

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



PAFE Consultores

Trabajo de grado

**PRESENTADO POR:**

Laura González Salvatierra

Sebastián Duarte Salazar

Valeria Gallego Blanco

Ximena Restrepo Castro

Bogotá D.C, Colombia

2019-2

**UNIVERSIDAD DEL ROSARIO**



PAFE Consultores

Trabajo de grado

**PRESENTADO POR:**

Laura González Salvatierra

Sebastián Duarte Salazar

Valeria Gallego Blanco

María Ximena Restrepo Castro

**TUTOR:**

Hernán Cruz

Administración de Negocios Internacionales

Administración de Empresas

Bogotá D.C, Colombia

2019-2

## TABLA DE CONTENIDO

<i>GLOSARIO</i> .....	6
<i>RESUMEN</i> .....	7
<i>ABSTRACT</i> .....	8
<i>1. DESARROLLO DE LA IDEA</i> .....	9
1.1 Problema / Solución.....	9
1.2 Descripción funcional .....	9
<i>1.3 Detalle del servicio o producto</i> .....	10
1.4 Análisis del mercado.....	10
1.4.1 Mercado Potencial .....	10
1.4.2 Tabulación .....	11
1.4.3 Análisis de gráficas.....	17
1.5 Tamizado de ideas.....	18
1.5.1 Paso 1.....	18
1.5.2 Paso 2.....	19
1.5.3 Paso 3.....	20
1.6 Modelo Canvas.....	22
<i>2. PLAN DE MARKETING</i> .....	23
2.1 Situación / Contexto.....	23
2.1.1 Historia.....	23
2.1.2 Misión .....	23
2.1.3 Visión.....	23
2.1.4 Competencia .....	24
2.1.5 Marketing Mix .....	24

2.2	Matriz DOFA .....	26
2.3	Objetivos .....	27
2.4	Grupo objetivo .....	28
2.5	Medios – Canales .....	28
2.5.1	Email Marketing .....	28
2.5.2	Publicidad en redes sociales.....	29
2.5.3	Growth Hacking.....	29
2.6	Cronograma.....	29
2.7	Monitorización .....	30
2.8	Métricas.....	31
2.9	Presupuesto .....	32
3.1	Imagen Corporativa.....	33
3.1.1	Proceso Creativo .....	33
3.1.2	Solución cromática.....	34
3.1.3	Solución tipográfica .....	34
3.1.4	Versiones.....	34
3.1.5	Variaciones .....	36
4.	<i>REFERENCIAS BILIOGRÁFICAS</i> .....	36

## TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Cargo actual de la muestra en estudio .....	11
Ilustración 2. Edad de la muestra en estudio.....	11
Ilustración 3. Género de la muestra en estudio .....	12
Ilustración 4. Interés por la consultora.....	12
Ilustración 5. Interés por trabajar con la consultora.....	13
Ilustración 6. Sector empresarial.....	13
Ilustración 7. Pago de mensualidad .....	14
Ilustración 8. Disposición de pago.....	14
Ilustración 9. Uso de consultoras .....	15
Ilustración 10. Necesidad de la consultora .....	15
Ilustración 11. Motivo de uso de la consultora .....	16
Ilustración 12. Conocimiento de las consultoras .....	17
Ilustración 13. Modelo Canvas .....	22
Ilustración 14. Pago por servicio .....	25
Ilustración 15. Matriz DOFA .....	26
Ilustración 16. Claridad con el dinero.....	32
Ilustración 17. Presupuesto .....	33
Ilustración 18. Imagen Corporativa .....	33
Ilustración 19. Solución Cromática.....	34
Ilustración 20. Solución tipográfica.....	34
Ilustración 21. Versión 1 .....	35
Ilustración 22. Versión 2.....	35
Ilustración 23. Versión 3.....	35
Ilustración 24. Variación.....	36

## GLOSARIO

**Consultoría:** empresa que se encarga de asesorar a otras empresas grandes en nuevos proyectos que deseen crear.

**Innovación:** crear o aplicar nuevas ideas a un producto o servicio con la finalidad de mejorar su funcionamiento.

**Mercadeo:** conjunto ordenado de procesos que se desarrollan durante la creación, promoción y entrega de un producto o servicio.

**Offshore:** es un modelo de negocio donde empresas multinacionales escogen una ciudad fuera de su país para tener una base de negocios y así ampliar el modelo de negocio, para poder llegar a más clientes.

**Plataforma digital:** es un lugar virtual, creado en internet, que tiene como función almacenar gran cantidad de información para que pueda estar al alcance de cualquier persona.

**Talento humano:** es la parte de una empresa que se encarga de todo lo que tiene que ver con, reclutamiento, contratación y desarrollo del personal de una empresa.

## RESUMEN

PAFE Consultores es una idea de emprendimiento que se desarrolló en la Universidad del Rosario en el segundo semestre del 2019 con el fin de poder poner en practica lo aprendido durante el pregrado en la Escuela de Administración, complementando nuestro proyecto con los conocimientos adquiridos en el programa avanzado para la formación empresarial.

Enfocamos el emprendimiento en la línea de innovación en marketing y gerencia de producto, este proyecto esta compuesto por el desarrollo completo de la idea, empezando por la descripción de la idea con el problema a solucionar y el análisis del mercado.

Por otro lado, desarrollamos el plan de marketing que se encuentra en la segunda parte del trabajo con los objetivos y el marketing mix. Por ultimo, se desarrolló el diseño de marca que abarca todo el proceso que se debe llevar acabo para lograr la imagen corporativa.

***Palabras clave:*** marketing, plataforma digital, asesorías, desarrollo de proyectos, producto o servicio.

## **ABSTRACT**

Pafe Consultores is an entrepreneurial idea that was developed at the Universidad del Rosario in the second half of 2019 in order to be able to put into practice what was learned during the undergraduate in the administration school, complementing our project with the knowledge acquired in the program Advanced for business training.

