

**PROCESO DE VENTAS PARA LA ADQUISICIÓN DE CLIENTES
INTERNACIONALES MIPYMES DE LA AGENCIA DE MARKETING DIGITAL
MUNDO MEDIATORS**

Juan Felipe Ortega Bernal

U00107098

Universidad Autónoma de Bucaramanga

Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

Programa de Negocios Internacionales

Bucaramanga

2020

**PROCESO DE VENTAS PARA LA ADQUISICIÓN DE CLIENTES
INTERNACIONALES MIPYMES DE LA AGENCIA DE MARKETING DIGITAL
MUNDO MEDIATORS**

Juan Felipe Ortega Bernal

U00107098

DOCENTE TUTOR

M.g Jaime Andres Ramirez Pascuas

Universidad Autónoma de Bucaramanga

Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

Programa de Negocios Internacionales

Bucaramanga

2020

Dedicatoria

A mi familia, mis padres Luz Marina y Juan de Dios, y especialmente a Clementina Martinez, mi abuela, que siempre fue la luz que guió mis pasos durante todo su existir, su recuerdo me acompaña en cada meta alcanzada. Y a Maria del Pilar Isidro, que fue la persona que me abrió las puertas al programa de Negocios Internacionales, y me brindó su apoyo en el transcurso de toda la carrera.

Agradecimientos

Un agradecimiento muy especial a la agencia de Marketing Mundo Mediators por permitirme realizar mis prácticas empresariales y adquirir nuevos conocimientos sobre el marketing digital, especialmente Cristian Gutierrez director general, a quien considero un mentor y un amigo en mi vida.

Al docente Jaime Andres Ramirez Pascuas, tutor de este proyecto de grado, y el primer docente que conocí en el programa de Negocios Internacionales. Resalto todo su acompañamiento en este proceso, sus consejos y recomendaciones.

A todos los docentes de la UNAB, especialmente a los del programa de Negocios Internacionales.

Tabla de contenido

Resumen	12
Abstract	13
Introducción	14
Objetivos	17
Objetivo General	17
Objetivos Específicos	17
Planteamiento Del Problema	18
Justificación	22
Marco Teórico	23
Marco Conceptual	25
Marco Legal	28
Diseño Metodológico	30
Enfoque de la investigación	30
Tipo de investigación	31
Instrumentos Y Herramientas De Recolección De La Información	32
Fuentes De La Investigación	33
Fases De La Investigación	34

Desarrollo De Los objetivos	35
1. Análisis de la empresa	35
1.1. Presentación De La Empresa	35
1.2. Historia De La Empresa	36
1.3. Misión	38
1.4. Visión	38
1.5. Portafolio De Servicios	39
1.6. Precios De Los Servicios	45
1.7. Estructura Organizacional	46
1.7.1. Organigrama	48
1.8. FODA	49
1.8.1. Análisis FODA	53
1.9. Clientes	55
1.10. Competencia Nacional	57
1.11. Competencia Internacional	59
2. Proceso Actual De Ventas De La Agencia De Marketing Mundo Mediators	61
2.1. Descripción Del Proceso De Ventas	61
2.2. Fases Del Proceso De Ventas Actual AIDA	62

PROCESO DE VENTAS PARA LA ADQUISICIÓN DE CLIENTES INTERNACIONALES	7
2.2.1. Fases Del Proceso De Ventas Actual AIDA De La Agencia De Marketing	
Mundo Mediators	64
2.3. Matriz POPS	69
2.3.1 Analisis POPS	72
2.4. Principales Motivos Por Los Que La Agencia De Marketing Mundo Mediators Quiere Crear Un Nuevo Proceso De Ventas Online Para La Adquisición De Clientes Internacionales	74
3. Diseño De Un Nuevo Proceso De Ventas	76
3.1. Objetivo Del Nuevo Proceso De Ventas	76
3.2. Definición de los precios internacionales	76
3.3. Precios De Los Servicios	81
3.4. Indicadores De Medición (KPI'S)	82
3.5. Fases Aplicadas Del Nuevo Proceso De Ventas AIDA	82
3.5.1. Representación Gráfica Del Proceso Del Nuevo Proceso De Ventas	85
3.5.2. Flujograma Del Nuevo Proceso De Ventas	86
4. Estrategias De Inbound Dirigidas El Mercado Español	87
4.1. España	87
4.2. Creación De Inbound Marketing Para El Mercado Español	89

4.2.1. Explicación De La Creación Inbound Marketing Orientado Al Mercado

Español	90
Conclusiones	92
Recomendaciones	94
Lista de Referencias	96

Lista de Figuras

Figura 1. Crecimiento del comercio electrónico en Latinoamérica durante la pandemia	15
Figura 2. Tamaño de las empresas colombianas	19
Figura 3. Tamaño de las empresas españolas	20
Figura 4. Organigrama de la agencia de marketing digital Mundo Mediators	49
Figura 5. Representación gráfica modelo AIDA	62
Figura 6. Actividades claves en cada fase del proceso AIDA actual de la agencia de marketing digital Mundo Mediators	67
Figura 7. Diagrama de actividades paso a paso del proceso de ventas actual de la agencia de marketing digital Mundo Mediators	68
Figura 8. Resultado de la pregunta sobre el valor promedio que cobran los communities managers encuestados por la creacion y administracion de las redes sociales de una empresa durante un mes.	77
Figura 9. Resultado de la pregunta sobre el valor promedio que cobran los diseñadores encuestados por la gestion de una marca en internet	79
Figura 10. Resultado de la pregunta sobre la ganancia promedio de los trabajadores durante un mes por diferentes trabajos realacionados al marketing digital	80
Figura 11. Actividades claves en cada fase del nuevo proceso de ventas AIDA de la agencia de marketing digital Mundo Mediators	85

Figura 12. Diagrama de actividades paso a paso del proceso del nuevo proceso de ventas de la agencia de marketing digital Mundo Mediators

Lista de Tablas

Tabla 1. Descripción de las actividades del proceso de administración de redes sociales de la agencia de marketing digital Mundo Mediators	39
Tabla 2. Descripción de las actividades del proceso de creación de una página web o landing page de la agencia de marketing digital Mundo Mediators	41
Tabla 3. Cronograma de actividades para el desarrollo de una página web o landing page de la agencia Mundo Mediators	42
Tabla 4. Listado de empresas clientes de la membresía de administración de redes sociales de la agencia de marketing digital Mundo Mediators	56
Tabla 5. Embudo de ventas de la agencia de marketing digital Mundo Mediators por etapas orientado al mercado español	89

Resumen

Esta investigación partió de la necesidad identificada por la agencia de marketing Mundo Mediators ubicada en la ciudad de Bucaramanga en Colombia de crear un nuevo proceso de ventas estandarizado acorde al mercado internacional, teniendo en cuenta la oportunidad derivada de la necesidad de implementación del comercio electrónico en las empresas PYMES como herramienta indispensable para la venta de productos y servicios a través de internet en tiempos de post pandemia. En este trabajo se identificó que la agencia de marketing Mundo Mediators debe cambiar sus precios cuando ofrece sus productos en mercados fuera del colombiano, debido a que usualmente en países europeos estos valores están muy por debajo del mercado. Adicionalmente se hizo un test para medir en un prospecto internacional los resultados del nuevo proceso de ventas y conocer los resultados del mismo para finalizar con conclusiones de las mejoras y beneficios para la agencia y los clientes.

Palabras claves: Marketing digital, Exportación de servicios, Ecommerce, Teletrabajo, y Redes sociales.

Abstract

This research was based on the need identified by the Mundo Mediators marketing agency located in the city of Bucaramanga in Colombia to create a new standardized sales process according to the international market, taking into account the opportunity derived from the need to implement electronic commerce in SMEs as an essential tool for the sale of products and services through the internet in times of post-pandemic. In this work it was identified that the Mundo Mediators marketing agency must change its prices when it offers its products in markets outside of Colombia, because usually in European countries these values are well below the market. Additionally, a test was carried out to measure the results of the new sales process in an international prospectus and to know the results of the same to finalize with conclusions of the improvements and benefits for the agency and the clients.

Keywords: Digital Marketing, Export of services, Ecommerce, Telecommuting and Social networks.

