

IDEA DE NEGOCIO – RIBBON

Más que regalos

Presentado por:

Laura Alejandra Cruz Rengifo, Luz De Luna
Gilkes Forero, María Katherine Granja Moreno,
Liseth Paola Vacca Casallas

Especialización en Gerencia de Empresas
Escuela de Administración

9 de noviembre 2024

Bogotá, Colombia

2024

Declaro(amos) bajo gravedad de juramento, que he(mos) escrito el presente proyecto integrador de especialización por mi(nuestra) propia cuenta, y que por lo tanto, su contenido es original. Declaro(amos) que he(mos) indicado clara y precisamente todas las fuentes directas e indirectas de información, y que este proyecto integrador de especialización no ha sido entregado a ninguna otra institución con fines de calificación o publicación”. Laura Alejandra Cruz Rengifo, Luz De Luna Gilkes Forero, María Katherine Granja Moreno, Liseth Paola Vacca Casallas / Fecha de aprobación, 9 de noviembre 2024).

Declaración de exoneración de responsabilidad:
“Declaro(amos) que la responsabilidad intelectual del presente trabajo es exclusivamente de su(s) autor(es). La Universidad del Rosario no se hace responsable de contenidos, opiniones o ideologías expresadas total o parcialmente en él”. Laura Alejandra Cruz Rengifo, Luz De Luna Gilkes Forero, María Katherine Granja Moreno, Liseth Paola Vacca Casallas / Fecha de aprobación, 9 de noviembre 2024.

IDEA DE NEGOCIO:



RIBBON

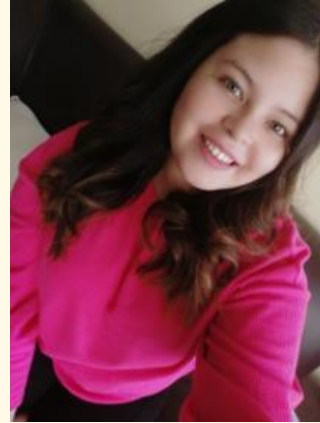
Más que regalos

RIBBON es un innovador emprendimiento que redefine el concepto de regalos al ofrecer sorpresas de alta calidad para diversas ocasiones, revelando la importancia de las conexiones emocionales en cada compra.

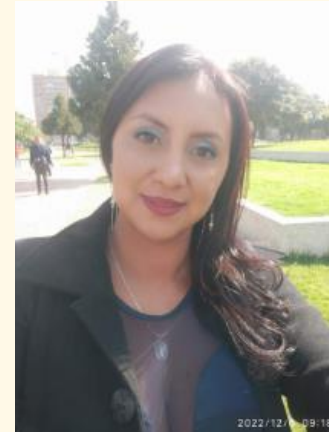
EQUIPO



Luna Gilkes
Arquitecta
Conocimiento
en programas
de diseño
Marketing
Gastronomía



Laura Cruz
Administradora
de empresas
Experiencia en
Marketing
Conocimiento en
proveedores



Paola Vacca
Administradora
de empresas
Experiencia en
eventos y regalos
sorpresa
Conocimientos en
diseño gráfico



Katherine Granja
Artista
Experiencia en
cultura
Emprendedora
Conocimiento en
gestión de eventos

¿Sabías que varias teorías se han postulado
alrededor del concepto "Gift Giving"?