We focus on entrepreneurship in the line of innovation in marketing and product management, this project is made up of the complete development of the idea, starting with the description of the idea with the problem to be solved and the market analysis.

On the other hand, we develop the marketing plan that is in the second part of the work with the objectives and the marketing mix. Finally, the brand design was developed that covers the entire process that must be carried out to achieve the corporate image.

**Keywords:** marketing, digital platform, consulting, project development, product or service.

## 1. DESARROLLO DE LA IDEA

### 1.1 Problema / Solución

Hoy en día el mercado está en un constante cambio de necesidades, por lo que las empresas deben estar también constantemente innovando con nuevos productos y proyectos que las hagan estar vigentes dentro del mercado y sector en el que se encuentran.

Como ya es sabido dentro del proyecto de desarrollo de un nuevo producto o servicio surgen dificultades y contratiempos, sobre los cuales las empresas no tienen el conocimiento o no tienen las personas capacitadas para solucionarlos, y de ese problema nace nuestro servicio de una consultoría prepagada llamada *PAFE Consultores*.

Poder ofrecer la solución a las empresas cuando lo requieran, sin necesidad de que tengan que incurrir en los altos costos de contratar a una empresa consultora para cada problema o proyecto.

### 1.2 Descripción funcional

*PAFE Consultores* funciona de la siguiente manera:

Se maneja por medio de una plataforma digital a la cual se puede acceder desde cualquier computador, donde se encuentra un inicio con el perfil de la empresa y todos los datos que sean requeridos para poder brindar el mejor servicio. También se encuentra el catálogo con todas las diferentes áreas y soluciones que se tienen al servicio del cliente, que por obvias razones van alineadas a las especificaciones y necesidades de este.

El modelo de negocio consiste en ofrecer dos tipos de servicios dentro de la plataforma:

- Pago por servicio: Consiste en que se puede entrar a la plataforma y el cliente pagará por cada consulta que requiera.
- Pago de mensualidad: Consiste en adquirir alguno de los planes que se ofrecen dentro de la plataforma, para que el cliente pueda tener aseguradas un número de consultas al mes sin importar el área o el problema y sea más económico que pagar por cada consulta a realizar.

### **1.3 Detalle del servicio o producto**

*PAFE Consultores* es una plataforma digital vía web que se podrá acceder desde cualquier computador. El cliente se registra, realiza el pago, y posteriormente realiza su consulta y obtiene la solución.

También se puede acceder a esta mediante la adquisición de planes y mensualidades que le generen facilidad a la hora de realizar consultas y disminución en los costos.

La plataforma cuenta con profesionales altamente calificados que están en la capacidad de poder solucionar cualquier tipo de problema que tengan nuestros clientes. Se tiene la certeza de que las soluciones brindadas por los mismos son 100% efectivas y que resolverán la necesidad del cliente de una manera óptima generando que el cliente quede satisfecho y se fidelice con el servicio.

### **1.4 Análisis del mercado**

#### **1.4.1 Mercado Potencial**

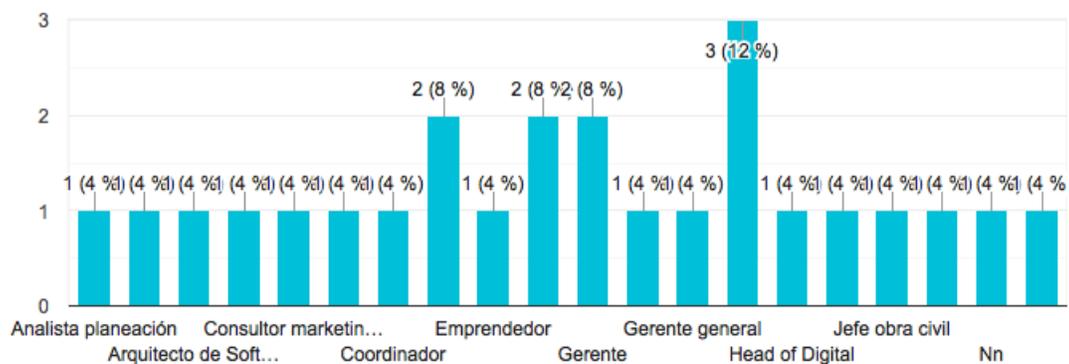
Nuestro mercado potencial son empresas bien sea grandes ya consolidadas, PYMES o emprendimientos que requieran de una consultoría para algún producto, servicio o proyecto sin importar si es nuevo o que ya esté dentro del mercado.