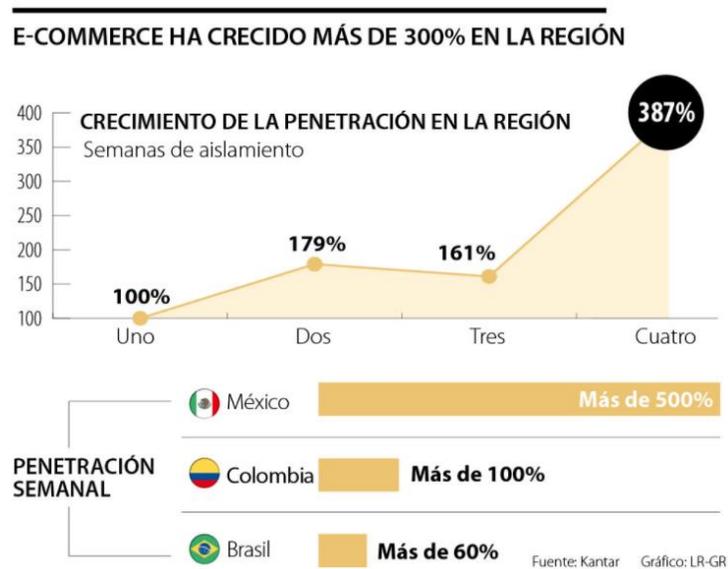
Introducción

El presente trabajo tiene como objetivo establecer el nuevo proceso de ventas para la adquisición de clientes internacionales MIPYMES de la agencia de marketing digital Mundo Mediators para el año 2021. Mundo Mediators es una empresa creada en el laboratorio de creatividad y emprendimiento de la Universidad Autónoma de Bucaramanga, como resultado de un proyecto de emprendimiento que identificó la necesidad de pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) de potenciar su presencia online a través del marketing digital. (Mediators, 2020)

El marketing digital básicamente es la aplicación de las estrategias de comercialización llevadas a cabo en los medios digitales que buscan la promoción de los servicios o productos de una marca o empresa en internet. Estas estrategias son aplicables en diferentes medios digitales tales como páginas web, blogs, redes sociales, buscadores online, plataformas de video, entre otros. (MD marketing digital, 2019)

Figura 1.

Crecimiento del comercio electrónico en Latinoamérica durante la pandemia



Nota. Tomado de *Comercio electrónico ha crecido más de 300% en Latinoamérica en la pandemia*, por Paola Vargas, 2020, La República (<https://www.larepublica.co/globoeconomia/e-commerce-ha-crecido-mas-de-300-en-latinoamerica-en-medio-de-la-pandemia-3000424>).

Según un artículo publicado en el diario La República, el comercio electrónico ha crecido más de 300% en Latinoamérica durante la pandemia producida por el Covid-19, lo que representa la gran necesidad de las empresas MIPYMES de digitalizarse, y emplear estrategias de marketing digital que les permitan adaptarse a la nueva forma de comercio en la cual los consumidores prefieren por su seguridad comprar online antes que presencial. (Vargas, 2020)

Este trabajo incluirá toda la información referente a la empresa, y el diagnóstico del proceso de ventas actual, que le ha permitido a Mundo Mediators tener más de 30 clientes nacionales e internacionales, pero que dado el nuevo escenario de los negocios fruto de la pandemia, y el aumento de la exigencia y la demanda del mercado internacional por servicios de marketing ha quedado corto a la hora de hacer negociaciones efectivas.

Por tanto se identificarán todos los problemas, oportunidades de mejora y aspectos positivos del proceso de ventas actual, que permita diseñar un nuevo proceso de ventas online más estandarizado que permita a la agencia de marketing Mundo Mediators ser más competitiva en el mercado internacional.

Finalmente, se implementará el nuevo proceso y se hará un testeo en algunas negociaciones realizadas antes de la entrega de este trabajo para conocer los resultados y evaluar el nivel de mejora y efectividad del departamento comercial de la agencia, y así determinar los beneficios que trae en el transcurso de una negociación.

Objetivos

Objetivo General

Establecer el nuevo proceso de ventas para la adquisición de clientes internacionales MIPYMES de la agencia de marketing digital Mundo Mediators para el año 2021.

Objetivos Específicos

Establecer los motivos por los que la Agencia de Marketing Mundo Mediators quiere crear un nuevo proceso de ventas online para la adquisición de clientes internacionales.

Diagnosticar el proceso de ventas actual de la agencia de marketing digital Mundo Mediators, que permitan identificar los problemas, aspectos positivos y oportunidades de mejora.

Diseñar el nuevo proceso de ventas online para la adquisición de clientes internacionales MIPYMES para la agencia de marketing Mundo Mediators.

Crear estrategias de inbound marketing digital dirigidas al mercado español para la promoción de los servicios de la agencia de marketing Mundo Mediators

Planteamiento Del Problema

El mundo de los negocios se encuentra ante un escenario totalmente nuevo debido al impacto de la Pandemia del COVID-19. Muchos negocios que no tenían presencia digital pasaron al olvido debido a la imposibilidad de los consumidores de contactarlos para adquirir sus productos o servicios, otros que ya tenían presencia digital, pero que no realizaban estrategias de marketing, se vieron en la necesidad de impulsar la creación de contenido en redes sociales para permanecer en la mente de los consumidores, y aquellos negocios que sí tenían una fuerte presencia digital, lograron consolidar y fidelizar una comunidad de consumidores digitales. (Portafolio, 2020)

Por tanto, la crisis de la Pandemia del Covid-19 está obligando a la reinención de los negocios de todo tipo, sin importar el sector. La conectividad digital y la apuesta por las nuevas tecnologías que antes se veían como una opción a largo plazo, hoy son esenciales en el corto plazo para que las empresas puedan seguir vendiendo sus productos y servicios. (Retina, 2020)

Lo anterior, ha hecho que muchas empresas estén iniciando o mejorando su proceso de digitalización, especialmente aquellas que son PYMES. La transformación digital ofrece a las PYMES la oportunidad de acceder a los servicios de tecnología de la información y las comunicaciones acordes a sus necesidades, como el pago mediante el uso de los servicios sin necesidad de tener que asumir todo el coste asociado a este tipo de capital. (Cámara, 2020)

Según un artículo publicado por la revista Semana, el número de empresas legalmente constituidas en Colombia era 1.643.849 conforme a datos publicados por la Confederación

Colombiana de Cámaras de Comercio Confecámaras al cierre del año 2019, sin embargo, algunos estudiosos creen que esta cifra sería del doble o el triple, pero con las informales, es decir que no pagan impuestos ni seguridad social a sus empleados (Revista Semana, 2020). Es decir, que más del 90% de las empresas constituidas en Colombia son PYMES.

Figura 2.

Tamaño de las empresas colombianas

¿QUÉ TAN GRANDES SON LAS EMPRESAS EN COLOMBIA?		
TAMAÑO	NÚMERO	%
Grandes	7.221	0,44
Medianas	23.701	1,44
Pequeñas	91.470	5,57
Microempresas	1.521.449	92,55
		100

Nota. Tomado de *Así operará la financiación de nóminas para pymes*, por Revista Semana, 2020

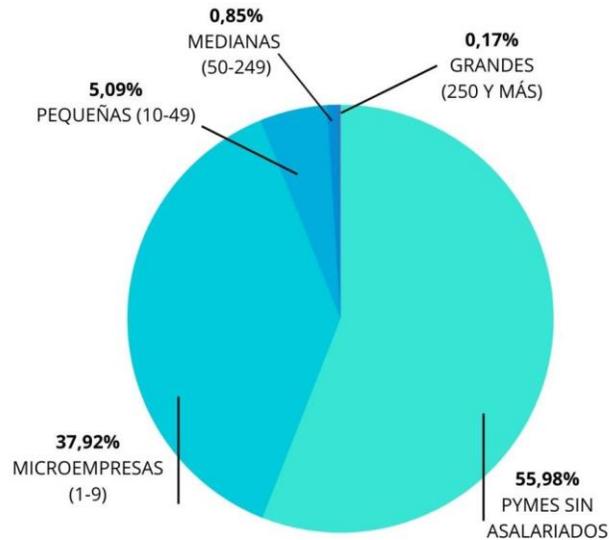
(<https://www.semana.com/como-financiaran-las-pymes-para-salvar-el-empleo/662976/>).

Por su parte, el panorama en Latinoamérica es muy similar, ya que según el Banco de Desarrollo de América Latina (CAF), las pymes representan el 90% de las empresas existentes, según cifras publicadas en el año 2018 (Banco de Desarrollo de América Latina, 2018). Y en el caso del continente europeo el porcentaje de la cantidad de empresas que son PYMES para el

año 2019, era todavía mayor del latinoamericano donde más del 98% de las empresas constituidas en Europa son pymes, según Cepyyme Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa. (Bartolomé, 2019)

Figura 3.

Tamaño de las empresas españolas



Nota. Tomado de *Más del 99% de las empresas que hay en España son pymes*, por Ministerio de Industria, Comercio y Turismo de España, Fundación Nantik Lum (<https://emprendimientoymicrofinanzas.com/mas-del-99-de-las-empresas-en-espana-son-pymes/>).

Por consiguiente, la oportunidad de mercado ocasionado por la necesidad de digitalización de las PYMES ha supuesto un reto para la agencia de marketing Mundo Mediators en materia de establecer un nuevo proceso acorde al mercado internacional que sea de beneficio

tanto para la agencia como para los clientes. En la actualidad Mundo Mediators tiene clientes y aliados internacionales que compran y comercializan los servicios de la agencia.

Sin embargo, la preocupación de la agencia Mundo Mediators al continuar con el proceso de ventas actual en pro de la oportunidad de expandirse al mercado internacional, radica que el precio de todos los servicios están estimados en pesos colombianos, lo cual hace que el aliado comercial que subcontrata a la agencia, pueda revender los servicios en dólares o en euros cobrando en ocasiones hasta 5 veces más que la agencia si se compara al precio de comercialización en Colombia.

