



**Universidad del
Rosario**

Plan de Marketing Digital: Solaque & Asociados

Trabajo de Grado

Daniel Ricardo Estupiñán Guzmán

Rodrigo Mejía Sierra

Nicolas Alfredo Solaque Aguilar

Karen Ginnet Bravo Ramos

Bogotá D.C.

2023



**Universidad del
Rosario**

Plan de Marketing Digital: Solaque & Asociados

Trabajo de Grado

Daniel Ricardo Estupiñán Guzmán

Rodrigo Mejía Sierra

Nicolas Alfredo Solaque Aguilar

Karen Ginnet Bravo Ramos

Hernán Alberto Cruz Bernal

Administración de empresas

Administración en logística y producción

Marketing y negocios digitales

Bogotá D.C.

2023

Declaración de originalidad y autonomía

Declaro bajo a gravedad del juramento, que he escrito el documento de título “Plan de Marketing: Solaque & Asociados”, en la opción de grado de PADE y que, por lo tanto, su contenido es original.

Declaro que he indicado clara y precisamente todas las fuentes directas e indirectas de información y que este trabajo no ha sido entregado a ninguna otra institución con fines de calificación o publicación.

Daniel Ricardo Estupiñán Guzmán

Rodrigo Mejía Sierra

Nicolas Alfredo Solaque Aguilar

Karen Ginnet Bravo Ramos

Declaración de exoneración de responsabilidad

Declaro que la responsabilidad intelectual del presente trabajo es exclusivamente de su autor. La Universidad del Rosario no se hace responsable de contenidos, opiniones o ideologías expresadas total o parcialmente en él.

Daniel Ricardo Estupiñán Guzmán

Rodrigo Mejía Sierra

Nicolas Alfredo Solaque Aguilar

Karen Ginnet Bravo Ramos

Índice

Glosario.....	7
Resumen.....	9
Palabras Clave	9
Abstract.....	10
Key words.....	10
1. Análisis.....	11
1.1 Antecedentes (Mercado e historia empresarial)	11
1.2 Definición del objetivo del negocio / Propuesta de valor	12
1.2.1. Misión	12
1.2.2. Visión	12
1.3 Análisis de la competencia	13
1.4 Análisis DAFO	14
1.5 Análisis de Audiencias (Buyer Persona).....	20
2. Objetivos SMART	22
3. Estrategía.....	23
4. Cronograma	23
4.1. Resultados	24
4.2. Presupuesto	24
5. Referencias	27

Indice de tablas

Tabla 1 Análisis de competencia.....	13
Tabla 2 Análisis DOFA.....	17

Glosario

Análisis DAFO: El análisis DAFO, (también conocido como FODA, DOFA Y AODF), tiene como principal objetivo esquematizar gráficamente factores de fortaleza y debilidad y aspectos que generen amenaza u oportunidad. Analizando estas situaciones internas y externas, se tiene de una manera más clara la situación empresarial para la toma de decisiones. (Foschiatti & Alberto, 2012)

Buyer Persona: El Buyer Persona es una representación ficticia del cliente objetivo al que una empresa lo clasifica como su público objetivo. Dentro de la descripción de esta persona, entran diferentes segmentadores clasificados como demográficos, geográficos, psicográficos o comportamentales. (Siqueira, 2022)

Estrategias de Marketing: La estrategia de marketing se puede definir como la metodología o planificación la cual señala y traza una serie de procesos para el final se logren y se cumplan los objetivos planteados. Las estrategias pueden ser un claro diferenciador contra los competidores, haciendo que la empresa ahorre y convierta de forma eficaz y eficiente numerosos recursos como puede ser el dinero o el tiempo. (Universidad ORT, 2023)

Estrategia empresarial: La estrategia empresarial consiste en la creación de planes y la aplicación de tácticas para alcanzar un objetivo de negocios específico. Mediante la definición de esta estrategia se puede gestionar, controlar y mejorar el desarrollo de un negocio, así como asegurar que se cumplirán las metas previamente trazadas. (Pursell, 2023)

Inbound Marketing: El inbound Marketing se basa en una serie de procedimientos estratégicos que se basan en atraer y generar leads de forma no intrusiva. Esta característica del marketing, se centra en canales digitales como el motor de búsqueda, la página web, redes sociales, entre otros. (Digital M. A. S., 2017)