## 1.4.2 Tabulación

Ilustración 1. *Cargo actual de la muestra en estudio*

### Cargo actual

25 respuestas

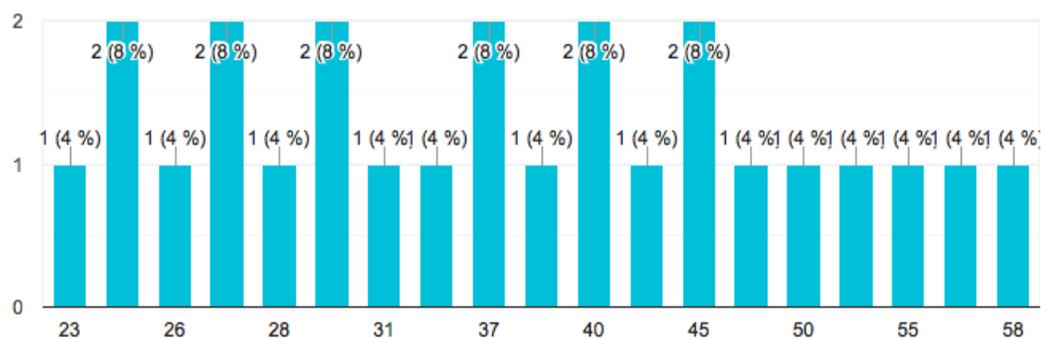


Fuente: Elaboración propia de los autores con información del cuestionario

Ilustración 2. *Edad de la muestra en estudio*

### Edad

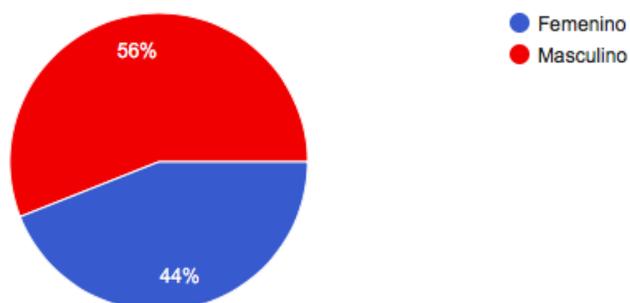
25 respuestas



Fuente: Elaboración propia de los autores con información del cuestionario

Ilustración 3. *Género de la muestra en estudio***Género**

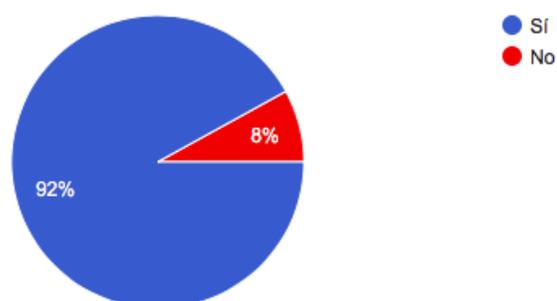
25 respuestas



Fuente: Elaboración propia de los autores con información del cuestionario

Ilustración 4. *Interés por la consultora***¿Te interesaría saber sobre una consultora prepagada para las empresas?**

25 respuestas

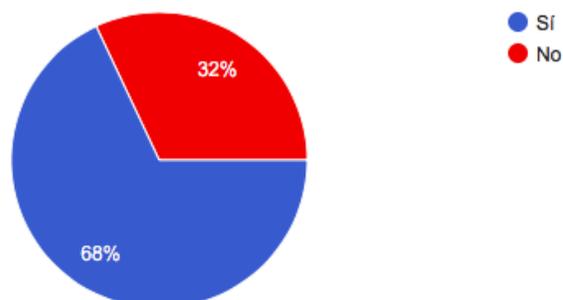


Fuente: Elaboración propia de los autores con información del cuestionario

Ilustración 5. *Interés por trabajar con la consultora*

¿Te gustaría trabajar con una consultora prepagada para las empresas ?

25 respuestas

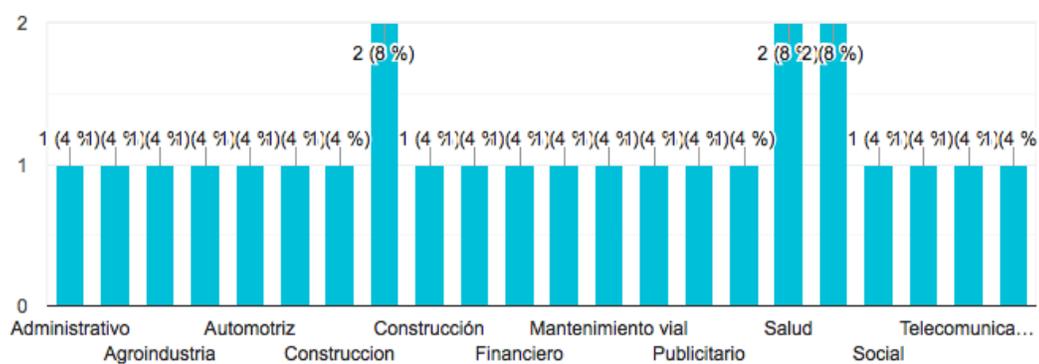


Fuente: Elaboración propia de los autores con información del cuestionario

Ilustración 6. *Sector empresarial*

¿Cual es tu sector empresarial?