O por otra parte, lo anterior también ocasiona que el cliente internacional pague por un servicio de marketing digital, un valor muy inferior al de su mercado local. Es decir, en este caso la agencia estaría desvalorizando sus servicios, pudiendo cobrar en dólares o en euros un valor acorde al precio que el consumidor puede encontrar en empresas similares por los mismos servicios de marketing digital.

Es por esto que Mundo Mediators, entendió que debe crear un nuevo proceso de ventas online de sus servicios acorde las exigencias y precios del mercado internacional, ante el crecimiento de demanda de los servicios de marketing digital de PYMES que necesitan desarrollar estrategias para conseguir más clientes, gestionar adecuadamente sus redes sociales, posicionar su página web o blog, para ser influyentes digitalmente y seguir siendo competitivos.

Justificación

La elaboración del presente trabajo de investigación surge principalmente por la necesidad de de la agencia de marketing digital Mundo Mediators de diseñar un nuevo proceso de ventas online para la adquisición de clientes internacionales MIPYMES.

Igualmente, el desarrollo de este trabajo se realiza fundamentalmente por el interés de la empresa de ser un punto de partida dentro de las aspiraciones de la agencia de marketing digital Mundo Mediators de extender su oferta de servicios al mercado internacional.

Tener un proceso de venta online estructurado acorde a los estándares del mercado internacional servirá para fortalecer el departamento comercial de la agencia, ya que reducirá los tiempos de negociación al tener un sistema paso a paso que permita al asesor comercial saber que se hace en determinado tiempo de la negociación, tomando en cuenta cada perfil del cliente y el tipo de servicio que desea adquirir.

Finalmente, este proceso también le permitirá a la empresa determinar los posibles escenarios que puede haber dentro de una negociación según la respuesta de un cliente en un momento específico, con el fin de tener listas anticipadamente las estrategias que permitan que la negociación no se detenga, y que logren agilizar el cierre de una venta o firma de un acuerdo final.

Marco Teórico

La pandemia del Covid-19 ha cambiado significativamente la agenda de prioridades de los directivos y propietarios de muchas de las empresas a nivel global. Entre las principales conclusiones se destaca que la crisis sanitaria ha impulsado el proceso de digitalización de las empresas ya que un 80% de los CEOs asegura que la transformación de su modelo operativo se ha acelerado a raíz de la pandemia mientras que un 50% afirma que se sitúa meses por delante de lo esperado y otro 30% considera que actualmente se encuentran años por delante de lo que esperaban antes de la pandemia, según el informe "CEO Outlook 2020: COVID-19". (El Economista, 2020)

La digitalización se refiere a la acción o proceso de conversión de datos analógicos a formato digital. Sin embargo, en la actualidad existe algo de confusión, ya que se utiliza el término digitalización tanto cuando se refiere a la digitalización de documentos como cuando también se habla de la digitalización de negocios, organizaciones o procesos. (Kyocera, 2020)

Para cumplir con estas altas expectativas del cliente, las empresas deben acelerar la digitalización tanto de su documentación como de sus procesos comerciales. Pero deberían ir más allá de simplemente automatizar un proceso existente (Kyocera, 2020). Es decir, para el caso de la agencia de marketing digital Mundo Mediators, la automatización del proceso de ventas está acoplada a un modelo de ecommerce que debe estar acorde al mercado y a las exigencias internacionales para que verdaderamente tenga un impacto positivo tanto en la organización como también en los clientes.

Lo anterior, está relacionado con lo que postulan algunos autores como Sanabria, Torres, y Lopez, quienes afirman que la dinámica del mercado ha llevado a las organizaciones a un enfoque hacia la satisfacción del cliente donde las tecnologías de la información y la comunicación se constituyen en herramientas fundamentales para vender bienes y servicios a través de la red, conocido como comercio electrónico. Este modelo permite generar mayor productividad y competitividad a las empresas debido a la reducción de costos de transacción y a la visibilidad que generan a través de factores como el fundamento del negocio, las oportunidades de tecnología y la percepción de los empresarios y de los consumidores. (Sanabria, Torres y López, 2016)

Por otra parte, Montero, asegura que definir estrategias de marketing digital para que estas se conviertan en una guía de las Pymes, permite cada vez tener un mayor control y seguimiento sobre lo que hacen los clientes al utilizarlas. Todo esto se convierte en un beneficio mutuo que reciben los clientes y las organizaciones, al surgir nuevos canales de comunicación directa y efectiva entre ambos, logrando una cercanía entre la gente y las organizaciones que es difícil de encontrar en los canales tradicionales. (Montero, 2015)

Además, actualmente el escenario de los negocios está marcado por el ecommerce que está ganándole terreno a las compras presenciales y ya encadena varios años de crecimiento sostenido. (Eserp, 2020)

Finalmente es de destacar lo que afirma Guy Kawasaki en su ebook “El arte de empujar 2.0” en sus paginas 20 a 28 donde advierte que los modelos pueden variar constantemente, y es necesario que las empresas comiencen a trabajar paralelamente en digitalizar sus negocios

apalancandose de todas las herramientas que ofrece el marketing digital (Kawasaki, 2015). Algo que se complementa también con lo que expone Brian Halligan, considerado el padre del inbound Marketing quien dice que una de esas estrategias debe ser precisamente el Inbound Marketing debido a que provecha toda la tecnología y se enfoca en atraer la atención de los clientes digitales con base en publicaciones que logren seducir al espectador, algo que se podrá evidenciar en el presente trabajo en la propuesta de un embudo de ventas orientado al mercado español. (Triario, 2020)

Marco Conceptual

Marketing digital:

Es el conjunto de estrategias volcadas hacia la promoción de una marca en el internet. Se diferencia del marketing tradicional por incluir el uso de canales y métodos que permiten el análisis de los resultados en tiempo real (RD Station, 2020). También se considera una actividad imprescindible para las marcas por la gran oportunidad de crecimiento, posicionamiento y captación de clientes digitales. (Nager, 2020)

Exportación de servicios:

Ser un exportador de servicios significa vender sus servicios a una persona, nacional o no, que no reside en el país de referencia “no residente” y ser pagado a partir de una fuente

extranjera de manera que la persona o empresa está haciendo ingresar una nueva cantidad de divisas a la economía local. (Cámara de Comercio de Manizales, 2020)

Comercio electrónico:

El comercio electrónico conocido popularmente como ecommerce, es la compraventa y distribución de bienes y servicios a través de internet u otras redes informáticas. Constituye un nuevo soporte para la actividad comercial porque carece de materialidad y de pautas físicas (espacio y tiempo) pero le da accesibilidad y rapidez. De tal modo que se pueden realizar transacciones todos los días del año a cualquier hora y en cualquier lugar del mundo. (Carazo, 2016)

Teletrabajo:

El teletrabajo es una forma de trabajar en la que no es necesario acudir a las oficinas centrales de la empresa. Se puede desarrollar desde casa, u otros lugares, a través de las nuevas tecnologías (Peiró, 2020). Supone un cambio interno y nuevas formas de relacionamiento entre jefes y empleados. (Ministerio del Trabajo, 2020)

Redes sociales:

Las redes sociales son estructuras formadas en Internet por personas u organizaciones que se conectan a partir de intereses o valores comunes. A través de ellas, se crean relaciones entre individuos o empresas de forma rápida, sin jerarquía o límites físicos (RD Station, 2020). Cada red social tiene sus objetivos y usos particulares, además de que el contenido debe adaptarse a

cada una de ellas. Por ejemplo, Facebook es una red social muy útil para contactar amigos, conocer gente con los mismos intereses y crear páginas de empresas. (Peiró, 2017)

Agencia de marketing:

Es una empresa encargada de diseñar la estrategia de marketing online integral de un negocio y llevarla a cabo. Para ello, debe contar con expertos en diferentes disciplinas y servicios como: community manager, diseñador de páginas web, pago de publicidad en facebook y google, entre otros (Cardona, 2020). Al mismo tiempo busca construir un vínculo de la marca con los clientes y potenciales consumidores en el ambiente online. (Rock Content, 2018)

Marco Legal

El marco normativo por el que se rigen los servicios de teletrabajo, comercio electrónico y agencias de marketing en Colombia es el siguiente:

Normatividad	Descripción
Ley 1221 de 2008	Establece tres modalidades de teletrabajo o tipo de teletrabajador, que responden a los espacios de ejecución del trabajo, las tareas a ejecutar y el perfil del trabajador. (Ministerio del Trabajo, 2020)
Ley 527 de 1999	Incorporó en nuestro ordenamiento jurídico nuevos conceptos: los mensajes de datos, el contrato electrónico, los principios del comercio electrónico, las firmas electrónicas y digitales así como las entidades de certificación digital. (Peña, 2019)
Circular 60 del 2018,	Confirmó la aplicación de la firma electrónica en los contratos de trabajo. Para el Ministerio, con el fin de facilitar el desarrollo de la relación laboral, en el contrato