Teoría de dar regalos

Intercambio económico

Status

Ritual Cultural

Commodities

Teoría microeconómica

Ceremonia



Valor económico

Alto



Fuente: Storyset 2024

Bajo



Fuente: Storyset 2024

Alto

Sentimental



Fuente: Storyset 2024

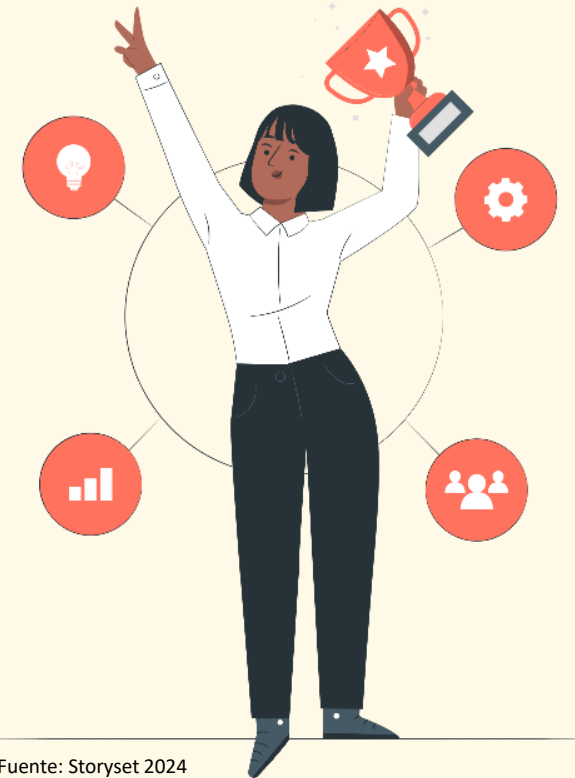
Bajo



Fuente: Storyset 2024

Misión de RIBBON

Ofrecer una variedad de regalos sorpresa para ocasiones no celebradas y para celebraciones tradicionales, elaborados con materiales de alta calidad maximizando la experiencia de nuestros clientes del mercado colombiano.



Fuente: Storyset 2024

Más que regalos

RIBBON proporciona un amplio portafolio de regalos sorpresa pensados para ocasiones no celebradas y celebraciones tradicionales. Esta diversidad permite a los clientes encontrar el regalo perfecto que se ajusta a sus necesidades emocionales y sociales.



Fuente: Storyset 2024

Materiales de alta calidad



Fuente: Storyset 2024

Cada regalo en RIBBON está elaborado con materiales de primera categoría, garantizando no solo la estética sino también la durabilidad. Este compromiso busca maximizar la experiencia del cliente al ofrecer productos que se sienten especiales y significativos.

Creando conexiones con nuestros clientes

La propuesta de RIBBON está pensada en el mercado colombiano, reconociendo la importancia de las emociones y tradiciones culturales en las compras. El enfoque local permite personalizar las opciones de regalos para cumplir con las expectativas y deseos de los consumidores.



Fuente: Storyset 2024

Visión de RIBBON



Fuente: Storyset 2024

En el 2030, ser la marca con mayor reconocimiento nacional en el mercado de regalos sorpresa que a su vez genera un valor agregado con la vinculación de jóvenes que no tienen oportunidades en el campo laboral y con el fortalecimiento de pequeños empresarios rurales.

Inclusión de Jóvenes y Apoyo a Empresarios Rurales

RIBBON tiene como visión la inclusión de jóvenes en el mercado laboral, proporcionando oportunidades de empleo y capacitación, así como el respaldo a pequeños empresarios rurales para un desarrollo sostenible.



Fuente: Storyset 2024

Nuestra Propuesta de Valor

En Ribbon, te ofrecemos un portafolio de regalos sorpresa de alta calidad para ocasiones no celebradas como tusas, divorcios, guayabos, entre otras y para celebraciones especiales tradicionales. En Ribbon, estamos en la búsqueda constante de establecer conexiones emocionales profundas con nuestros clientes para que cada una de sus compras se convierta en una experiencia gratificante



RIBÓN

Más que regalos

¿Quiénes son nuestros clientes?

Teniendo en cuenta que el emprendimiento se encuentra en su fase de introducción en el mercado se tomó la decisión de prestar el servicio en la ciudad de Bogotá. Esta centralización nos permitirá garantizar una mejor prestación del servicio y generar una reducción de los costos logísticos.



Fuente: Storyset 2024

¿Quiénes son nuestros clientes?