25 respuestas

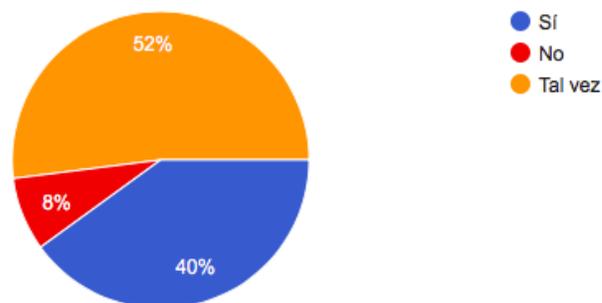


Fuente: Elaboración propia de los autores con información del cuestionario

### Ilustración 7. *Pago de mensualidad*

**¿Estaría dispuesto a pagar una mensualidad por una consultoría prepagada para su empresa?**

25 respuestas

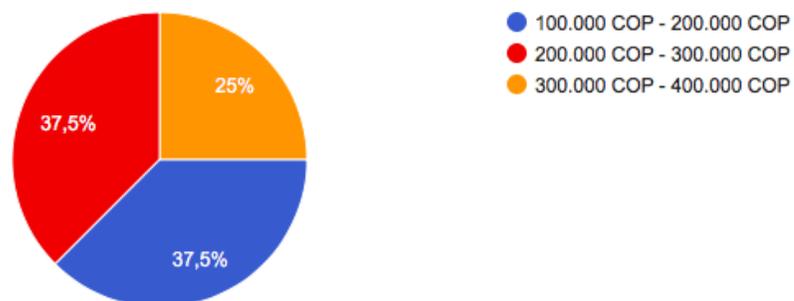


Fuente: Elaboración propia de los autores con información del cuestionario

### Ilustración 8. *Disposición de pago*

**¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una consultoría para su empresas?**

24 respuestas

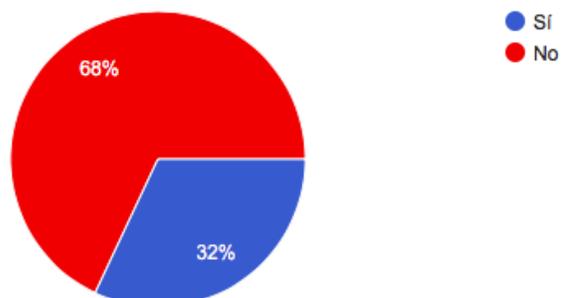


Fuente: Elaboración propia de los autores con información del cuestionario

### Ilustración 9. *Uso de consultoras*

**¿Ha utilizado alguna vez una empresa de consultoría para su empresa?**

25 respuestas

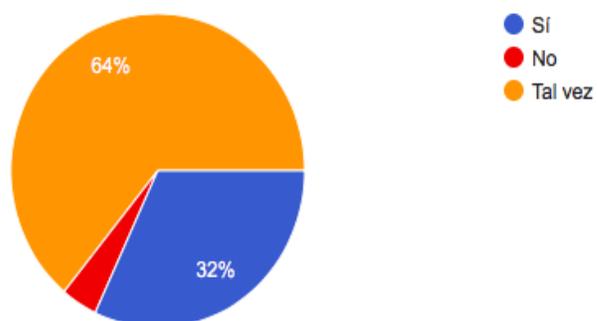


Fuente: Elaboración propia de los autores con información del cuestionario

### Ilustración 10. *Necesidad de la consultora*

**¿Cree que su empresa requiere de la utilización de una consultora?**

25 respuestas



Fuente: Elaboración propia de los autores con información del cuestionario

### Ilustración 11. *Motivo de uso de la consultora*

#### ¿Para qué áreas utilizaría una consultora?

24 respuestas

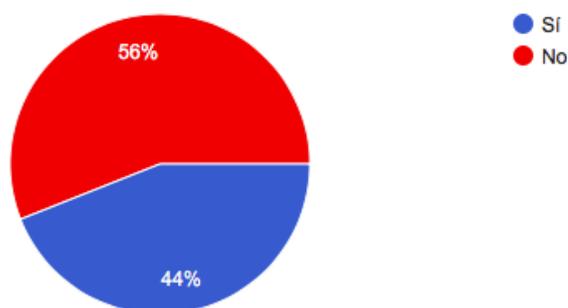
Todas
Mercadeo
Finanzas, administración
Posventa, servicio al cliente
Legales
Laboral
Ventas
Estructurales
Finanzas
Contabilidad
Derecho, impuestos, laboral
Logística
Recursos humanos
Servicio al cliente
Financiera
Conercial
Administracion
Contabilidad, Soporte Tecnico, Departamento legal
Contratación, recursos humanos, finanzas
Compras

Fuente: Elaboración propia de los autores con información del cuestionario

### Ilustración 12. Conocimiento de las consultoras

#### ¿Tiene conocimiento de alguna empresa consultora ?

25 respuestas



Fuente: Elaboración propia de los autores con información del cuestionario

### 1.4.3 Análisis de gráficas

La encuesta fue aplicada a un grupo de 25 personas de diferentes sectores, en esta se pudo concluir que el 56% de los participantes fueron hombres y un 44% de participación por parte de las mujeres, en un rango de edad de 24 a 45 años en su mayoría, adicionalmente la participación más alta se obtuvo por parte de los emprendedores, coordinadores y gerentes generales de las empresas, siendo así los sectores más resaltados los de construcción y salud.

El uso de consultorías no es muy común, aun así encontramos que están dispuestos a utilizar una plataforma digital especializada en consultoría, la misma encuesta permite deducir que las personas encuestadas no conocen realmente la totalidad de beneficios que ofrece una consultora especializada por ende no están seguros si su negocio requiere de este servicio, por lo que es un buen mercado para penetrar, es importante resaltar que aunque la consultora tenga un costo, las personas estarían dispuestas a pagar por ello, la mayoría hasta 300.000 pesos mensuales por ello.

Los temas de consulta más usados serían: logística, finanzas, ventas, recursos humanos, mercadeo y legal por parte de los participantes.

## 1.5 Tamizado de ideas

### 1.5.1 Paso 1

- **Analizar el producto o servicio a crear.**

*PAFE consultores* se basa en crear un sistema que les facilite a las empresas y emprendedores las asesorías a bajo costo, con un factor diferenciador que consiste en asesorías 24 horas e ilimitadas para algunos planes.

- **Indique las características a crear.**

Sus características del servicio son:

- i. Plataforma digital prepagada
- ii. Pagos de mensualidad o por servicio
- iii. Disponibilidad 24/7
- iv. Personal profesional altamente calificado
- v. Consultas en diferentes áreas

- **Analice qué necesidad o problema satisface.**

La necesidad de las empresas de poder tener consultoría inmediata para sus diferentes proyectos o problemas surgidos de imprevisto. Y la facilidad de tenerlos a un bajo costo.

### **1.5.2 Paso 2**

- **Nivel de innovación.**

*PAFE consultores* es una herramienta innovadora debido a que logra conectar a las empresas con los mejores consultores del área que soliciten, brindándoles conocimientos y soluciones a sus problemas de manera casi inmediata y a costos justos.

- **Mercado potencial**

Nuestro mercado potencial son empresas ya consolidadas, nuevas en el mercado, pymes y emprendedores que requieran de asesorías y presenciales, esto en caso si el problema a solucionar es más complejo.

- **Conocimiento técnico**

Para el montaje de *PAFE consultores* se requiere de un conocimiento y servicio técnico especializado en plataformas virtuales que brinden la mejor experiencia posible, logrando que los clientes puedan manejar la plataforma fácilmente y no requiera mayor esfuerzo.

- **Requerimiento de capital**

El capital será obtenido por los creadores de la plataforma, esto se conseguirá mediante financiamientos con entidades financieras o con recursos propios de los socios.