	<p>se deben incluir estipulaciones relacionadas con las condiciones técnicas a las que se ajustarán las partes para comunicarse, efectuar transacciones, crear documentos o cualquier otra actividad que involucre el intercambio electrónico de datos. (Peña, 2019)</p>
<p>1. Ley 1581 de 2012</p>	<p>Obliga a los comerciantes, incluyendo comercio electrónico a atender las obligaciones y deberes que consagran las principales disposiciones para la protección de la privacidad de las personas. Entre lo que más destaca es que la información debe ser de consentimiento previo, expreso e informado para el uso de información personal y la adopción de un documento de políticas de privacidad. (Castañeda, 2020)</p>

Diseño Metodológico

Enfoque de la investigación

Para el desarrollo la presente investigación cuyo objetivo principal es establecer el nuevo proceso de ventas para la adquisición de clientes internacionales MIPYMES de la agencia de marketing digital Mundo Mediators para el año 2021, el enfoque utilizado fue cualitativo, de acuerdo lo que expone Sandoval, en su libro Investigación Cualitativa, donde afirma que se basa en la recopilación de información a partir de la observación de comportamientos naturales, que dependen de la perspectiva de la comprensión de las posibilidades de conocimiento de la realidad humana de cada individuo, y que se acepta la existencia de múltiples visiones con grados de entendimiento y validez diversos sobre dicha realidad. (Sandoval, 2002)

Además, Taylor y Bogdan (2007, como se citó en Ruiz, s.f.), se refieren al enfoque cualitativo como una manera de mostrar el mundo empírico, afirman que en su más amplio sentido esta investigación que produce principalmente datos de carácter descriptivos: las palabras de los individuos, ya sean escrita o habladas y la conducta observable. Desde el punto de vista de estos autores, el modelo de investigación cualitativa se puede distinguir por las siguientes características:

- La investigación cualitativa es inductiva.
- Los investigadores siguen un diseño de investigación flexible, iniciando sus estudios con interrogantes parcialmente formulados.

- En la metodología cualitativa el investigador ve al escenario y a las personas en una perspectiva holística
- El investigador interactúa con los informantes de un modo natural y no intrusivo.

Tipo de investigación

El tipo de investigación de este trabajo es descriptiva. Según Tamayo y Tamayo (2006, como se citó en Villero, 2010), el tipo de investigación descriptiva, comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual la composición o procesos de los fenómenos; el enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre cómo una persona, grupo, cosa funciona en el presente; la investigación descriptiva trabaja sobre realidades de hecho, caracterizándose fundamentalmente por presentar diferentes tipo de interpretaciones acorde a la perspectiva del investigador.

Por otra parte, según Bernal (2006), la investigación descriptiva, muestra, narra, reseña o identifica hechos, situaciones, rasgos, características de un objeto de estudio sin la necesidad de dar explicaciones o razones del porqué de las situaciones, hechos, fenómenos, etcétera; la investigación descriptiva se guía entonces por las preguntas de investigación que se formula el investigador; que va soporta en técnicas como las entrevistas , y la observación revisión documental.

Instrumentos Y Herramientas De Recolección De La Información

Los instrumentos de recolección de información se enfocan principalmente en obtener ideas, razonamientos y motivaciones del objeto de estudio, que acerquen al investigador a encontrar la información que lo lleve a desarrollar cada uno de los objetivos de la investigación.

Para la presente investigación se utilizarán los siguientes instrumentos:

- Entrevistas: Según Campoy y Gomes (s.f.), la entrevista es la técnica más empleada en las distintas áreas del conocimiento. En un sentido general, se entiende como una interacción entre dos personas, planificada y que obedece a un objetivo, en la que el entrevistado da su opinión sobre un asunto y, el entrevistador, recoge e interpreta esa visión particular.
- Recolección de datos por observación del investigador: En palabras de Goetz y LeCompte (1998, como se citó en Campoy y Gomes, s.f.) la observación participante se refiere a una práctica que consiste en vivir entre la gente que uno estudia, llegar a conocerlos, a conocer su lenguaje y sus formas de vida a través de una intrusa y continuada interacción con ellos en la vida diaria. La observación participante conlleva la implicación del investigador en una serie de actividades durante el tiempo que dedica a observar a los sujetos objeto de observación, en sus vidas diarias y participar en sus actividades.

- Análisis documental: Según Dulzaides y Molina (2004), el análisis documental es una forma de investigación técnica, un conjunto de operaciones intelectuales, que buscan describir y representar la información de los documentos de forma que sea una herramienta para el investigador en la la toma de decisiones.
- Matrices de análisis: Son herramientas diseñadas para obtener una visión global e integral de la situación actual de la empresa, o de un proceso determinado. Estas matrices muestran por lo general aspectos positivos y negativos que permiten la toma de decisiones. (Gerencie, 2017)

Fuentes De La Investigación

Las fuentes de información del presente trabajo fueron los medios utilizados en el desarrollo de la investigación. Según el nivel de información que proporcionan las fuentes de información pueden ser primarias o secundarias.

Las fuentes primarias contienen información nueva y original, resultado de un trabajo intelectual. Son documentos primarios: libros, revistas científicas y de entretenimiento, periódicos, diarios, documentos oficiales de instituciones públicas, informes técnicos y de investigación de instituciones públicas o privadas, patentes, normas técnicas. (Universidad de Alcalá, s.f.)

Las fuentes secundarias contienen información organizada, elaborada, producto de análisis, extracción o reorganización que refiere a documentos primarios originales. Son fuentes

secundarias: enciclopedias, antologías, directorios, libros o artículos que interpretan otros trabajos o investigaciones. (Universidad de Alcalá, s.f.)

Fases De La Investigación

El siguiente cuadro resume las fuentes e instrumentos para la recolección de información del presente proyecto de investigación:

Objetivo	Instrumentos de recolección de información	Responsable	Tiempo
Establecer los motivos por los que la Agencia de Marketing Mundo Mediators quiere crear un nuevo proceso de ventas online para la adquisición de clientes internacionales.	Entrevistas Videollamadas Cuestionarios Chats Emails	Investigador principal	4 Meses
Diagnosticar el proceso de ventas actual de la agencia de marketing digital Mundo Mediators, que permitan identificar los problemas, aspectos positivos y oportunidades de mejora.	Observación del investigador Análisis documental	Investigador principal	4 Meses
Diseñar el nuevo proceso de ventas online para la adquisición de clientes internacionales MIPYMES para la agencia de marketing Mundo Mediators.	Observación del investigador Análisis documental	Investigador principal	4 Meses
Crear estrategias de marketing digital dirigidas al mercado español para la promoción de los servicios de la agencia de marketing Mundo Mediators	Entrevistas Videollamadas Cuestionarios Chats Emails	Investigador principal	4 Meses

Desarrollo De Los objetivos

1. Análisis de la empresa

1.1. Presentación De La Empresa

Mundo Mediators es una agencia de marketing creada con el fin dar solución a las necesidades comerciales de las pequeñas y medianas empresas, bajo un modelo de negocios accesible, sostenible, escalable, social y rentable. La propuesta de valor de la agencia es: “Conectamos clientes con tu marca a través de medios digitales operados por jóvenes universitarios no graduados, practicantes o recién profesionales que desean aprender de marketing digital y a su vez recibir ingresos extra, mediante la realización de prácticas en la comunidad suscrita” (Mediators, 2020).

Mundo Mediators ofrece principalmente el servicio de administración de redes sociales, llamado membresía, en cual se pone a disposición del empresario un community manager, un diseñador gráfico, y un estratega de contenido para elaborar una planeación del contenido en redes sociales que se publica día a día, este es el servicio con más demanda actualmente. Además, se ofrecen servicios adicionales de creación de páginas web o landing pages para aquellas empresas que buscan fortalecer su presencia digital facilitando su búsqueda a través buscadores online como Google. Igualmente, se ofrece el servicio de creación y diseños de marcas digitales, este servicio engloba desde la creación del nombre, el logo y los colores distintivos de una marca, hasta el diseño de catálogos, afiches, camisetas, entre otros. (Mediators, 2020)

Finalmente están los servicios de fotografía, para aquellas personas o empresas que buscan contar con material fotográfico para la promoción de sus productos o servicios, las asesorías personalizadas para los emprendedores, y las capacitaciones presenciales o virtuales, para aquellas empresas o entidades públicas y privadas que dentro de sus políticas de formación incluyen temas relacionados al marketing digital y al emprendimiento. (Mediators, 2020)

Mundo Mediators es hoy en un día un agencia de marketing digital que apunta a ser reconocida en el mercado como la agencia específicamente diseñada para los emprendedores, cuenta con clientes nacionales e internacionales, ha participado en convenios con cámara de comercio de diferentes ciudades, y es caso de éxito mencionado en la página 66 del libro “Negocios Inmortales” del autor colombiano David Gomez, bestseller del libro “Bueno, bonito y carito”. (Gómez, 2020)

1.2. Historia De La Empresa

Según Cristian Gutierrez, director general y cofundador de la agencia de marketing Mundo Mediators la empresa surge como un proyecto de emprendimiento propuesto en el laboratorio de creatividad e innovación de la Universidad Autónoma de Bucaramanga (UNAB Creative), en una de sus clases electivas de Emprendiendo ofertada a los estudiantes de los diferentes programas académicos. En esta electiva la estudiante del programa de Ingeniería de Mercados Daniela Ferrer, identificó la necesidad de muchas empresas de potencializar su presencia digital a través de plataformas como lo son las redes sociales.