Indicadores clave de rendimiento: Los KPI (del inglés: Key performance Indicators) son unas métricas que ayudan a evaluar cuantitativa o cualitativamente ciertos parámetros de un negocio o empresa. Los resultados de estas métricas son necesarias para la toma de decisiones. Partiendo de un objetivo claro, los KPI´s nos ayudarán a establecer el rumbo de nuestro proyecto y el éxito de éste, además de proporcionar información del rendimiento de nuestros recursos utilizados. (Bello, 2021)

Objetivos SMART: Esta metodología de planteamiento de objetivos ayuda a que éstos queden lo mejor planteados posible. Cada una de las letras de la palabra “SMART” representa una característica. Estas son: Específico (specific), medible (measurable), alcanzable (achievable), realista (realistic) y medible (measurable). (Estrategia Digital, 2019)

Optimizador para motores de búsqueda (SEO): SEO (Del inglés: Search Engine Optimization) se define como un conjunto de técnicas para mejorar el posicionamiento de las páginas web de forma orgánica, es decir, sin pago alguno. (Cardona & Cyberclick, 2023)

Análisis financiero: El análisis financiero es una metodología que permite no sólo evaluar la situación financiera actual de una persona o de una empresa, el manejo de los recursos financieros y la efectividad del manejo, sino que también permite identificar retos y oportunidades a futuro. (scotiabankcolpatria, 2023)

Resumen

En la actualidad, el área del mercadeo ha obtenido un peso importante en las empresas, en especial en las últimas décadas, durante este tiempo esta área ha contribuido al crecimiento de las compañías, la generación de demanda ayuda a posicionar los productos o servicios de las organizaciones, a través de concretar las relaciones con los clientes, objetivos empresariales y mantener la ventaja competitiva. Esto es lo que busca la empresa Solaque y Asociados SAS, transformar su área de mercadeo para generar un impacto en el mercado actual, la compañía desea crear un área de mercadeo, con el fin de ser competente, por el medio de un plan de Marketing digital, creación y actualización de redes sociales, publicidad de medios digitales, creación de objetivos y estrategias, análisis de DAFO, análisis de competencia, buyer persona, entre otros. Con el fin de buscar un crecimiento en la empresa y adquirir nuevos clientes.

Palabras Clave

Plan de Marketing, Marketing Digital, Análisis DAFO, Mercado, Redes Sociales.

Abstract

Currently, the marketing area has gained an important weight in companies, especially in recent decades, during this time this area has contributed to the growth of companies, demand generation helps to position the products or services of organizations, through concrete relationships with customers, business objectives and maintain competitive advantage. This is what the company Solaque y Asociados SAS seeks, to transform its marketing area to generate an impact on the current market, the company wants to create a marketing area, in order to be competent, by means of a digital Marketing plan, creation and updating of social networks, digital media advertising, creation of objectives and strategies, SWOT analysis, competition analysis, buyer persona, among others. In order to seek growth in the company and acquire new customers.

Key words

Marketing Plan, Digital Marketing, SWOT Analysis, Market, Social Networks.

1. Análisis

1.1 Antecedentes (Mercado e historia empresarial)

Solaque y Asociados SAS, es una compañía del sector real, autorizada para desarrollar sus actividades por la Junta Central Contadores, se dedicada a la prestación de servicios contables en las áreas de contabilidad, auditoría, revisoría fiscal, y consultoría empresarial, con una experiencia de más de 40 años en sus accionistas y colaboradores.

Para Solaque y Asociados SAS, el grupo objetivo se encuentra en el segmento corporativo y también en el de personas naturales comerciantes obligados a llevar contabilidad; Solaque y Asociados por ser una entidad que presta servicios tercerizados de consultoría, contabilidad, auditoría y revisoría fiscal a medianos y pequeños empresarios tiene un grupo objetivo bastante amplio y en constante crecimiento por medio de los actuales emprendimientos.

Nuestro contacto directo en el grupo corporativo se establece de acuerdo al servicio postulado es decir, si es contabilidad, auditoría, consultoría se realiza directamente con la gerencia o quien esté encargado de la contratación de este servicio, en el caso de personas naturales comerciantes se contacta con ellos directamente. Para el servicio de revisoría fiscal el contacto se establece directamente con los que determinan la selección, como son las Asambleas tanto en el sector real, sector cooperativo, sector financiero.

1.2 Definición del objetivo del negocio / Propuesta de valor

Solaque y Asociados SAS, es una compañía creada para brindar asesorías tributarias a comercios y personas naturales comerciantes a través de acompañamientos de primera línea con sus clientes. Su propuesta de valor se basa en transmitirle a sus clientes de manera sencilla y confiable información tributaria de primera mano y con una comunicación efectiva que les permita estar al día en sus obligaciones sin preocupaciones por incumplimientos o evasiones de ley. Gracias al contacto estrecho y directo que tiene la compañía con todos sus clientes, no se incurren en largos tiempos de espera por respuestas importantes que estos requieran.