### 1.5.3 Paso 3

- **Barreras de entrada**

- i. La fidelidad de los usuarios por otras consultoras del mercado, que les limite confiar en otra.
- ii. Conocimiento en diferentes campos especializados que permiten el crecimiento de las pymes y emprendimientos como foco principal.
- iii. A diferencia de la competencia la plataforma digital cuenta con atención a los clientes 24 horas, 7 días a la semana ya que cuenta con inteligencia artificial.
- iv. Uso de inteligencia artificial para preguntas frecuentes por medio de chatbots, por medio del cual se dará respuesta a preguntas usuales de manera automatizada programada con anterioridad.

- **Costos del producto**

- i. Una plataforma digital
  - Perfil propio
  - Bilingüe
  - Buena relación calidad/precio
  - Interfaz personalizada

- Compras en la plataforma
- Sistema de login con redes sociales y email
- Panel de administración
- ii. Adquisición de inteligencia artificial para el uso de bots
- iii. Se paga a los consultores por consulta y de esta consulta se les debita un 5% del valor de la consulta una vez esta haya finalizado.
- iv. Costos operativos
- v. Costos de mano de obra
- vi. Arriendo de un espacio
- vii. Compra de equipos
- viii. Costos de mantenimiento
  
- **Materia prima**

*PAFE Consultores* cuenta con un software permanente en el que detrás de este se encuentran boots disponibles las 24 horas por si surge algún inconveniente o duda. Adicionalmente contamos con un horario laboral estipulado en el que las personas se pueden contactar directamente con un asesor que le brindara la ayuda necesaria durante el uso de la plataforma, adicionalmente estas personas están encargadas del un servicio post venta en el que se aseguren de estar al tanto de cómo fue la experiencia tanto para el usuario que pidió la consultoría como para el consultor.

## 1.6 Modelo Canvas

Ilustración 13. *Modelo Canvas*

<b>Aliados Clave</b>	<b>Actividades Clave</b>	<b>Propuesta de Valor</b>	<b>Relación con el Cliente</b>	<b>Segmentos de Clientes</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Profesionales capacitados en los temas ofrecidos.</li> <li>- Servicio al cliente especializado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Atención al cliente</li> <li>- Gestión de consultores</li> <li>-Gestión de alianzas</li> </ul>	Página web que conecta consultores especializados y personas que requieran servicios de consultoría.	Asesorías virtuales  <b>Canales</b>  Plataforma digital	Pymes, emprendimientos o empresas grandes, que requieran servicios de consultoría a un costo más bajo que el del mercado.
<b>Estructura de Costes</b>		<b>Estructura de Ingresos</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Costos de personal para las alianzas</li> <li>• Costos de mantenimiento digital</li> </ul>		Venta de consultorías virtuales  Pagos mensuales por medio de la plataforma		

Fuente: Elaboración propia de los autores

## **2. PLAN DE MARKETING**

### **2.1 Situación / Contexto**

#### **2.1.1 Historia**

*PAFE consultores* nace como un proyecto entre 4 estudiantes de la universidad del Rosario tras ver la necesidad que tienen las pymes y los emprendedores por sacar adelante sus negocios, ya que estos requieren de asesoría financiera, legal, en talento humano y mercadeo, estos como aspectos importantes y generales en los cuales estas personas requieren ayuda para sacar adelante un negocio exitoso. La plataforma cuenta con una red de personas especializadas y dispuestas a ayudar a los usuarios que lo requieran que podrán hacer parte de dicha plataforma por el pago de planes prepagados, adicionalmente estas asesorías serán de forma virtual y con un servicio de 24 horas y los 7 días de la semana.

#### **2.1.2 Misión**

Orientar a las pequeñas y medianas empresas incluyendo a los emprendedores a que sus proyectos sean exitosos gracias a la excelencia y eficacia de *PAFE consultores*.

#### **2.1.3 Visión**

Para 2025 ser una de las consultoras web mayor posicionada en el mercado para las pymes y los emprendedores en procesos de producción, talento humano, finanzas y mercadeo a nivel nacional e internacional.

#### **2.1.4 Competencia**

Actualmente en Colombia existen alrededor de 13 consultoras que ofrecen diversos servicios de consultorías con grandes bases de datos de alrededor de 1.200 profesionales, alrededor del mundo existen diferentes consultoras online que prestan sus servicios no solo a las empresas si no que algunas también lo hacen a personas naturales no solo como consultoría también brindan servicios de aprendizaje. Si bien son competencias algunas directas y otras indirectas ya que no todas lo hacen de forma online, el factor diferencial de dicha plataforma es el grupo objetivo ya que tiene un alto enfoque en las pymes y en los emprendimientos, esto permite que los costos sean inferiores a los del mercado.

#### **2.1.5 Marketing Mix**

- Producto

Se trata de una consultora por medio de una plataforma digital a la cual se puede acceder desde cualquier computador, donde se encontrará un inicio con el perfil de la empresa y todos los datos que sean requeridos para poder brindar el mejor servicio.

- Precio

Ilustración 14. *Pago por servicio*

<b>Planes</b>	<b>Cto/plan</b>	<b>#Personas</b>	<b>%</b>	<b>Cto*Persona</b>	<b>Cantidad de consultas</b>
Plan Básico	155.000	42	37.5%	6'578.812	5
Plan Medio	245.000	27	37.5%	6'578.812	15
Plan Premium	310.000	14	25%	4'385.875	25

Fuente: Elaboración propia de los autores

Los precios se establecen de acuerdo con una utilidad neta esperada del 30%, como se evidencia en la tabla el mínimo de personas y/o empresas que requiere tener la plataforma en el plan básico, medio y Premium es de 42, 27 y 14 respectivamente, los porcentajes tenidos en cuenta para la fijación del precio se tomaron de las encuestas que se realizaron previamente.

- Plaza

El servicio se puede encontrar por la página web.