Por su parte, Cristian Gutierrez amigo de Daniela Ferrer desarrollaba para ese tiempo un proyecto de apoyo a los empresarios de calzado en Santander a través de la implementación de herramientas digitales orientadas al desarrollo competitivo del sector Calzado, Cuero y Marroquinería de Santander. Cristian le propone a Daniela asociarse y crear una agencia de marketing digital que sirviera como plataforma para que muchos empresarios PYMES puedan apalancarse de las diferentes herramientas digitales disponibles con el objetivo de lograr un crecimiento de su negocio sostenible en el tiempo.

Por tanto, se puede afirmar que la empresa nace gracias a la intención de Daniela Ferrer y Cristian Gutiérrez de ayudar a las pequeñas y medianas empresas que buscan digitalizarse y necesitan servicios tales como: diseño de identidad de marca, manejo de redes sociales, creación de página web, fotografía, entre otros, pero que no cuentan con los recursos suficientes para pagar un profesional o una agencia reconocida cuyos valores están por encima de sus posibilidades presupuestales.

Además, según Cristian Gutierrez, la agencia de marketing digital Mundo Mediators también surgió con la idea de crear alianzas entre empresas que les permitieran aumentar el alcance de sus publicaciones en redes sociales a través de estrategias orgánicas, que tienen como objetivo aumentar los seguidores, el posicionamiento, y los clicks en los diferentes post e historias de cada perfil. Por ejemplo, si una empresa de elementos para pastelería y una empresa de postres, deciden crear una alianza, pueden realizar la promoción de sus productos y servicios en ambas cuentas para aprovechar el potencial total de los seguidores que tienen, y realizar actividades en conjunto como concursos, donde el público de interés pueda participar masivamente y beneficiarse de descuentos o promociones en ambas empresas.

Finalmente, para el desarrollo de todas sus actividades administrativas y operativas se buscó vincular a jóvenes universitarios de carreras afines con diseño, web, creatividad, marketing, audiovisuales, administracion, negocios internacionales, entre otras, que pudieran capacitarse sin ningún costo a través de una academia de formación disponible en la pagina web *www.mundomediators.com*, creada para el desarrollo de sus actividades dentro de la agencia según cada puesto de trabajo. Por tanto, todo el personal de la agencia está en constante capacitación, y los precios son muy competitivos en el mercado ya que se le da la posibilidad a jóvenes de tener su primer empleo recibiendo remuneración monetaria sean practicantes universitarios o no, y a los micro y pequeños empresarios de pagar por servicio muy completo de marketing digital a un precio bajo.

1.3. Misión

Brindar asesoría y acompañamiento a su empresa para fortalecer sus competencias en marketing digital y redes sociales, mejorar las interacciones, y tener una identidad de marca irresistible a tu comunidad.

Al suscribirte a nuestra empresa, estás aportando tu granito de arena en este proyecto social de generar ingresos extras a jóvenes amantes de redes para subsidiar sus procesos académicos y personales, así como crecer profesionalmente.

1.4. Visión

Ser reconocidos como la agencia de marketing digital diseñada específicamente para los emprendedores y microempresarios a nivel nacional e internacional en los países de habla hispana.

1.5. Portafolio De Servicios

Los servicios ofrecidos por la agencia de marketing digital Mundo Mediators se enfocan en apoyar la digitalización de los negocios, aumentando su posicionamiento online, de manera que puedan darse a conocer en el mercado.

1. **Membresía de administración de redes sociales:** Es una suscripción mensual de acompañamiento en Marketing Digital en Instagram y Facebook, diseñada especialmente para los emprendedores y empresarios que desean fortalecer de manera completa su entorno digital y no cuentan con los conocimientos o tiempo suficiente para realizarlo. Para este servicio se le asigna a cada negocio un community manager, un diseñador, y un estratega de contenido. También incluye las siguientes actividades descritas a continuación en la Tabla 1.

Tabla 1.

Descripción de las actividades del proceso de administración de redes sociales de la agencia de marketing digital Mundo Mediators

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN
BRANDING	Se crea la identidad de marca del negocio (si ya tiene logo previamente). Y se hace la elaboración de una plantilla con los usos de la marca en los diferentes colores.
REDES SOCIALES	Se crea (en caso de NO tenerlas) o se re diseñan las redes sociales actuales del negocio como Facebook, Instagram o WhatsApp.
ESTANDARIZACIÓN	Se estandariza la comunicación con mensajes predeterminados para agilizar la comunicación en redes, incluidos los mensajes de redes al WhatsApp Business del negocio o marca personal. La estandarización de estos mensajes facilita el proceso de ventas digital.

PLANEACIÓN	Se realiza una planificación semanal de publicaciones y estrategias según lo conversado con el empresario. Se le da a la empresa acceso exclusivo al panel de negocios en Google Drive, donde se encuentra todos los archivos que se crean. Todo el material está disponible 24 horas 7 días a la semana.
DISEÑAMOS	Se diseña y se publica generalmente 1 post diario (entre 25 y 30 al mes) y 3 historias (entre 3 y 5 al día). Esto con el fin de generar un buen alcance por cada publicación.
REUNIONES	Se agenda una reunión quincenal con la empresa de manera virtual o presencial en la oficina de la agencia para planeación del contenido.
SOPORTE	Se da acompañamiento a la empresa permanente vía WhatsApp con el grupo de apoyo y el community manager encargado, los 30 días a la semana en horario de oficina.
GOOGLE BUSINESS	Se posiciona la empresa en Google Negocios para incrementar la confiabilidad y reputación de tu negocio (opcional).
PAGO ONLINE	Se da la asesoría requerida para aceptar pagos online a través de plataformas como Mercado Pago, Paypal, Nequi, Movii, RappiPay, Daviplata, entre otros. (opcional).
ALIANZAS	Se realizan actividades en las cuales pueden participar todas las empresas, marcas y negocios de la comunidad Mundo Mediators. De esta manera se le da la posibilidad al empresario la posibilidad de generar alianzas estratégicas con otras empresas.
CONFIDENCIALIDAD	Toda la producción realizada será almacenada confidencialmente y 100% propiedad del empresario. Es por eso que está protegida bajo un contrato de confidencialidad.
ANUNCIOS	Se asesora y se gestiona las pautas de anuncios publicitarios en las redes sociales (Facebook o Instagram). Esto se hace desde el administrador de anuncios en Facebook.
BENCHMARK	Se estudian las acciones realizadas por cuentas con intereses similares o de las buenas prácticas aplicadas por la competencia directa o indirecta de la empresa.
REPORTE	Se realiza un informe mensual de la gestión realizada de la membresía, así el empresario podrá evaluar el resultado de la membresía y los objetivos logrados.
ACADEMIA	Se da acceso a los empresarios al blog de capacitaciones de videos pregrabados con diferentes capacitadores para que puedan aprender más sobre el marketing digital, y temas relacionados con el emprendimiento, ventas y comunicación organizacional.

2. **Creación de identidad de marca digital:** Este servicio engloba todo un trabajo de diseño desde la creación del nombre, el diseño o rediseño de un logo y los colores distintivos de una marca, la plantilla de identidad digital para redes sociales, hasta el diseño de catálogos, afiches, camisetas, entre otros. En el área de diseño las actividades y los tiempos de entrega variarán según la dificultad del trabajo a realizar y según el material proporcionado por la empresa.

3. **Diseño de páginas webs y landing pages:** Este servicio se enfoca en hacer una página web o landing page que cumpla la función de dar a conocer detalladamente la empresa y los productos o servicios que ofrece. Igualmente, muchas de las páginas web creadas por la agencia permiten la opción de incluir una tienda virtual para que directamente cualquier persona pueda comprar online. Es decir, que esta herramienta se convierte para el empresario en un canal de ventas que puede enlazar a sus redes sociales, y así mismo a los anuncios publicitarios. Este servicio incluye los siguientes ítems.

Tabla 2.