1.2.1. Misión

Proporcionar a nuestros clientes servicios de excelencia y profesionalismo en los rubros de Contaduría Pública, Auditoría, Impuestos y Dictamen de Estados Financieros, con altos estándares de calidad, con un constante desarrollo y actualización de nuestro personal, dando el valor agregado a las expectativas de nuestros clientes tal como ellos lo desean para lograr su satisfacción total. (Solaque & Asociados, 2023)

1.2.2. Visión

Convertirnos en una alternativa rentable y confiable en la prestación de servicios de Contaduría Pública, Auditoría, Impuestos y Dictamen de Estados Financieros, al diverso sector empresarial, a través de un selecto equipo de profesionales que cumplan con los requerimientos de nuestros clientes eficazmente, brindándoles seguridad y tranquilidad para su negocio. (Solaque & Asociados, 2023)

1.3 Análisis de la competencia

Tabla 1 Análisis de competencia

Competidor	Sitio Web	Pos. SEO	Redes Sociales	Publicidad Digital	Otros Canales	Estrategia Digital	Ventaja Competitiva
DLK Auditores	https://dikauditores.com/	Baja	Facebook Linkedin Twitter Instagram	Google Ads	Celular Whatsapp	SEM, Redes sociales, Marketing de Asesoramiento Inmobiliario búsqueda de pago	Asesoramiento Inmobiliario
GP soluciones	https://gpsoluciones.com.co/	Baja	Facebook, Linkedin	Google Ads	Email Whatsapp Teléfono	SEM, Redes sociales, Marketing de Asesoramiento Inmobiliario búsqueda de pago	Asesoramiento Personalizado
Mundial de contadores	https://mundialdeccontadores.com/	Baja	Facebook Linkedin Instagram	Google Ads	Celular Email	SEM, Email Marketing Redes sociales, marketing de búsquedas de pago	Idioma Inglés
Torres Castro	https://torrescastro.com.co/	Media	N.A	Google Ads	Celular Email Whatsapp	SEM, Marketing de Búsqueda de pago	Descuentos
Asesores empresariales	https://acasesores.co/es/soluciones-contables/asesoria-contable/	Baja	Facebook Linkedin Youtube Twitter Instagram	N.A	Celular Whatsapp Email	SEO, Marketing de contenidos, Redes sociales	Conocimiento en Sistema SAP

Fuente: Elaboración propia

1.4 Análisis DAFO

La matriz DOFA de Solaque y Asociados se encuentra determinada por la situación de competencia, normas gubernamentales, exceso de responsabilidades dadas por cada sector económico del grupo objetivo, dentro los principales factores que afectan el mercado, tenemos:

Debilidades: Dentro de las debilidades de Solaque y Asociados podemos citar las siguientes:

1. Dificultad de conseguir personal calificado y comprometido con la profesión de Contador Público, las facultades de las universidades no generan profesionales capacitados adecuadamente para el desarrollo de la profesión. Lo mismo sucede con los Tecnólogos egresados del Sena, que llegan sin formación académica específica en los temas básicos de la actividad contable.
2. La rotación de personal al desarrollar la experiencia en la empresa y luego emigrar a otras oportunidades, esto no permite realizar un trabajo permanente y efectivo en los clientes. Esta rotación genera sobrecostos y exigencia de los demás miembros del equipo de trabajo. A pesar de contar con un gran número de profesionales, a la hora de seleccionar no se encuentra mano de obra idónea para el desempeño de la actividad contable por medio de un outsourcing.
3. Al ser un servicio tercerizado el mercado regula los ingresos por los más bajos, lo cual no permite ser competitivos por valores, sino por precios.

Oportunidades: Dentro de las oportunidades que tiene la empresa por observar las siguientes:

1. La oportunidad más destacada dentro creciente mercado en el que se desempeña Solaque y Asociados, permite siempre estar a la vanguardia de sus actividades, hasta este momento nunca se ha requerido de publicidad para mantener sus clientes y que lleguen año a año. Al implementar recursos tecnológicos para darla a conocer y de acuerdo a sus políticas para la prestación de sus servicios, obtendrá una mejor participación del grupo objetivo.
2. El constante cambio de las políticas gubernamentales que tienden a la obligatoriedad de llevar contabilidad y en especial de la carga impositiva para cada sector, permite una permanencia en el mercado.
3. Existe una notoria oportunidad en sectores que no se han explorado por medio de Solaque y Asociados, como es sector gubernamental, el sector de la educación no formal y el ingreso al desarrollo de tecnología que desarrolle aplicativos modernos para beneficios de la profesión y de los pequeños empresarios.