- Visita a ferias de emprendimiento
- Hobs de desarrollo
- Visitas a universidades

- Promoción

- Voz a voz
- Fidelización de clientes
- Promoción en redes sociales como facebook, instagram y linkedin
- Growth Hacking
- Email marketing

## 2.2 Matriz DOFA

Ilustración 15. *Matriz DOFA*

<b>DOFA</b>	
Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facilitamos la interacción entre empresas y consultoras con el fin de que sea fácil y menos costoso que con un servicio de consultoría normal, lo cual nos hace diferentes al mercado.</li> <li>• Fácil adquisición</li> </ul>
Debilidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Al ser una idea nueva su participación en el mercado es baja, es una idea innovadora fácil de copiar, puede generar</li> </ul>

	<p>ventas en un periodo de tiempo lento por ser un producto nuevo en el mercado, si ocurre alguna asesoría con información errónea puede generar mala reputación para la marca</p>
Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>● El mercado se encuentra dispuesto a probar nuevas formas de consultoría</li> <li>● Alianzas con empresas grandes que puedan aportar al crecimiento de la empresa</li> <li>● Aprovechamiento de tecnologías de información</li> <li>● Fuertes campañas para lograr crecimiento y reconocimiento rápido</li> </ul>
Amenazas	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Poder alto de los consultores</li> <li>● Demoras en el crecimiento</li> <li>● Falta de conocimiento de la plataforma</li> <li>● Cambio constante de las necesidades de los clientes.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia de los autores

### 2.3 Objetivos

- **S (Qué):** Para el 2025 ser una plataforma líder en el mercado contando con aproximadamente 1000 clientes afiliados miembros de nuestra plataforma. Así mismo, lograr fidelizar 100 usuarios cada mes en nuestras redes sociales.
- **M (Cuánto):** Mediremos los miembros de las nuestras redes sociales mediante una herramienta llamada “Social Listening” la cual nos indicará el tráfico de usuarios de PAFE Consultores. Para evaluar el número de usuarios afiliados usaremos la herramienta Google Analytics.

- **A (Es posible):** Al contar con los buenos servicios de *PAFE consultores*, nuestra tecnología, nuestro personal capacitado y el buen servicio al cliente, podemos llegar a ser líderes en Colombia y preferidos por los clientes y las empresas. Para tener información sobre esto se realizarán frecuentes encuestas para evaluar la satisfacción de nuestros clientes.
- **R (Mejoras):** Mediante herramientas tecnológicas mejoraremos la plataforma para ver cambios tanto actuales como a mediano y largo plazo, esto con el fin de satisfacer a los clientes y así mismo atraer más.
- **T (cuando):** Cambios inmediatos, cambios a mediano plazo y a largo plazo.

## 2.4 Grupo objetivo

Los clientes potenciales de *PAFE Consultores* son personas dispuestas a recibir ayuda de profesionales capacitados. El grupo objetivo son pymes y emprendimientos.

## 2.5 Medios – Canales

### 2.5.1 Email Marketing

- Noticias Quincenales: Enviar noticias quincenales del sector específico de los usuarios.
- Promociones: Enviar la segunda semana del mes promociones en los planes que se manejan mensualmente.
- Encuestas: Enviar encuestas de satisfacción después de que se finalice la consultoría

### 2.5.2 Publicidad en redes sociales

- LinkedIn: En LinkedIn se tendrá presencia de manera constante, por medio de la realización de publicaciones en los primeros tres meses, a diario, después de esto se hará semanal, acerca de tendencias en el mercado, noticias relevantes de los sectores en cuestión, adicionalmente del uso de este medio para dar testimonios de entidades o personas que ya han tenido experiencias con la plataforma.
- Redes Sociales: Se creará una cuenta en Instagram y se vincula con una cuenta de Facebook de tal forma que se generarán publicaciones 3 veces a la semana el primer mes acerca de los beneficios de la plataforma, promociones y también diferentes noticias de los diferentes sectores, adicionalmente se hará un pago por publicidad día de por medio durante los primeros 2 meses.

### 2.5.3 Growth Hacking

- Estrategia presencial en ferias eventos: En las ferias y en las promociones que se harán de *PAFE consultores* se brindarán promociones para los usuarios que deseen inscribirse y hacer parte de esta.

## 2.6 Cronograma

El cronograma está diseñado en base a todas las actividades que se vana realizar durante el año que tendremos para la creación y puesta en marcha del proyecto.

Este esta con fechas desde noviembre de 2019 hasta octubre de 2020. (Ver anexo 1)

Durante los primeros 6 meses está planeado desarrollar todo lo correspondiente a la creación, desarrollo y puesta en marcha de la plataforma. el segundo semestre de nuestro año fiscal haremos todo lo concerniente a la parte de lanzamiento de la plataforma, puesta en marcha de esta y posterior posicionamiento y fidelización de la consultora.

## 2.7 Monitorización

- Nuestro sector: Durante los últimos 20 años, el sector de TI en Bogotá ha desarrollado servicios completos de manejo remoto de infraestructura, así como el desarrollo y mantenimiento de aplicaciones de software para empresas de distintas industrias.

De esta manera, la abundancia en recurso humano capacitado y la infraestructura tecnológica de primera calidad, han condensado el ambiente propicio para que reconocidas empresas locales y multinacionales hayan escogido a Bogotá como plataforma *offshore* para atender mercados externos. El servicio que ofrecemos se encuentra en el sector de tecnología ya que brinda un servicio por medio de una plataforma digital, según el IDC, Colombia gracias a las TI ha crecido un 26.1 millones.

- Nuestra competencia: La competencia directa que manejamos son las empresas grandes de consultoría que brindan sus servicios similares al de PAFE Consultores por medio de su página web.
- Herramientas para cada medio: La idea principal es realizar campañas para dar a conocer el proyecto que es PAFE Consultores, estas campañas se realizarán como se ha indicado en el cronograma planteado anteriormente. El objetivo de estas campañas es dar a conocer nuestro proyecto a el público y en especial a empresarios y emprendedores, después de cada campaña se estudiará mediante nuestras redes sociales y mediante nuestra plataforma

cuántos usuarios logramos fidelizar a nuestra empresa gracias a las campañas que realizamos.