Dentro del perfil
psicográfico
identificamos las
siguientes
características

Beneficio personal y
social

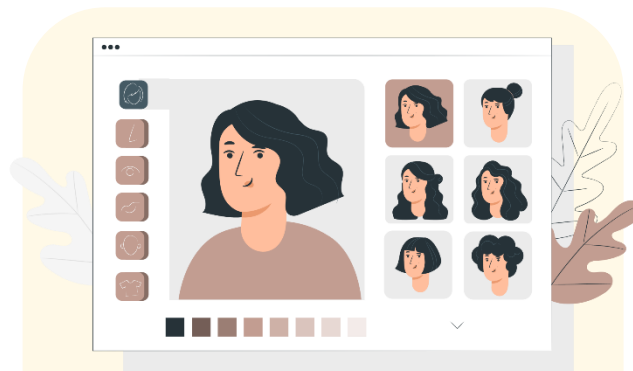
Compras
informadas

Prácticas
sostenibles

Virtual y
Digital

Calidad

**Con base en una encuesta realizada a 100 personas,
identificamos que nuestros clientes potenciales valoran los
siguientes atributos:**



Fuente: Storyset 2024

Personalización (56)



Fuente: Storyset 2024

Calidad del producto (54)



Fuente: Storyset 2024

Precio accesible (49)



Fuente: Storyset 2024

Emociones (46)

En la búsqueda de posicionamiento...



Nota: Mapa de posicionamiento de marca vs competidores Fuente: Elaboración propia

Ribbon se posicionará en el cuadrante superior derecho, destacándose por ofrecer una variedad de opciones de alta calidad a un precio competitivo. Esta variedad no se refiere a tener el portafolio más amplio en el mercado, sino contar alternativas disruptivas seleccionadas estratégicamente para crear una conexión emocional con nuestros clientes

Comunicación del posicionamiento



Fuente: Elaboración propia

Nuestros precios

Básico

\$60.000

Intermedio

\$140.000

Premium

\$260.000



Nota: Mapa de posicionamiento de marca vs competidores Fuente: Elaboración propia

Para realizar trazabilidad y monitoreo de los precios se define un Price Index del 85 - 90% de nuestros principales competidores.

Promoción

Nuestro pilar de Promoción está conformado por un mix 3 Herramientas que tienen lugar en el corto y largo Plazo

Marketing directo (Corto y largo plazo)



Fuente: Storyset 2024

Descuentos asociados a la antigüedad y frecuencia de compra

Incentivos por vinculación clientes nuevos

Relaciones Públicas (Corto y largo plazo)



Fuente: Storyset 2024

Redes sociales



Fuente: Storyset 2024

Correo electrónico para clientes recurrentes

Promociones (Corto y largo plazo)



Fuente: Storyset 2024

Comunicación modelo de emprendimiento en algunas Facultades de ciencias Económicas

H
E
R
R
A
M
I
E
N
T
A
S

Plaza



Fuente: Storyset 2024

Identificamos la necesidad de transmitir la propuesta de valor a nuestros clientes por medio de un Marketing Directo

En términos de cobertura buscamos realizar una Distribución Selectiva en línea con nuestra estrategia de segmentación. Si bien Ribbon se encarga de realizar un Marketing Directo, se requiere llegar a un mercado determinado que se pensó con base en nuestra propuesta de valor



Fuente: Storyset 2024



Fuente: Storyset 2024

Nuestra principal forma de distribución se da Sin establecimiento, por medio del E-commerce

¿Por qué invertir en Ribbon?