Amenazas: Son pocas las amenazas que tenga la sociedad, pero citamos las siguientes:

1. La principal amenaza que puede tener la sociedad Solaque y Asociados y todas las empresas dedicadas al desarrollo de las actividades contables, son los cambios en la normativa que permita que seamos los únicos en el desempeño de nuestra actividad, desde hace tiempo existe un deseo de otras profesiones a desempeñar la actividad contable.
2. Los cambios generacionales al interior de la compañía y de los clientes que debemos estar muy atentos para que la existencia de la sociedad se pueda mantener en el tiempo.

Fortalezas: Dentro de las fortalezas tenemos:

1. Contar con un grupo de accionistas dedicados a fortalecer los servicios contables, llevando compromiso permanente con sus colaboradores y clientes.
2. Tener un cambio generacional previsto y en curso que nos permite mantener servicios actualizados y oportunos de acuerdo a las normas vigentes.
3. Tener valores organizacionales basados en el compromiso, respeto, disciplina, sacrificio, entre otros.
4. Tener un nombre basado en la experiencia que tiene la compañía por medio de sus accionistas y colaboradores la cual llega a los 40 años

Tabla 2 Análisis DOFA

Diagnóstico interno	Fortalezas	Debilidades
Diagnóstico externo		
Oportunidades	<p>La estrategia se enfoca en aprovechar las fortalezas de la compañía para aprovechar las oportunidades en los mercados en los que opera. Para ello, la empresa puede invertir en las últimas tecnologías y capacitación del personal para mejorar la calidad de los servicios contables y aumentar su presencia en el mercado.</p>	<p>La estrategia está enfocada en aprovechar las oportunidades del mercado y al mismo tiempo trabajar en mejorar los puntos débiles de la empresa. Con este fin, Solaque y Asociados podría invertir en programas de capacitación de empleados y un proceso de selección más riguroso para mejorar la calidad de su fuerza laboral y reducir la rotación. También puede buscar oportunidades para brindar servicios de contabilidad especializados que agreguen valor a sus clientes al permitirles competir en precio sin quedar atrapados en las guerras de precios en el mercado.</p>

	<p>También podría explorar nuevos sectores, como la educación pública y no formal, para ampliar su base de clientes y diversificar sus fuentes de ingresos.</p>	
Amenazas	<p>La estrategia está enfocada en aprovechar las oportunidades del mercado y al mismo tiempo trabajar en mejorar los puntos débiles de la empresa. Con este fin, Solaque y Asociados podría invertir en programas de capacitación de empleados y un</p>	<p>La estrategia está dirigida a eliminar la vulnerabilidad de la empresa a las amenazas del mercado. Con este fin, Solaque y Asociados puede trabajar para reducir la rotación de empleados y mejorar la calidad de los empleados a través de un programa de capacitación y selección más riguroso. También puede mejorar los procesos internos y encontrar formas de reducir costos para que pueda ser más competitivo en un mercado donde los precios son cada vez más bajos</p>

	<p>proceso de selección más riguroso para mejorar la calidad de su fuerza laboral y reducir la rotación. También puede buscar oportunidades para brindar servicios de contabilidad especializados que agreguen valor a sus clientes al permitirles competir en precio sin quedar atrapados en las guerras de precios en el mercado.</p>	
--	---	--

Fuente: Elaboración propia

1.5 Análisis de Audiencias (Buyer Persona)

Juan Monroy, quien se desempeña como Gerente General de una empresa mediana con sede en Bogotá, Colombia.

Parte 1: El Quién

Perfil general: Este Buyer persona es un individuo emprendedor en el sector corporativo o un empresario que busca la asistencia de una firma de consultoría contable para realizar operaciones comerciales de manera efectiva y eficiente. Tiene una amplia experiencia en la industria y ha estado en su empresa durante varios años. En general, esta persona valora la calidad y eficiencia de su trabajo.

Información demográfica: Este hombre tiene entre 30 y 45 años, vive en Bogotá, tiene un salario promedio mensual de \$3.500.000 y tiene una formación técnica o profesional en un campo relacionado con la actividad económica.