Descripción de las actividades del proceso de creación de una página web o landing page de la agencia de marketing digital Mundo Mediators

ITEMS	DESCRIPCIÓN
ENCABEZADO	El encabezado se mostrará en todas las páginas. Conlleva el logo y el menú del sitio. Además de los colores representativos de la identidad de marca.
INICIO	Siendo esta la primera imagen que visualiza el visitante, se convierte en la más importante, por tanto tiene material que genere

	interés e impacto. Se encontrará un banner animado de imágenes de alta definición y resolución, que cambiarán por medio de una transición. Seguidamente se publicarán links y entradas a las diferentes páginas internas y externas.
SERVICIOS Y/O PRODUCTOS – TIENDA VIRTUAL	Se especificará cuáles son los productos y servicios ofrecidos detalladamente. Tienda virtual con pasarela de pagos. (Opción Adicional)
NOTICIAS (Opcional)	En conjunto con la página de inicio, aquí habrá un espacio para los eventos, experiencias y noticias destacadas que tengan relación con los asociados, clientes y oportunidades.
NOSOTROS	En este espacio se dará a conocer su sociedad, equipo, su perfil empresarial, sus proyectos, experiencia, garantías e imágenes. Si se dispone, un video empresarial también se incluirá en esta sección.
CONTÁCTENOS	Aquí se proporcionará un formulario para que el usuario pueda enviar un correo electrónico. Estará diseñado de manera que se especifique que tipo de solicitud se desea enviar, ya sea consulta, opinión, u cotización. También estará la información de contacto como la dirección, teléfonos, extensiones, departamentos, y horarios de atención
PIE DE PÁGINA	Dirección, números de contacto, correo electrónico.

Ahora bien, todos los anteriores ítems, están ajustados a un cronograma de trabajo con plazos medibles de tiempo, divididos en etapas, que aseguren que la página web esté lista en un mes. Sin embargo, el cumplimiento de dicho tiempo depende en gran parte de que la empresa contratante envíe la información solicitada a la agencia en los plazos establecidos. La tabla 3 muestra el cronograma de actividades propuesto por la agencia de marketing digital Mundo Mediators para su servicio de creación de páginas webs o landing pages.

Tabla 3.

Cronograma de actividades para el desarrollo de una página web o landing page de la agencia Mundo Mediators

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES		
ETAPA	ACTIVIDAD	TIEMPO

ANÁLISIS	Envío de material a utilizar para el desarrollo del sitio. Esto incluye los textos (redactados y corregidos en medio magnético Word), imágenes (imágenes digitales fotográficas o editadas, de alta definición y resolución según su utilización), y videos (editados y en formato para web MP4, MPG, 3GP, FLV). Revisión de material para su organización y edición.	Del día 0 al 6
DISEÑO	Diseño de propuesta - bosquejo para página inicio, empresa y correo.	Del día 7 al 12
DESARROLLO	Desarrollo de la página web. Envío de bosquejos vía correo electrónico en imagen para su análisis y aprobación. Nota: Si se requieren modificaciones al bosquejo, se realizará una reunión virtual, para determinar las modificaciones.	Del día 13 al 18
IMPLEMENTACIÓN	Desarrollo del SEO. Diseño y programación de páginas faltantes. Lanzamiento del sitio web.	Del día 19 al 24
EVALUACIÓN	Evaluación, Correcciones, Entrega.	Del día 25 al 30

4. **Fotografía de productos y servicios:** Este servicio tiene como objetivo recopilar material fotográfico que le pueda servir a la empresa tanto para su contenido en redes sociales, página web o landing page, como también para la elaboración de catálogos de productos o servicios. Además también es posible que el empresario contrate este servicio para un evento en especial del cual quiera tener memorias. Dentro de las actividades de este servicio está la toma de fotografías, la edición de las fotos, y la entrega del material en alta calidad en una carpeta de Google Drive. Este servicio se divide en los categorías, semi profesional, cuya fotos son tomadas con cámara profesional de fotografía y celulares iphone de última generación por personas no profesionales en

audiovisuales o fotografía, y profesional, que además de los recursos anteriormente mencionados, se dispone de otros elementos como aros de luz, luces adicionales, trípodes, drones, entre otros, que son manejados por profesionales audiovisuales o de fotografía. Este servicio solo está disponible en Bucaramanga y su área metropolitana.

- 5. Asesorías personalizadas:** Este servicio se enfoca en dar solución a temas puntuales que un emprendedor o empresario desee tratar ya sea para mejorar la competitividad de su negocio, aprender o potenciar una habilidad que esté desarrollando. Este servicio se presta por horas, y las sesiones de asesorías se pueden realizar presenciales en Bucaramanga y su área metropolitana o virtuales tanto nacional como internacionalmente. Si por ejemplo, el emprendedor o empresario desea una asesoría en el tema de planeación, será la directora de cuentas quien dará la asesoría, si es en tema de anuncios y pautas publicitarias, será el experto en publicidad. Es decir, la agencia elige al miembro del equipo con más experiencia en el tema para la asesoría.
- 6. Capacitaciones y eventos:** Este servicio está enfocado principalmente para empresas, instituciones públicas o privadas que desean dar capacitación a los miembros de su equipo de trabajo o abiertas al público en temas de marketing digital y emprendimiento. Estas capacitaciones se pueden realizar de manera presencial en Bucaramanga y su área metropolitana, o en cualquier parte del país siempre y cuando el contratante asuma los viáticos del capacitador, o a través de internet según la plataforma de videoconferencia elegida por el contratante.

1.6. Precios De Los Servicios

Los siguientes son los precios de los servicios mencionados anteriormente dado en pesos colombianos (COP), con su equivalente en dólares (USD) y euros (EUR), tomando la TRM del día 01 de diciembre de 2020.

- 1 USD (dólar) = equivale a \$3,591.84. Tres mil quinientos noventa y un pesos con ochenta y cuatro centavos colombianos.
- 1 EUR (euro) = \$4,291.17. Cuatro mil doscientos noventa y un pesos con diecisiete centavos colombianos.

1. **Membresía de administración de redes sociales:** Servicio de pago mensual anticipado: \$300.000.00 COP, \$83.52 USD, € 69.91 EUR

2. **Creación de identidad de marca digital:** Servicios de pago anticipados según el tipo, la dificultad y el número de diseños.

- **Creación de logo:** \$80.000.00 COP, \$22.27 USD, €18.64 EUR
- **Creacion de plantilla de identidad de marca:** \$80.000.00 COP, \$22.27 USD, €18.64 EUR
- **Creación de catálogos:** Desde \$100.000.00 COP, \$27.84 USD, €23.30 EUR
- **Creación de etiquetas:** Desde \$80.000.00 COP, \$22.27 USD, €18.64 EUR
- **Otros diseños no especificados:** Desde \$80.000.00 COP, \$22.27 USD, €18.64 EUR

3. **Diseño de páginas webs y landing pages:** Desde \$700.000.00 COP, \$194.88 USD, €163.12 EUR

4. **Fotografía:** Desde \$100.000.00 COP, \$27.84 USD, €23.30 EUR
5. **Asesorías personalizadas:** Valor por hora \$60.000.00 COP, \$16.70 USD, €13.98 EUR
6. **Capacitaciones y eventos:** De acuerdo a la duración y número de asistentes, cada capacitación o evento de 2 horas, desde \$300.000.00 COP, \$83.52 USD, € 69.91 EUR

1.7. Estructura Organizacional

La estructura organizacional es la manera en cómo se asignan las actividades, funciones y responsabilidades que tiene que cumplir cada miembro del equipo de trabajo en una empresa con el fin de alcanzar los objetivos planeados. (Quiroa, 2020)

Debido a que cada empresa opera de una manera distinta, cada una tiene que acogerse a una estructura organizacional diferente que le ayude a alcanzar sus objetivos y sus metas a corto, mediano y largo plazo. Por lo tanto, toda empresa conforme a la forma de operar debe planificar todo el proceso de sus tareas laborales y definir los puestos y responsabilidades de todas las personas que integran la organización. (Quiroa, 2020)

Generalmente se habla de cuatro tipos de estructura organizacional:

- **Lineal:** Contempla como principio organizador la jerarquía, es decir, la autoridad directa del jefe sobre sus subordinados, ya que sobre él recaen todas las decisiones y todas las responsabilidades. Es una estructura que privilegia la rapidez, la contabilidad clara y sencilla, dado que los cargos están muy bien delimitados en la estructura, atendiendo los empleados a la guiatra de un jefe compartido. Es el

modelo preferido por empresas pequeñas, de baja producción y poco capital humano. (Raffino, 2020)

- **Funcional:** Propone la división de las labores de la organización en unidades hiper especializadas, cada una al mando de un jefe independiente, que coordina su equipo de trabajo y permite la comunicación con los demás equipos. Es una estructura versátil, flexible y muy popular, especialmente para empresas de mayor envergadura y abundante personal. (Raffino, 2020)
- **De Staff:** Un modelo empresarial minimalista, que prefiere depositar en contrataciones externas (outsourcing o tercerización) muchas de las funciones que en otros modelos implicaría la construcción de una unidad de trabajo. Es un modelo flexible y moderno, que sin embargo requiere de una fluidez de capitales que justifique no tener un equipo propio en vez de subcontratar. (Raffino, 2020)
- **Matricial:** La empresa se estructura en base a equipos de trabajo autónomos y desconectados entre sí, cada uno asignado a un proyecto puntual y compuesto por un conjunto diverso de trabajadores al mando de un coordinador que se reporta individualmente a la cabeza de la organización. Es la estructura más dispersa conocida y la que más le conviene a los gigantescos consorcios empresariales transnacionales. (Raffino, 2020)

