## 2.4 Análisis DOFA

Resulta sustancial analizar el entorno interno y externo, para saber aquellos aspectos que pueden impactar el desarrollo y éxito de las estrategias, tanto por parte del mercado, como de la empresa; de modo que, en la Tabla 1., se analizarán los factores de la matriz DOFA.

**Tabla 1. Matriz DOFA**

<p style="text-align: center;"><b>FORTALEZAS</b></p> <p>Los productos son de calidad y cuenta con grandes referencias de los proyectos realizados.</p> <p>Tiene un amplio catálogo que permite que los clientes tengan variedad al crear proyectos de publicidad.</p> <p>Es una empresa que tiene gran experiencia en el mercado ya que tiene varios proyectos grandes y lleva varios años trabajando.</p>	<p style="text-align: center;"><b>DEBILIDADES</b></p> <p>No hay un seguimiento constante con las redes sociales.</p> <p>No tienen una página web que contenga la información de la empresa para conocerla en búsquedas orgánicas y que permita a los consumidores ser una opción visible en internet.</p> <p>No hay una estrategia digital clara para la empresa.</p>
<p style="text-align: center;"><b>OPORTUNIDADES</b></p> <p>Es una empresa con gran potencial y grandes herramientas digitales que se pueden usar para la empresa.</p> <p>Tendencias de consumo actuales que permiten el constante cambio de los clientes adecuándose a necesidades específicas.</p> <p>Es un negocio que siempre es necesario ya que hay diversos proyectos de diferentes tamaños que requieren este tipo de empresas.</p> <p>Oportunidad en el mercado colombiano para la expansión y conocimiento de la empresa.</p>	<p style="text-align: center;"><b>AMENAZAS</b></p> <p>La competencia tiene un posicionamiento digital muy fuerte.</p> <p>Los clientes tienen opiniones que en su mayoría cambia en lapsos de tiempo muy cortos.</p>

Fuente: Elaboración propia

### **3. Objetivos de marketing**

Es necesario plantear el objetivo general y los específicos para la creación e implementación del plan de marketing digital, teniendo en cuenta las herramientas que permitan su ejecución y medición.

#### **3.1 Objetivo general**

Creación de un plan de marketing digital que permita que la empresa tenga una mayor visibilidad en el mercado y mayores clientes siendo una de las primeras opciones que tengan las personas al escoger una agencia de publicidad.

#### **3.2 Objetivos específicos**

- Crear una página web en un plazo de 6 meses que aumente el tráfico de consumidores en un 15%.
- Generar posicionamiento de la empresa en búsquedas orgánicas donde se encuentre en los primeros 10 lugares de los buscadores en los próximos 8 meses.
- Aumentar el número de clientes en un 20% en un plazo de 6 meses, esto por medio de una estrategia dentro de buscadores y redes sociales (tráfico orgánico).
- Realizar un presupuesto para evidenciar los costos de inversión en pauta, recursos y tiempo en los que incurriría la empresa al implementar la estrategia.
- Incrementar el número de interacciones, seguidores y comentarios en las redes sociales en un 15% en un periodo de 6 meses.

## **4. Estrategia de Marketing Digital**

De acuerdo a las investigaciones y análisis realizados a la empresa, se ha creado un plan de mercadeo que permitirá un conocimiento y posicionamiento de Store Publicity, teniendo en cuenta sus necesidades y las de los clientes corporativos para crear una imagen de acuerdo al objetivo planteado.

Para esto es necesario, en primer lugar, aumentar la visibilidad de la empresa en las redes sociales y la creación de la página web de la empresa. En éstas herramientas podrán encontrar información constante y actualizada de la empresa, siempre de la mano con teléfonos y puntos de contacto que hacen más cercano al consumidor con Store Publicity. A continuación se mostrarán las estrategias y tácticas propuestas en el presente plan de marketing.

### **4.1 Estrategia de contenidos**

Permitirá crear tráfico de consumidores en la nueva página web de la empresa ayudando al consumidor a conocer el sector publicitario y los servicios que la empresa realiza. Para ello las tácticas serán las siguientes:

- Definición de un calendario de publicaciones que permita tener un control de las publicaciones y una interacción constante con los consumidores, estas actualizaciones se realizarán cada 2 semanas, donde se encuentren publicadas las principales campañas que esté desarrollando Store Publicity con sus clientes actuales.

### **4.2 Social Media**

Este aspecto es de gran importancia para el plan presentado, puesto que las redes sociales son las herramientas que día a día los consumidores llevan casi siempre a la mano. Por ello, estrategias basadas en el impulso de la empresa en redes sociales tendría un gran impacto, junto con una comunicación dirigida, donde los clientes tengan conocimiento de la empresa, contenido de interés (no sólo comercial) y qué actividades realiza.