	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
EBIT		\$ 4.783.400	\$ 5.714.900	\$ 6.786.125	\$ 8.018.034	\$ 38.492.719	\$ 41.231.184	\$ 44.157.508	\$ 47.284.578	\$ 50.626.164	\$ 54.196.984
% Impuestos		35%	35%	35%	35%	35%	35%	35%	35%	35%	35%
NOPAT		\$ 3.109.210	\$ 3.714.685	\$ 4.410.981	\$ 5.211.722	\$ 25.020.267	\$ 26.800.270	\$ 28.702.380	\$ 30.734.975	\$ 32.907.007	\$ 35.228.040
Depreciación		\$ 1.426.600	\$ 1.426.600	\$ 1.426.600	\$ 1.426.600	\$ 1.426.600	\$ 1.426.600	\$ 1.426.600	\$ 1.426.600	\$ 1.426.600	\$ 1.426.600
Inversión en capital fijo	\$ 14.266.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Capital de trabajo neto	\$ -	\$ 2.407.667	\$ 5.198.309	\$ 8.428.993	\$ 12.165.288	\$ 29.703.909	\$ 48.414.740	\$ 68.371.501	\$ 89.651.907	\$ 112.337.769	\$ 136.515.074
Variación capital de trabajo neto		\$ 2.407.667	\$ 2.790.642	\$ 3.230.685	\$ 3.736.294	\$ 17.538.622	\$ 18.710.830	\$ 19.956.761	\$ 21.280.406	\$ 22.685.861	\$ 24.177.305
Flujo de caja libre	-\$ 14.266.000	\$ 2.128.143	\$ 2.350.643	\$ 2.606.897	\$ 2.902.028	\$ 8.908.246	\$ 9.516.039	\$ 10.172.219	\$ 10.881.169	\$ 11.647.746	\$ 12.477.334
VPN		\$ 13.650.895									
TIR		31%									

Fuente: Elaboración propia

	Valores actuales:		
	Optimista	Pesimista	
Celdas cambiantes:			
Ventas 2025	\$ 280.800.000	\$ 710.424.000	\$ 280.800.000
Crecimiento % ventas	15%	15%	-5%
Celdas de resultado:			
VPN	\$ 13.650.895	\$ 48.079.430	\$ 2.882.146
TIR	31%	53%	20%
Probabilidad de ocurrencia	40%	20%	40%
Valor esperado	\$ 5.460.358	\$ 9.615.886	\$ 1.152.858

Fuente: Elaboración propia

Valor Presente Neto: \$ 13.650.895

TIR: 31%

Costo de capital: 11%



Fuente: Storyset 2024

Estrategia de La Gestión Logística



Fuente: Storyset 2024

1. Proveedores del Proveedor
Pequeños empresarios locales y rurales



Fuente: Storyset 2024

2.
Proveedores Alimentos empaque Artículos de Marca



Fuente: Storyset 2024

3. Fábrica Localización Proceso



Fuente: Storyset 2024

4.
Distribución Tercerización con Meloon's

Estrategia de Gestión Logística

Qué buscamos? Asegurar que los regalos de Ribbon lleguen a tiempo, en condiciones óptimas y con todos los detalles solicitados por el cliente, cumpliendo así con los altos estándares de la marca y las expectativas de los clientes.



Fuente: Storyset 2024

Check list:

- ❖ **Desayunos Sorpresa:** Garantizar que los productos lleguen frescos, con temperatura adecuada y en perfectas condiciones.
- ❖ **Regalos de Tusa:** Asegurar que los regalos de chocolate mantengan la temperatura ideal para evitar derretimiento y brindar una experiencia de calidad.
- ❖ **Sorpresas en General:** Mantener tiempos de entrega y condiciones de alta calidad para reforzar la propuesta de valor de Ribbon.
- ❖ **OTIF (On-Time, In-Full):** Alcanzar un 100% en entregas a tiempo y completas para maximizar la satisfacción del cliente.

Estrategias



Fuente: Storyset 2024

Aprovisionamiento: Alianzas con proveedores locales de materiales sostenibles y de alta calidad.

Almacenamiento: Uso de estanterías modulares y contenedores apilables para optimizar espacio.