- Panel de control: Las herramientas que se utilizarán para medir los usuarios que se unen a nuestras redes sociales será Social Listening la cual nos ayudará a medir los usuarios que se unieron a nuestras redes. Por otro lado, mediremos los usuarios nuevos de nuestra plataforma mediante Google Analytics. Estas herramientas nos servirán para evaluar si nuestras campañas están siendo efectivas o si se le deben hacer ajustes.

## 2.8 Métricas

KPIs:

- Informes
- Publicidad

### **Medición de usuarios:**

Para lograr el objetivo de llegar a los 1000 usuarios se va a implementar una herramienta en la cual se medirá el tráfico de usuarios mensualmente, para esto se usará Google Analytics que es una herramienta analítica digital que nos ayudará a estar informados y estar al tanto de cuántos clientes se afilian y se fidelizan a la plataforma. Esto nos ayuda a llevar un seguimiento de nuestros usuarios y a la toma de decisiones en momentos claves. Esta herramienta estará trabajando diariamente, pero los resultados serán analizados semanalmente para estar al tanto de el número de clientes que se afilien a nuestra plataforma.

Por el lado de las redes sociales, contamos con Instagram, Facebook y LinkedIn. Estas tres redes sociales de igual forma estarán en constante seguimiento y monitorización para estar al tanto del número de clientes que se unen a nuestros perfiles. Para este seguimiento se utilizará una herramienta llamada Social Listening la cual mide el número de usuarios nuevos que ingresan y se unen a nuestros perfiles. Este seguimiento será diario pero el análisis y la puesta en marcha de

nuevas estrategias serán semanales. Para la fidelización de usuarios en nuestras redes sociales, se trabajará en la creación de contenido que sea atractivo para los usuarios.

Para el seguimiento de la plataforma y de las redes sociales, se realizarán comités mensuales para tomar decisiones estratégicas frente a los resultados que arrojen las mediciones

## 2.9 Presupuesto

- Claridad con el dinero

Ilustración 16. *Claridad con el dinero*

CATEGORIA	Q1				Q2			
	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	TOTAL Q1	FEBRERO	MARZO	ABRIL	TOTAL Q2
<b>MERCADEO NACIONAL</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>
FIDELIZACION DE LOS CLIENTES				\$ 0,00				\$ 0,00
				\$ 0,00				\$ 0,00
<b>MERCADEO LOCAL</b>	<b>\$ 8.000.000,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 8.000.000,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 20.000.000,00</b>	<b>\$ 20.000.000,00</b>
CREACION DE PUBLICIDAD				\$ 0,00			\$ 20.000.000,00	\$ 20.000.000,00
Branding	\$ 8.000.000,00			\$ 8.000.000,00				\$ 0,00
				\$ 0,00				\$ 0,00
				\$ 0,00				\$ 0,00
<b>RELACIONES PUBLICAS</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>
COCTEL DE LANZAMIENTO				\$ 0,00				\$ 0,00
PARTICIPACION EN FERIAS EMPRESARIALES				\$ 0,00				\$ 0,00
				\$ 0,00				\$ 0,00
				\$ 0,00				\$ 0,00
<b>CONTENIDO DE MERCADEO</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>
EMAIL MARKETING: Noticias del sector				\$ 0,00				\$ 0,00
EMAIL MARKETING: Promociones mensuales				\$ 0,00				\$ 0,00
				\$ 0,00				\$ 0,00
<b>REDES SOCIALES</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>
PUBLICIDAD EN LINKEDIN				\$ 0,00				\$ 0,00
PUBLICIDAD REDES SOCIALES: IG/FB				\$ 0,00				\$ 0,00
PUBLICIDAD MEDIOS DE COMUNICACIÓN (Comercial-ouñas)				\$ 0,00				\$ 0,00
				\$ 0,00				\$ 0,00
				\$ 0,00				\$ 0,00
<b>OPERACION PLATAFORMA</b>	<b>\$ 100.000,00</b>	<b>\$ 25.000.000,00</b>	<b>\$ 25.000.000,00</b>	<b>\$ 50.100.000,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>
CONSOLIDACION DEL PROYECTO	\$ 0,00			\$ 0,00				\$ 0,00
PRESENTACION A LA JUNTA	\$ 100.000,00			\$ 100.000,00				\$ 0,00
DESARROLLO DE LA PLATAFORMA		\$ 25.000.000,00	\$ 25.000.000,00	\$ 50.000.000,00				\$ 0,00
PRUEBAS DE LA PLATAFORMA				\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00		\$ 0,00
PUESTA EN MARCHA DE LA PLATAFORMA				\$ 0,00				\$ 0,00
SOCIAL LISTENING								
GOOGLE ANALYTICS				\$ 0,00				\$ 0,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 8.100.000,00</b>	<b>\$ 25.000.000,00</b>	<b>\$ 25.000.000,00</b>	<b>\$ 58.100.000,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 20.000.000,00</b>	<b>\$ 20.000.000,00</b>