#### **4.2.1 Creación de campaña Social ADS**

- Anuncios en Instagram enfocados en los proyectos de la empresa, para generar tráfico y posibilidad de concretar proyectos en la página web.

- Anuncios en Facebook enlazados a diferentes canales dirigidos a un público en específico dado por características demográficas, gustos e intereses, con el objetivo de que los consumidores ingresen a la página web de la empresa aumentando así el número de clientes o “leads”.
- Highlights en Instagram con tips semanales acerca del cuidado de los diferentes tipos de publicidad creada para incrementar las interacciones en las redes sociales.
- Links Ads en Facebook donde los consumidores obtengan más información acerca de los proyectos de la empresa aumentando el tráfico de venta en la página web a través de la acción “Registrarse”.
- Botón en los anuncios de Facebook que permite abrir un chat en Whatsapp Business donde Store Publicity interactúe fácilmente con los clientes automatizando la respuesta de mensajes de manera rápida con el fin de aumentar el número de ventas.

### **4.3 Estrategia SEO**

- Palabras clave cada 20 días para que al momento de buscar temas relacionados con publicidad, imagen de transportes y vehículos, Store Publicity se encuentre en los 10 primeros lugares de los diferentes buscadores.
- Revisión de imágenes optimizadas para usarlas en las diferentes publicaciones, esto en gran medida aumenta el tráfico de clientes en la página, lo que a mediano plazo se traducirá en un aumento de ingresos, lealtad de los consumidores existentes y atracción de nuevos consumidores.
- Adecuación de la página web para el uso en dispositivos móviles y computadoras logrando que sea amigable, sencilla y con contenido relevante para el público objetivo, aumentando el tráfico de venta en la página.
- Diagnóstico y auditoría técnica de la página web a través de la plataforma QuickSprout, en primera instancia, para identificar fallas, evaluar la velocidad y realizar una estimación del tráfico web.

### 5. Cronograma

En la Tabla 2., se mostrará la periodicidad en la que deberán implementarse las diferentes actividades de las estrategias planteadas, lo cual será un factor determinante para el éxito del plan de marketing.

**Tabla 2. Diagrama de Gantt**

		CRONOGRAMA DE GANTT																																																											
		MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5				MES 6				MES 7				MES 8				MES 9				MES 10				MES 11				MES 12															
ACCIONES		S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4								
Creación página web																																																													
Publicaciones Instagram																																																													
Publicaciones Facebook																																																													
Estrategia de contenidos																																																													
Configuración ADS																																																													
Pautas																																																													
Optimización ADS																																																													
Diagnóstico página web																																																													
Actualización página web																																																													

Fuente: Elaboración propia



## 6. Medición de los resultados

Para la medición de resultados del presente plan de marketing, el cual es importante llevar en constante seguimiento, se establecerá una evaluación constante para tomar acciones en el corto plazo en caso de que los resultados no sean los esperados. Por lo anterior se tendrán en cuenta algunos indicadores claves que se evaluarán cada 2 semanas y medirán el rendimiento como:

- Número de vistas en la página web, este será un indicador clave puesto que nos mostrará el impacto en los clientes de la nueva página web y sus intereses.
- Cantidad de ventas a través del número de clientes registrados en la página web o clientes que se contacten a través de Whatsapp.
- Número de seguidores en las redes sociales llevando un control y definiendo una meta para conocer el impacto real de la empresa.
- Número de interacciones en la página web y contáctanos.
- Cantidad de interacciones de los consumidores con el contenido publicado, esto en la medida que en los anuncios con el “call to action” permita que visiten la página web.

## 7. Presupuesto

Para el plan de marketing que se va a implementar es necesario tener en cuenta los costos de utilizar las herramientas recomendadas, para ello, en la Tabla 3., se muestra un presupuesto total aproximado, basados en precios reales del mercado, para el tiempo calculado.

**Tabla 3. Presupuestos plan de marketing**

Herramienta	Importancia	Valor anual
Pauta en Facebook	Incluye herramientas como Facebook, Instagram y Audience Network, esta herramienta para administrar cuentas publicitarias y anuncios y así llegar a más personas en otras plataformas donde pasan su tiempo.	\$11.000.000
Google ADS	Ofrecer publicidad patrocinada a potenciales anunciantes para la aparición en búsquedas naturales y orgánicas La empresa realiza definición de presupuesto publicitario.	\$10.000.000
Actualización página web	Equipo externo que realizará actualización de contenidos cada 15 días	\$8.000.000
Diseño y optimización de los anuncios	Dentro de la empresa se realizará capacitación a un empleado para el manejo de las redes sociales	\$ 1.000.000
<b>TOTAL</b>		<b>\$30.000.000</b>

Fuente: Elaboración propia

El plazo de ejecución del presente plan de marketing será de 12 meses en los cuales se realizará el montaje de la página web y la implementación de las anteriores estrategias presentadas. Teniendo en cuenta los objetivos y el alcance del plan de marketing, se contará con un presupuesto disponible por parte de la empresa de \$20.000.000, sin embargo, comentan que el monto es flexible y que pueden aumentarlo de acuerdo a la visión de efectividad de lo que se les proponga.