Inventarios: Sistema Siigo para monitorear niveles de stock en tiempo real.

Distribución: Selección de transportistas urbanos expertos en manejo de productos perecederos y delicados.

Logística Inversa: Incentivos para devolución de empaques biodegradables (cintas, papeles, envases).

Matrices de Diagnóstico



Fuente: Storyset 2024

1. MATRIZ DE PLAN DE MEJORAMIENTO - MPM2.
2. MATRIZ MEE & MEA ((Matriz de Evaluación de la Estrategia & Matriz de Evaluación de Alineamiento)
3. MATRIZ DEL PLAN DE COMUNICACIONES

MATRIZ MEE & MEA (Matriz de Evaluación de la Estrategia & Matriz de Evaluación de Alineamiento) RIBBON

En la matriz de evaluación de la Estrategia, RIBBON obtuvo una calificación de 2.85, lo que indica que se ajusta bien a la situación actual y futura de la organización. Es clara, coherente y factible, con un adecuado análisis interno y externo. Además, está alineada con los objetivos de la empresa, aprovecha eficientemente los recursos disponibles y tiene un enfoque en la rentabilidad. Esta estrategia puede ser clave para fortalecer la posición de RIBBON en su nicho y asegurar su crecimiento sostenible.



Matriz del Plan de Comunicaciones RIBBON

MATRIZ DEL PLAN DE COMUNICACIONES RIBBON							
(MPCoM)							
Objetivos de Comunicación	Público Objetivo	Mensajes	Estrategias de Comunicación	Actividades <i>(se articula con la MPM)</i>	Responsables <i>(se articula con la MPM)</i>	Plazo <i>(se articula con la MPM)</i>	Presupuesto <i>(se articula con la MPM)</i>
1. Generar un posicionamiento de la marca RIBBON en el mercado nacional	Personas con acceso a redes sociales que compran online	"RIBBON: el regalo perfecto para cualquier ocasión."	Campañas en redes sociales y marketing de contenidos	- Creación de contenido visual y narrativo	Dirección de Marketing y Ventas	1 mes	25000000
2. Fomentar el consumo responsable y el uso de materiales Ecofriendly	Consumidores interesados en regalos creativos conscientes del impacto sostenible	"Descubre el regalo que cuenta una historia: Ribbon"	Colaboraciones con influencers y promoción en redes sociales	- Influencer marketing - Publicaciones en blogs y redes sociales	Dirección de Marketing y Ventas	1 mes	15000000
3. Generar interés en la propuesta de valor única de RIBBON	Personas que busquen regalos innovadores	"Haz cada ocasión especial con RIBBON: sorprende con originalidad."	Talleres virtuales y eventos de demostración	- Organización de eventos online para mostrar el portafolio	Dirección de Marketing y Ventas	1 mes	10000000
4. Asegurar financiación para el desarrollo sostenible de la marca	Inversores y aliados estratégicos	"Invierte en RIBBON: un futuro lleno de creatividad y oportunidades."	Presentaciones a potenciales inversores	- Creación de un pitch deck y reuniones con inversores	CEO y CFO	1 mes	8000000
Total presupuestado <i>(Dato traído de la MPM)</i>							58000000

Fuente: Elaboración propia

El plan de comunicación de RIBBON es integral y estratégico, al compartir posicionamiento, sostenibilidad, diferenciación y financiamiento. Cada objetivo tiene mensajes y actividades específicas, alineadas con las audiencias clave y con tiempos definidos para asegurar el impacto en el corto plazo.



Fuente: Storyset 2024

Plan de trabajo ejecutado



Fuente: Storyset 2024

Estructuración
del plan de
Gestión
Humana

Definición
del Plan de
marketing

Plan
Financiero

Plan de
gestión
Logística



Fuente: Storyset 2024

Abril

Mayo

Junio

Agosto -
Septiembre

Octubre

Noviembre

Diagnostico,
contrastación
y selección de
la estrategia



Fuente: Storyset 2024



Fuente: Storyset 2024

Despliegue de
la estrategia

Y para el 2025...