Fuente: Elaboración propia de los autores

## Ilustración 17. Presupuesto

CATEGORIA	Q3				Q4				TOTALES AÑO FISCAL
	MAYO	JUNIO	JULIO	TOTAL Q3	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	TOTAL Q4	
<b>MERCADEO NACIONAL</b>	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
FIDELIZACION DE LOS CLIENTES				\$ 0,00				\$ 0,00	\$ 0,00
<b>MERCADEO LOCAL</b>	\$ 5.000.000,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 5.000.000,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 33.000.000,00
CREACION DE PUBLICIDAD	\$ 5.000.000,00			\$ 5.000.000,00				\$ 0,00	\$ 25.000.000,00
Brandina				\$ 0,00				\$ 0,00	\$ 8.000.000,00
				\$ 0,00				\$ 0,00	\$ 0,00
<b>RELACIONES PUBLICAS</b>	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 24.000.000,00	\$ 24.000.000,00	\$ 9.000.000,00	\$ 9.000.000,00	\$ 9.000.000,00	\$ 27.000.000,00	\$ 51.000.000,00
COCTEL DE LANZAMIENTO			\$ 15.000.000,00	\$ 15.000.000,00				\$ 0,00	\$ 15.000.000,00
PARTICIPACION EN FERIAS EMPRESARIALES			\$ 9.000.000,00	\$ 9.000.000,00	\$ 9.000.000,00	\$ 9.000.000,00	\$ 9.000.000,00	\$ 27.000.000,00	\$ 36.000.000,00
				\$ 0,00				\$ 0,00	\$ 0,00
				\$ 0,00				\$ 0,00	\$ 0,00
<b>CONTENIDO DE MERCADEO</b>	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 65.000,00	\$ 65.000,00	\$ 65.000,00	\$ 65.000,00	\$ 65.000,00	\$ 195.000,00	\$ 260.000,00
EMAIL MARKETING: Noticias del sector			\$ 32.500,00	\$ 32.500,00	\$ 32.500,00	\$ 32.500,00	\$ 32.500,00	\$ 97.500,00	\$ 130.000,00
EMAIL MARKETING: Promociones mensuales			\$ 32.500,00	\$ 32.500,00	\$ 32.500,00	\$ 32.500,00	\$ 32.500,00	\$ 97.500,00	\$ 130.000,00
				\$ 0,00				\$ 0,00	\$ 0,00
<b>REDES SOCIALES</b>	\$ 0,00	\$ 3.000.000,00	\$ 750.000,00	\$ 3.750.000,00	\$ 3.750.000,00	\$ 750.000,00	\$ 3.750.000,00	\$ 8.250.000,00	\$ 12.000.000,00
PUBLICIDAD EN LINKEDIN			\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 750.000,00	\$ 1.000.000,00
PUBLICIDAD REDES SOCIALES: IG/FB			\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 1.500.000,00	\$ 2.000.000,00
PUBLICIDAD MEDIOS DE COMUNICACION (Comercial)		\$ 3.000.000,00		\$ 3.000.000,00	\$ 3.000.000,00		\$ 3.000.000,00	\$ 6.000.000,00	\$ 9.000.000,00
				\$ 0,00				\$ 0,00	\$ 0,00
				\$ 0,00				\$ 0,00	\$ 0,00
<b>OPERACION PLATAFORMA</b>	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 680.000,00	\$ 680.000,00	\$ 680.000,00	\$ 680.000,00	\$ 680.000,00	\$ 2.040.000,00	\$ 52.820.000,00
CONSOLIDACION DEL PROYECTO				\$ 0,00				\$ 0,00	\$ 0,00
PRESENTACION A LA JUNTA				\$ 0,00				\$ 0,00	\$ 100.000,00
DESARROLLO DE LA PLATAFORMA				\$ 0,00				\$ 0,00	\$ 50.000.000,00
PRUEBAS DE LA PLATAFORMA				\$ 0,00				\$ 0,00	\$ 0,00
PUESTA EN MARCHA DE LA PLATAFORMA		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00				\$ 0,00	\$ 0,00
SOCIAL LISTENING			\$ 680.000,00	\$ 680.000,00	\$ 680.000,00	\$ 680.000,00	\$ 680.000,00	\$ 2.040.000,00	\$ 2.720.000,00
GOOGLE ANALYTICS				\$ 0,00				\$ 0,00	\$ 0,00
<b>TOTAL</b>	\$ 5.000.000,00	\$ 3.000.000,00	\$ 25.495.000,00	\$ 33.495.000,00	\$ 13.495.000,00	\$ 10.495.000,00	\$ 13.495.000,00	\$ 37.485.000,00	\$ 149.080.000,00

Fuente: Elaboración propia de los autores

## 3. DISEÑO DE MARCA

### 3.1 Imagen Corporativa

#### Ilustración 18. Imagen Corporativa



Fuente: Elaboración propia de los autores

#### 3.1.1 Proceso Creativo

Inspirado en la simplicidad, con el uso de triángulos que representan tensión para los problemas que representan cada consulta y la acción y novedad.

### 3.1.2 Solución cromática

Inspirado en colores como el naranja que representa el entusiasmo, la acción y optimista. Adicionalmente el uso del azul representa el equilibrio con la tranquilidad, la inteligencia y la frescura además de ser un color elegante y corporativo.

Ilustración 19. *Solución Cromática*



Fuente: Elaboración propia de los autores

### 3.1.3 Solución tipográfica

Se escoge una tipografía legible, con líneas delgadas para un tema de formalidad, la tipografía (**capitalized**).

Ilustración 20. *Solución tipográfica*

**PAFE**  
Consultores

Fuente: Elaboración propia de los autores

### 3.1.4 Versiones

Las figuras 4 diferentes versiones se fueron adaptando a lo que queremos representar como marca, se realizaron modificaciones en tipo de fuente, tamaño y color.

Ilustración 21. *Versión 1*



Fuente: Elaboración propia de los autores

Ilustración 22. *Versión 2*



Fuente: Elaboración propia de los autores

Ilustración 23. *Versión 3*



### 3.1.5 Variaciones

Se propone una distribución de forma horizontal ya que es la forma en la que mejor se adapta a la plataforma digital.

Ilustración 24. *Variación*



## 4. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Goethe (1810) Zur Farbenlehre (Teoría de los colores). Recuperado el día 23 de enero de [http://www.revistadisena.com/pdf/revistadisena\\_8\\_teoría-de-los-colores-de-goethe.pdf](http://www.revistadisena.com/pdf/revistadisena_8_teoría-de-los-colores-de-goethe.pdf)