Para el caso de la agencia de marketing digital Mundo Mediators el tipo de estructura organizacional utilizada actualmente es de tipo lineal debido a que la mayoría de decisiones recaen especialmente sobre el director general de la agencia Cristian Gutierrez. Sin embargo, la empresa busca transformar su estructura a una de tipo funcional donde cada líder de las

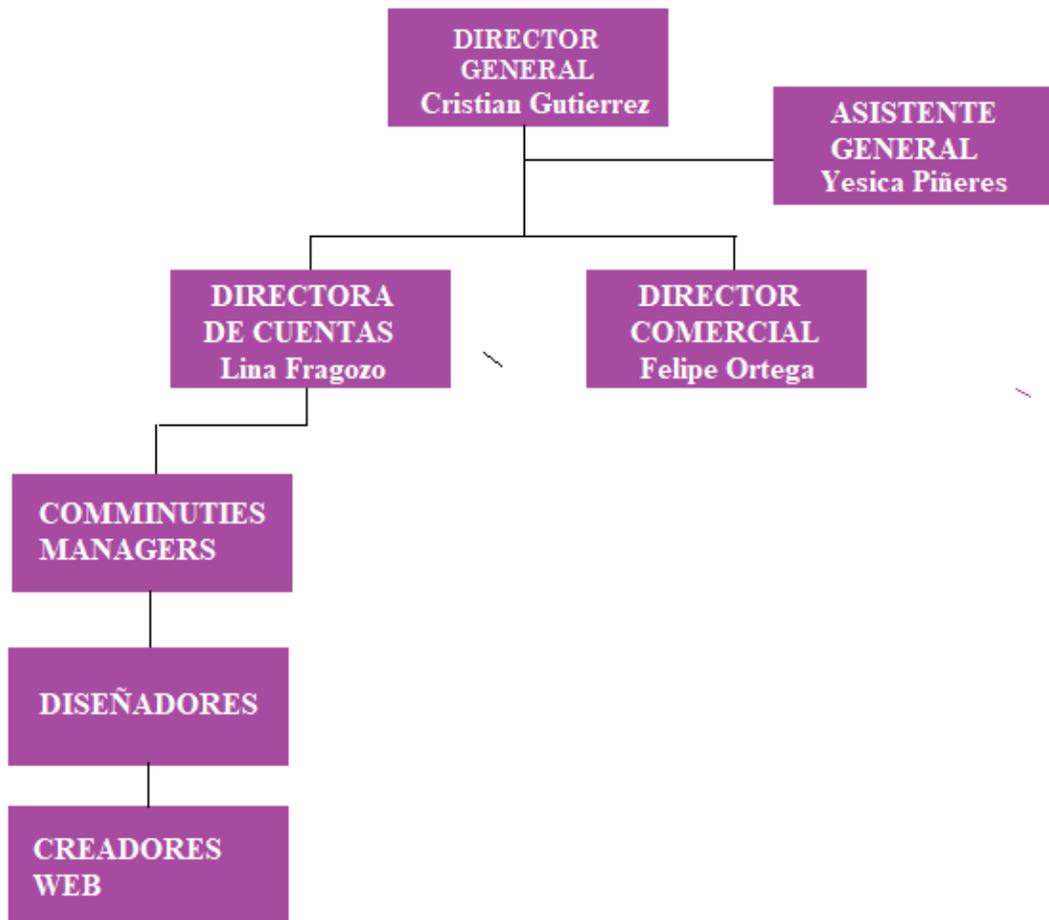
diferentes áreas tenga la autonomía de tomar decisiones sin la necesidad de que sean aprobadas previamente por el director general.

1.7.1. Organigrama

El organigrama es una representación gráfica de la estructura jerárquica y funcional de una organización, permitiendo entenderla rápidamente de manera visual (Orellana, 2020). El organigrama que describe la estructura organizacional de la agencia de marketing Mundo Mediators puede verse en la Figura 4.

Figura 4.

Organigrama de la agencia de marketing digital Mundo Mediators



1.8. FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> Mundo Mediators es una empresa que opera bajo un modelo 	<ul style="list-style-type: none"> Aumento de la demanda del ecommerce en el mundo de más de un

<p>de negocios accesible, sostenible, escalable, social y rentable.</p> <ul style="list-style-type: none">• La empresa ha firmado convenios con la cámara de comercio de Bucaramanga, donde estuvo a cargo de un proyecto para la digitalización de 10 empresas del sector lácteos durante 3 meses. También ha dado capacitaciones para la cámara de comercio de Aguachica.• La empresa cuenta con 5 tipo de servicios enfocados en las necesidades más demandadas de las empresas en marketing digital y comercio electrónico, cuyos precios son relativamente bajos en comparación con sus competidores.	<p>300% en tiempos de pandemia del Sars-Cov 2 o Coronavirus. (Vargas, 2020)</p> <ul style="list-style-type: none">• En la actualidad, la mayoría de empresas constituidas en Colombia y en países hispanohablantes como España son parte de la categoría de pequeñas y medianas empresas denominada PYMES. (CEOE, 2018)• La demanda de profesionales o personas con conocimientos en marketing digital ha aumentado considerablemente en los últimos 3 años por parte de las empresas que buscan digitalizarse. (Michael Page, 2019)• Cada vez son más las empresas que funcionan únicamente bajo un modelo de negocios digital sin la necesidad de puntos físicos, debido a que los costos
---	---

<ul style="list-style-type: none"> • Mundo Mediators tiene más de 20 integrantes en su equipo de trabajo en las diferentes áreas de servicios. • La agencia tiene experiencia en el mercado internacional. Ha vendido sus servicios a países como: España, Chile y Panamá. • La empresa ha sido reconocida como caso de éxito mencionado en la página 66 del libro “Negocios Inmortales” del autor colombiano David Gomez, bestseller del libro “Bueno, bonito y carito” 	<p>y gastos son mucho menores en un modelo de negocios digital que en uno tradicional donde sólo en pago de arriendo y servicios, puede irse gran parte de las utilidades. (Font, 2019)</p> <ul style="list-style-type: none"> • La agencia busca fortalecer y ampliar su portafolio de servicios, crear alianzas con empresas nacionales e internacionales que le permitan darse a conocer en otros lugares, donde haya oportunidades de negocio.
<p>Debilidades</p>	<p>Amenazas</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Alta centralización de su estructura organizacional. Las decisiones pueden demorarse mientras son aprobadas por el director general de la agencia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Debido a la necesidad de las empresas de digitalizarse, más ahora en tiempos de pandemia, se han creado muchas agencias de marketing, por tanto hay una gran oferta en el mercado.

<ul style="list-style-type: none">• Propuestas comerciales para la venta de sus servicios en documentos muy extensos y poco llamativos.• Falta de uso del CRM que posee la agencia para registrar sus prospectos y darle seguimiento a las negociaciones de los diferentes servicios.• Las redes sociales de Mundo Mediators, pese a ser una agencia de marketing enfocada en el tema, han disminuido en cuanto al número de publicaciones e interacciones, esto se debe en gran parte a que se le ha dado prioridad a que los communities managers que están disponibles, sean asignados para las redes sociales de	<ul style="list-style-type: none">• La competencia de la agencia no solo son empresas nacionales sino también internacionales, ya que en su mayoría los servicios ofrecidos por una agencia de marketing digital no necesitan de una presencia física para la prestación de los mismos, ni para el desarrollo de sus actividades.• Como la mayoría de miembros del equipo de trabajo son jóvenes universitarios, practicantes y profesionales recién graduados, hay una alta rotación de personal en la agencia debido a que algunos de ellos pueden recibir mejores ofertas laborales con salarios más altos que los que la agencia les puede ofrecer.
--	--

<p>las empresas contratantes que vayan ingresando.</p> <ul style="list-style-type: none"> • El proceso de ventas actual ha quedado desactualizado, no tiene objetivos claros, y no dispone de precios de los servicios acorde a los mercados internacionales. Por tanto, cuando el cliente es internacional lo único que se hace es convertir el valor de la moneda, sin tener en cuenta que por lo general ese mercado puede tener en promedio precios más elevados. Es decir que en ese caso se estaría desvalorizando los servicios de la agencia. 	<ul style="list-style-type: none"> • La amenaza más notable a lo largo del funcionamiento de la agencia, es cuando el cliente quiere terminar su vinculación contractual con la empresa, pero al mismo tiempo quiere contratar independiente al community manager que le ha venido administrando las redes sociales de su negocio o marca. Esta amenaza suponía para la agencia el riesgo de perder clientes y miembros de su equipo de trabajo, pero se está solucionando mediante una cláusula de exclusividad en el contrato.
--	---

1.8.1. Análisis FODA

A través de la observación del investigador en la diferentes áreas de la empresa, especialmente en el área comercial, y de entrevistas y reuniones con los directivos de la misma y

un análisis documental, se realizó un análisis FODA para determinar los factores que potencian o disminuyen la competitividad de la agencia de marketing Mundo Mediators para el logro de sus objetivos comerciales de expandirse a otros mercados y aumentar su competitividad. Se analizaron los componentes internos y externos, para determinar una visión global de la situación actual de la empresa.