Fortalecimiento del Equipo Humano Crear un ambiente de trabajo positivo que promueva el compromiso, desarrollo y bienestar de los colaboradores de Ribbon.

Expansión y Optimización de la Cadena de Suministro Mejorar continuamente la eficiencia de la cadena de suministro para garantizar entregas puntuales y sostenibles en cada pedido.

Potenciación de la Estrategia de Marketing y Ventas Trabajar para el posicionamiento a Ribbon como líder en el mercado de regalos sorpresa, incrementando la visibilidad de la marca en Bogotá.



Fuente: Storyset 2024

Excelencia en la Gestión Financiera Asegurar la sostenibilidad financiera de Ribbon, garantizando un crecimiento anual del 15% y la optimización de recursos.

Innovación en el Producto y Servicio Continuar innovando en la oferta de Ribbon para satisfacer las necesidades de los clientes, con regalos diferentes que agregan valor y experiencias únicas para nuestros clientes

Innovación y Control en la Gestión Logística Mantener una cadena logística eficiente y sostenible que asegure entregas en tiempo y forma, con una experiencia de cliente óptima.

*Descubre el detalle que
cuenta una historia:
Ribbon, más que regalos.*

Conclusiones

1. Conforme a lo analizado en nuestra investigación, llegamos a la conclusión que este proyecto es viable tanto financiera como conceptualmente. La viabilidad del emprendimiento se puede ver reflejada no solamente en el despliegue de la estrategia definida sino en las proyecciones realizadas teniendo en cuenta que a 10 años se estima que el valor presente neto sea positivo y la tasa interna de retorno supere al costo de capital.
2. Entre los resultados más importantes arrojados por nuestra investigación, se puede encontrar con facilidad el nicho que nos interesa en el mercado. Partiendo del mismo, planteamos nuestros precios en tres categorías diferentes en las cuales no se les dan alternativas a los clientes y adicionalmente también nos dan a nosotros la flexibilidad necesaria para mantenernos al día con las tendencias del momento y brindar productos Ribbon actualizados y de alta calidad. Nuestro enfoque siempre ha sido el cliente. Ha sido el mismo cliente el origen de muchas de nuestras propuestas de regalo/anti-regalo, pues algunas de estas surgen a partir de ideas propuestas por ellos mismos las cuales vimos reflejadas en la investigación realizada por el equipo de marketing, las cuales traslapamos con tendencias del momento y tendencias emergentes.
3. Ribbon es una propuesta fresca y diferenciada dentro de un mercado altamente competitivo. Al ofrecer no solo regalos tradicionales, sino también los llamados anti-regalos, la empresa se adapta a las diversas emociones y vivencias de los clientes, cubriendo tanto celebraciones comunes como situaciones no celebradas. Esta oferta única satisface una necesidad emocional genuina, lo cual fortalece el vínculo entre la marca y sus clientes.

4. La viabilidad del emprendimiento se puede ver reflejada no solamente en la propuesta de valor sino en las proyecciones realizadas teniendo en cuenta que a 10 años se estima que el valor presente neto sea positivo y la tasa interna de retorno supere al costo de capital
5. Ribbon tiene el potencial de convertirse en una marca líder en el mercado de regalos sorpresa, no solo por su oferta innovadora, sino también por su enfoque personalizado, su compromiso social y su visión de crecimiento sostenible. Con una estrategia sólida, una continua adaptación a las necesidades del cliente y una gestión eficaz de sus recursos, Ribbon está en el camino correcto para consolidarse como un referente en el sector de regalos en Colombia.
6. Ribbon no solo busca el éxito económico, sino que también se compromete a generar un impacto positivo en la sociedad. La visión para 2030, que incluye la vinculación de jóvenes en situación de vulnerabilidad laboral y el apoyo a pequeños empresarios rurales, refleja un modelo de negocio que no solo busca el crecimiento económico, sino también contribuir al bienestar social y económico de las comunidades.