Parte 2: El Qué

Objetivos: Su objetivo principal es mejorar la eficiencia y la rentabilidad de su empresa y asegurarse de que se cumplan sus obligaciones contables y fiscales. Esto también significa que tiene una visión clara y actualizada de su situación financiera. El objetivo secundario es mejorar continuamente sus conocimientos en el área de interés.

Retos: Su principal reto es mantener controles contables y fiscales estrictos y precisos, reducir los costos operativos y mejorar la rentabilidad de la empresa. Su segundo reto es mantenerse al día en la normativa contable y fiscal y mejorar sus conocimientos y habilidades en materia de gestión contable y financiera.

Cómo podemos ayudar: Apoyamos este buyer persona proporcionando servicios de consultoría y contabilidad personalizados que le permiten administrar su negocio de manera eficaz y eficiente. Aportamos soluciones para mejorar la gestión contable y fiscal, reducir los costes operativos y aumentar la rentabilidad de las empresas. Además, proporcionamos información actualizada sobre la normativa contable y fiscal vigente y brindamos capacitación para mejorar sus conocimientos y habilidades en la gestión contable y financiera.

Parte 3: Por Qué

Comentarios: Como emprendedor, siempre he tenido problemas para mantenerse al día con las normas contables y fiscales y administrar las finanzas de manera eficiente. Gracias a Solaque y Asociados SAS, hemos mejorado nuestra eficiencia operativa y rentabilidad, y nos hemos mantenido al día con las normas contables y tributarias.

Quejas comunes: Las quejas más comunes son la falta de personalización y el alto costo de los servicios de contabilidad y consultoría.

Parte 4: Cómo

Mensaje de marketing: Nuestra empresa, Solaque y Asociados SAS, brinda soluciones personalizadas de contabilidad, auditoría, auditoría fiscal y consultoría empresarial para empresarios colombianos. Con nuestra ayuda podrá mejorar la eficiencia y rentabilidad de su negocio, asegurar el cumplimiento de sus obligaciones contables y fiscales, y tener una visión clara y actualizada de su situación financiera.

Mensaje de Ventas: Hemos ayudado a muchos empresarios a mejorar la eficiencia y rentabilidad de sus negocios a través de nuestros servicios.

2. Objetivos SMART

- Incrementar la tasa de conversión de clientes potenciales del servicio de subcontratación de contabilidad en un 20% y adquirir 50 nuevos clientes en el primer año.
- Aumentar el tráfico del sitio web de Solaque y Asociados SAS en un 15% en los próximos 6 meses mediante la implementación de una estrategia SEO y SEM.
- Mejorar la experiencia de la página web de Solaque y Asociados para que tenga un diseño más amistoso para los visitantes.
- Aumentar el uso de las redes sociales para mejorar la afinidad y la comunicación con otras empresas o particulares, y mejorar el engagement en un 20% en los próximos 6 meses.

3. Estrategía

La estrategia con la cual lograremos alcanzar los objetivos planeados previamente es Estrategía SEO (Search Engine Optimization), para lograrlo, hemos planteado actividades como:

- Crear listado de palabras estratégicas, que permitan generar una posición líder en el motor de búsqueda
- Diseñar un kit de contenido optimizado, que permita atraer a las personas a través de la entrega de paquetes de servicios contables
- Generar alianzas estratégicas con el fin de fortalecer el número de backlinks, de manera que se fortalezcan las visitas en la página.
- Publicar testimonios de clientes, con el fin de compartir experiencias que afiancen y brinden seguridad a las nuevas visitas (Prospectos de clientes)

4. Cronograma

Para llevar una forma ordenada el progreso y los trabajos que se necesiten realizar para el cumplimiento de los objetivos propuestos, se mostrara todas las acciones requeridas semana a semana a lo largo de un año, todo con el fin que la empresa Solaque & Asociados tenga de manera clara y específica. (ver anexo 1)

4.1. Resultados

La medición de cada una de las estrategias implementadas son muy importantes para saber si funcionó de una manera adecuada el plan de marketing digital que se aplicó a la compañía, para esto es necesario encontrar los KPI's (Key Performance Indicators) más apropiados.