## 8. Conclusiones

Al realizar el contacto con la empresa y plantear las estrategias, se tenía como objetivo principal satisfacer las necesidades de Store Publicity, en cuanto a generar mayor tráfico en sus redes y sacarles un mayor provecho; por ello, aunque si bien es necesaria una inversión y están dispuestos a realizarla, era primordial que lo que se estaba proponiendo estuviera claro, entendible y preciso, ya que el cliente no contaba con mucho conocimiento sobre el tema.

Por lo anterior, consideramos que el plan de marketing propuesto, es muy explícito, sencillo y con los recursos que la empresa necesita para que empiece a moverse mucho más en las redes, sobre todo es una gran oportunidad para reinventarse en éste momento, donde la coyuntura está exigiendo un comercio mucho más digital y los consumidores demandando cada vez más contenido digital al alcance de su mano, en el menor tiempo posible.

Para concluir, podemos decir que las estrategias de contenidos, social media y SEO, son relevantes y significativas para que la empresa se posicione en el sector que muchas veces puede llegar a ser muy informal; además, les dará la posibilidad de acercarse a sus clientes, conseguir mayores vistas y por ende, posibles leads que se conviertan en compra y recomendaciones, para hacer efectivo el “voz a voz”, incrementando considerablemente su valor como compañía y prestigio.

Finalmente, observamos que es muy viable que Store Publicity adopte el plan de marketing propuesto, bien sea por su facilidad de implementación, el hecho de ver los resultados en un corto-mediano plazo o por los beneficios económicos que traerá.

## 9. Bibliografía

- Facebook for Business. (11 de Mayo de 2020). *Marketing en WhatsApp*. Obtenido de <https://www.facebook.com/business/marketing/facebook>
- Facebook for Business. (11 de Mayo de 2020). *Facebook for Business*. Obtenido de <https://www.facebook.com/business/marketing/whatsapp>
- Facebook for Business. (11 de Mayo de 2020). *Marketing en Facebook*. Obtenido de <https://www.facebook.com/business/marketing/facebook>
- Facebook for Business. (11 de Mayo de 2020). *Marketing para Instagram*. Obtenido de <https://www.facebook.com/business/marketing/instagram>
- Ser Digital. (11 de Mayo de 2020). *La Empresa*. Obtenido de [https://www.serdigital.net/la\\_empresa.html](https://www.serdigital.net/la_empresa.html)
- Modo Impreso. (11 de Mayo de 2020). *Productos y Servicios*. Obtenido de <https://modoimpreso.com>
- Forero, R. (09 de Julio de 2018). *Así se mueve la publicidad en Colombia*. Obtenido de Revista Dinero Online: <https://www.dinero.com/opinion/columnistas/articulo/asi-se-mueve-la-publicidad-en-colombia-por-raul-avila/259956>
- Kyocera. (11 de Mayo de 2020). *La importancia de la impresión en la era digital*. Obtenido de Kyocera Document Solutions: <https://www.kyoceradocumentsolutions.es/es/smarter-workspaces/business-challenges/the-cloud/la-importancia-de-la-impresion-en-la-era-digital.html>
- Store Publicity . (4 de Mayo de 2020). *Página de Facebook*. Obtenido de <https://es-la.facebook.com/designstorepublicity/>
- Store Publicity. (4 de Mayo de 2020). *Página de Instagram*. Obtenido de <https://www.instagram.com/storepublicity/>
- Williams, E. (10 de Enero de 2016). *EXPONENCIAL, La nueva norma para el crecimiento de las empresas*. Obtenido de Medium: <https://medium.com/@eduardowilliams/exponencial-la-nueva-norma-para-el-crecimiento-de-las-empresas-67ac5711680d>
- Andigraf. (11 de Mayo de 2020). *Quiénes Somos*. Obtenido de <https://andigraf.com.co/quienes-somos/>

Publidiseños. (11 de Mayo de 2020). *Página de Facebook*. Obtenido de 17  
<https://www.facebook.com/Publidiseños-WarBrio-742234662500846/>