Referencias bibliográficas

Bold.co. (2023, enero 26). *Impuestos que pagan las empresas en Colombia 2023. Lo que debes saber si eres emprendedor*. <https://bold.co/academia/educacion-financiera/impuestos-que-pagan-las-empresas-en-colombia-2023-lo-que-debes-saber-si-eres>

Congreso de la República de Colombia. (2016, mayo 2). Ley 1780 de 2016: «Por medio de la cual se promueve el empleo y el emprendimiento juvenil, se generan medidas para superar barreras de acceso al mercado de trabajo y se dictan otras disposiciones». *Diario Oficial No. 49.861*. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=69573>

Cuadra Álvarez, B. de la, & Díaz-Vaz Carmona, G. (2003). «*Gift Giving*». *Análisis de la conducta del consumidor frente a situaciones de dar y recibir regalos*. [Trabajo de grado, Universidad de Chile]. <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/108183>

Cuartas Barrios, J. (2024, febrero 8). El estilo «coquette» y otras tendencias que marcan el 2024. *Forbes Colombia*. <https://forbes.co/2024/02/08/forbes-life/el-estilo-coquette-y-otras-tendencias-que-marcen-el-2024>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2024). *Producto Interno Bruto (PIB) IV trimestre 2023 preliminar. Boletín técnico*. DANE. <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/PIB/bol-PIB-IVtrim2023.pdf>

Emmons, R. A., & McCullough, M. E. (2003). Counting blessings versus burdens: An experimental investigation of gratitude and subjective well-being in daily life. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84(2), 377-389. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.84.2.377>

Kantar. (2023). *Panorama de Café en 2023: Desbloqueando el Potencial de Café Premium* [Presentación material inédito].

Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2023, noviembre 21). *Colombia avanza hacia la reducción de los plásticos de un solo uso*. Ambiente. <https://www.minambiente.gov.co/colombia-avanza-hacia-la-reduccion-de-los-plasticos-de-un-solo-uso/>

Montserrat, J. (2017, noviembre 21). *Las 10 tendencias que cambiarán en consumo en 2025*. Kantar. <https://www.kantar.com/es/inspiracion/consumidor/kantar-talks-2017-las-10-tendencias-que-cambiaran-en-consumo-en-2025>

Romero González, M. V. (2015). *La gratitud como fortaleza humana: Una revisión bibliográfica* [Trabajo de grado, Universidad de Jaén]. <https://hdl.handle.net/10953.1/1982>

Storyset. (2024). Ilustración de un rostro pensativo [Imagen]. <https://storyset.com/illustration/thinking-face/bro>

Storyset. (2024). *Ilustración de boda* [Imagen]. <https://storyset.com/illustration/wedding/amico>

Storyset. (2024). *Ilustración del Día del Padre* [Imagen]. <https://storyset.com/illustration/fathers-day/amico>

Storyset. (2024.). *Ilustración de una familia* [Imagen]. <https://storyset.com/illustration/family/bro>

Storyset. (2024). *Ilustración de un acuerdo de negocios* [Imagen]. <https://storyset.com/illustration/business-deal/pana>

Storyset. (2024). *Ilustración de factores de éxito* [Imagen]. <https://storyset.com/illustration/success-factors/pana#default&hide=&hide=false>

Storyset. (2024). *Ilustración de regalos* [Imagen]. <https://storyset.com/illustration/gifts/amico>

Storyset. (2024). *Ilustración de escritura creativa* [Imagen]. <https://storyset.com/illustration/creative-writing/pana>

Storyset. (2024). *Ilustración de gestión de relaciones con clientes* [Imagen]. <https://storyset.com/illustration/customer-relationship-management/pana>