Clientes netos: $\text{Clientes} - \text{Clientes perdidos} + \text{nuevos clientes}$

Aumento de tráfico a pagina web: $(\text{Trafico inicial} - \text{trafico final}) / \text{Trafico inicial} * 100$

% conversión de leads: $\text{Número de visitantes que adquirió el servicio de externalización} / \text{total visitantes en el servicio de externalización} * 100$

Duración promedio de visitas: $\text{Tiempo por visita} / \text{número de visitas}$

4.2.Presupuesto

Para realización del presupuesto se nos presentó un requerimiento por parte de la empresa Solaque & Asociados, nos comenta que la empresa solo tiene un presupuesto anual para el área de mercadeo de tan solo 20 millones de pesos colombianos, entonces, nosotros como equipo de trabajo nos encargamos de realizar un presupuesto con el objetivo de no sobrepasar los 20 millones, el cual con base a los objetivos y el cronograma previamente mencionados hicimos el presupuesto anual para el área de mercadeo de la empresa.

(ver anexo 2)

1. ¿Qué herramienta vamos a utilizar?

Solaque y Asociados tiene como herramientas Google ads e Instagram ads los cuales van ligados con sus redes sociales y página web. Ya le están apostando a adquirir nuevos clientes por estos medios modernos y sobrepasar la meta anual de clientes. Estos son nuevos para la compañía, ya que la forma de la cual han tenido los clientes actuales es por el medio tradicional de voz a voz.

2. ¿Qué personal va a ser necesario, que tiempo van a tener que trabajar y cuánto va a tener que trabajar cada hora?

El personal requerido para el crecimiento de nuestra área de mercadeo es de un empleado con el conocimiento adecuado sobre medios digitales y sobre publicidad B2B, los cuales deben trabajar de tiempo completo, con un valor de hora integral (incluye carga prestacional) de \$20.850 hora.

3. ¿Cuál va a ser el plazo de ejecución del plazo de mercadeo digital?

Para la ejecución de los proyectos establecidos se hará un cronograma para todo un año, con publicaciones semanales o mensuales dependiendo por qué se subirá la publicación, campañas digitales en las temporadas más altas y recordatorios para nuestros clientes de nuestros progresos de los trabajos realizados. Todo está pensado con el fin de realizar el contenido digital de tal manera que no desperdiciemos tiempo y aprovechemos las tendencias digitales y capturemos la mayoría de posibles clientes.

4. ¿Cuál va a ser la inversión en publicidad que se va a necesitar?

Para el primer año en publicidad digital, para promocionar la compañía se tiene estimado un valor anual de \$20.000.000 de pesos colombianos, este valor es experimental ya que no tienen confianza que sea eficaz este método, si se ve un aumento de los clientes se tendrá pensado un aumento progresivo más que todo en Google ads.

5. Referencias

- Bello, E. (2021). Qué son los KPIs y cómo funcionan. *Thinking for Innovation*.
<https://www.iebschool.com/blog/que-son-los-kpis-y-como-aplicarlos-a-tu-empresa-digital-business/>
- Cardona, L., & Cyberclick. (2023). *SEO: Qué es y guía de posicionamiento en buscadores* (2023). Cyberclick. <https://www.cyberclick.es/que-es/seo>
- Digital M. A. S. (2017). *Definición de: Inbound Marketing*. Digital M. A. S.
<https://www.masdigital.net/diccionario/inbound-marketing>
- Estrategia Digital. (2019). Qué son los objetivos SMART y por qué son tan importantes. *Blog IDA Chile*. <https://blog.ida.cl/estrategia-digital/objetivos-smart/>
- Foschiatti, A. M., & Alberto, J. A. (2012). El uso de matrices DAFO como herramientas de gestión y análisis geográfico. *Geográfica digital*, 9(18), Article 18.
<https://doi.org/10.30972/geo.9182235>
- Pursell, S. (2023). *Estrategia empresarial: Qué es, tipos, implementación y ejemplos*. Hubspot. <https://blog.hubspot.es/marketing/estrategia-empresarial>
- scotiabankcolpatria. (2023). *El análisis financiero*. scotiabankcolpatria.
<https://www.scotiabankcolpatria.com/educacion-financiera/finanzas-personales/analisis-financiero>
- Siqueira, A. (2022). *¿Qué es un buyer persona y cómo hacer uno para tu empresa?* RD Station. <https://www.rdstation.com/blog/es/buyer-persona/>
- Solaque & Asociados. (2023). *Mision y Vision*. Solaque & Asociados.
<https://www.solaqueasociados.com/about-us.html>
- Universidad ORT. (2023). *Estrategias de marketing: Qué son, qué tipos existen y algunos ejemplos—Universidad ORT Uruguay*. Universidad ORT.
<https://facs.ort.edu.uy/blog/estrategias-de-marketing>