Storyset. (2024).. *Ilustración de objetivos de equipo* [Imagen]. <https://storyset.com/illustration/team-goals/rafiki>

Storyset. (2024). *Ilustración de generación de nuevos leads* [Imagen]. <https://storyset.com/illustration/generating-new-leads/amico>

Storyset. (2024). Generating new leads illustration [Ilustración digital]. <https://storyset.com/illustration/generating-new-leads/amico#988383FF&hide=&hide=complete>

Storyset. (2024). Personalization illustration [Ilustración digital]. <https://storyset.com/illustration/personalization/pana>

Storyset. (2024). *Ilustración de calidad de producto* [Imagen]. <https://storyset.com/illustration/product-quality/amico>

Storyset. (2024). Mobile marketing illustration [Ilustración digital]. <https://storyset.com/illustration/mobile-marketing/cuate#75590CFF&hide=&hide=complete>

Storyset. (2024). Shop giveaway illustration [Ilustración digital]. <https://storyset.com/illustration/shop-giveaway/pana>

Storyset. (2024). Brand communication illustration [Ilustración digital]. <https://storyset.com/illustration/brand-communication/pana>

Storyset. (2024). Online world illustration [Ilustración digital]. <https://storyset.com/illustration/online-world/pana#A68686FF&hide=&hide=complete>

Storyset. (2024). Followers illustration [Ilustración digital]. <https://storyset.com/illustration/followers/amico#B27B7BFF&hide=&hide=complete>

Storyset. (2024). Business growth illustration [Ilustración digital]. <https://storyset.com/illustration/business-growth/cuate#9A7676FF&hide=&hide=complete>

Storyset. (2024). *Ilustración de gestión de relaciones con clientes* [Imagen]. Storyset. <https://storyset.com/illustration/customer-relationship-management/pana>

Storyset. (2024). *Ilustración de un proceso* [Imagen]. <https://storyset.com/illustration/process/amico>

Storyset. (2024). *Ilustración del proceso de fabricación* [Imagen]. <https://storyset.com/illustration/manufacturing-process/pana>

Storyset. (2024). *Data illustrations* [Colección de ilustraciones digitales]. <https://storyset.com/data>

Storyset. (2024). Process illustration [Ilustración digital]. <https://storyset.com/illustration/process/amico#AA7A7AFF&hide=&hide=complete>

Storyset. (2024). Social strategy illustration [Ilustración digital]. <https://storyset.com/illustration/social-strategy/amico#BA9696FF&hide=&hide=complete>

Storyset. (2024). Business plan illustration [Ilustración digital]. <https://storyset.com/illustration/business-plan/cuate#AC8181FF&hide=&hide=complete>

Storyset. (2024). *Ilustración de objetivos de equipo* [Imagen]. <https://storyset.com/illustration/team-goals/rafiki>

Storyset. (2024). *Ilustración de una persona sosteniendo una flecha* [Imagen]. <https://storyset.com/illustration/holding-the-arrow/amico>

Storyset. (2024). Internet illustrations [Colección de ilustraciones digitales]. <https://storyset.com/internet>

Storyset. (2024). *Ilustración de ingresos y dinero* [Imagen]. <https://storyset.com/illustration/money-income/amico>

Storyset. (2024). Shop giveaway illustration [Ilustración digital]. <https://storyset.com/illustration/shop-giveaway/amico#846060FF&hide=&hide=complete>

Storyset. (2024). Manufacturing process illustration [Ilustración digital]. <https://storyset.com/illustration/manufacturing-process/pana>

Storyset. (2024). Free shipping illustration [Ilustración digital]. <https://storyset.com/illustration/free-shipping/amico>

Storyset. (2024). *Ilustración de una persona entusiasta* [Imagen]. <https://storyset.com/illustration/enthusiastic/pana>

Storyset. (2024). Blog post illustration [Ilustración digital]. <https://storyset.com/illustration/blog-post/bro#847650FF&hide=&hide=complete>