La agencia de marketing digital se ha caracterizado por funcionar bajo un modelo de negocios accesible, sostenible, escalable, social y rentable, dando oportunidades a jóvenes universitarios de tener su primera experiencia laboral, y a empresarios de contratar servicios de marketing digital a un bajo precio. Es por esto que su propuesta de valor es “Conectamos clientes con tu marca a través de medios digitales operados por jóvenes universitarios no graduados, practicantes o recién profesionales que desean aprender de marketing digital y a su vez recibir ingresos extra, mediante la realización de prácticas en la comunidad suscrita”.

Lo anterior ha hecho posible que se afirme que Mundo Mediators es la agencia especialmente diseñada para los emprendedores y microempresarios PYMES que buscan fortalecer su presencia digital. Dentro de las oportunidades más destacadas en el análisis está el alto crecimiento del comercio electrónico a nivel mundial fruto de la pandemia del Sars Cov-2 o Coronavirus, que según datos del diario La República ha crecido en más de un 300% en comparación con el año pasado (Vargas, 2020), lo cual abre una gran posibilidad para que la agencia pueda aprovechar este momento para crear un proceso comercial que le permita tanto nacional como internacionalmente captar esos clientes potenciales que están buscando apoyo en la digitalización de sus negocios.

También es de resaltar que precisamente una de las fortalezas de la empresa en pro de expandir su negocio, es que los precios ofrecidos por los servicios en el mercado nacional son muy competitivos, sin embargo, para el mercado extranjero, son tan bajos que se puede estar desvalorizando los servicios de la agencia, lo que es una debilidad a la hora de incursionar en mercados extranjeros. Por ejemplo, en España, la agencia de marketing digital Avendano Design ofrece el servicio de administración de redes sociales por un valor de mensual de €150 EUR en su plan básico (Avendano Design, 2020), mientras que el precio de la membresía de administración de redes sociales de la agencia de marketing Mundo Mediators por el mismo servicio esta en €23.30 EUR, es decir una diferencia de €127.30 EUR.

En cuanto a la amenazas detectadas cabe destacar la creación de muchas agencias de marketing dado la demanda del mercado por el crecimiento del comercio electrónico, que según el portal especializado en marketing digital American Retail seguirá en aumento. (América retail, 2020)

1.9. Clientes

Actualmente la agencia de marketing digital Mundo Mediators cuenta con clientes nacionales e internacionales en los diferentes servicios, de los cuales 25 son fijos en el servicio de membresía mensual de administración de redes sociales, más los clientes que contratan otros servicios como pagina webs, asesorias, fotografía y capacitaciones. La empresa cuenta con experiencia vendiendo sus servicios a España, Chile y Panamá.

El siguiente es el listado del nombre de las empresas actuales y la categoría a la que pertenecen en el servicio de administración de redes sociales.

Tabla 4.

Listado de empresas clientes de la membresía de administración de redes sociales de la agencia de marketing digital Mundo Mediators

EMPRESAS MEMBRESÍAS		
Nombre de la Compañía	Actividad	Community
Floralia	Floristería	Maria Juliana Fernandez Mora
Clinica Belleza Dental	Odontología	Jessica valentina Ellis Fritz
Dulces Alba	Dulces y Obleas	Maria Juliana Fernandez Mora
Ingeniería Mecatrónica UNAB	Educación	Juan David Gómez Rodriguez
Pastelería LYA	Suministros	Andrea Grecco Pizarro
Regalo Vivo	Ambiente y decoración natural	Erika Zulay Suarez
P&M Cosméticos	Belleza	Paula Díaz
Bellemed	Educación	Erika Zulay Suarez
Zoogenes	Fauna y Ganadería	Juan David Gómez Rodriguez
Sivana	Alimentos	Paula Blanco
Andrea Campos	Calzado	Valentina Bayona
Dulces Celis	Dulces y Obleas	Daniela Solano Muñoz
Colchones y somieres soñemos	Muebles	Maria Camila Quintero
MegaMusic	Entretenimiento y sonido	Andrea Grecco Pizarro
Amazonas	Belleza	Maria Juliana Fernandez Mora

AMC	Salud y cirugía estética	Rafael López Rodelo
Obleas Cupid	Dulces y Obleas	Brayan Ferney Pérez Sanchez
Barber Club Bga	Belleza	Valentina Mendoza
Picnic Ruitoque	Hostal	Jessica Salazar
Medusa	Entretenimiento y sonido	Maria Camila Quintero
Farfalla Accesorios	Accesorios para dama	Paula Blanco
HJ Studio	Studio WebCam	Juan David Gómez Rodriguez
Papin Shoes	Calzado	Jessica valentina Ellis Fritz
Euroestetika	Educación	Valentina Mendoza
QuickFill	Suministros tecnológicos para oficinas	Erika Zulay Suarez

1.10. Competencia Nacional

A continuación, se mencionan algunos competidores directos de la agencia de marketing digital Mundo Mediators en Colombia, comparando sus precios del servicio de administración de redes sociales.

- 1. Agencia de marketing digital Starlabs CO:** Actualmente es la agencia de marketing más reconocida o con mayor reputación en Colombia. Se encuentra ubicada en Montería, tiene más de 60 miembros en su equipo de trabajo y ofrece los servicios de: Diagnóstico de perfil de Instagram, Manejo de redes sociales,

Branding, Desarrollo de e commerce y páginas webs, y asesoramiento en Pauta digital. Tiene más de 39.000 seguidores en Instagram, y dentro de sus clientes destaca la compañía de transporte asiática Didi. El precio su servicio de administración de redes sociales comienzan en su plan emprendedor por valor mensual desde \$550.000.00 COP, hasta su plan premium por valor de \$1.200.000 COP. (StarUpsLab Agencia, 2020)

- 2. Agencia de marketing digital AMD:** Es una de la agencias de marketing digital con mayor trayectoria en el mercado, cuenta con 13 años de experiencia en el mercado. Están ubicados en la capital del país, en la ciudad de Bogotá. Según la página web de la agencia la empresa cuenta con 63 miembros en su equipo de trabajo. AMD ofrece los servicios de: Creación de páginas webs, Manejo de redes sociales, Branding, asesoramiento en pauta en facebook y google, y ventas por Amazon. La empresa tiene casi 6.000 seguidores en redes sociales, y dentro de sus clientes se destaca la compañía de belleza brasileña Natura. El precio de su servicio de administración de redes sociales tiene en su único plan un valor mensual de \$1.400.000 COP. (AMD, 2020)

- 3. Agencia de marketing digital Panda Creativos:** Es una agencia de marketing digital con más de 5 años de experiencia en el mercado, cuenta con sedes en las ciudades de Bogotá, Barranquilla y Medellín. Según su página web son más de 25

personas la cantidad de miembros del equipo de trabajo. Panda Creativos ofrece los siguientes servicios: administración de redes sociales, desarrollo web y creación de vídeos. La empresa tiene 5.500 seguidores en Instagram y dentro de sus clientes se destaca la empresa colombiana Ramo. El precio su servicio de administración de redes sociales comienzan en su plan emprendedor por valor mensual desde \$570.000.00 COP, hasta su plan Panda por valor de \$1.170.000 COP. (Panda creativos, 2020)

1.11. Competencia Internacional

A continuación, se mencionan algunos competidores de la agencia de marketing digital Mundo Mediators en países como: España, Chile y Panamá, comparando el precio de su servicio de administración de redes sociales. Se elige buscar una empresa competidora en cada uno de estos países a solicitud de la directiva de Mundo Mediators.

- 1. Agencia de marketing digital Avendano Design (España):** Es una agencia de marketing digital con más de 10 años de experiencia en el mercado español, se encuentra ubicada en Madrid. Según su página web tienen más de 20 miembros en su equipo de trabajo. Avendano Design ofrece los siguientes servicios: administración de redes sociales, desarrollo web y branding. La empresa tiene 10.000 seguidores en Instagram y dentro de sus clientes se destaca la empresa Latin American Art Journal. El precio de su servicio de administración de redes

sociales comienza en su plan Standard por valor mensual desde €150 EUR, hasta su plan Premium por valor de €280 EUR. (Avendano Design, 2020)

- 2. Agencia de marketing digital D-Marketing (Chile):** Es una agencia de marketing digital con más de 10 años de experiencia en el mercado español, se encuentra ubicada en Santiago de Chile. Según su página web tienen más de 20 miembros en su equipo de trabajo. D- Marketing ofrece los siguientes servicios: Email Marketing, Posicionamiento Digital, Administración de redes sociales, vídeos digitales, creación de sitios web y asesorías en marketing, La empresa tiene casi 2.000 seguidores en Instagram y dentro de sus clientes se destaca la Universidad Mayor de Chile. El precio de su servicio de administración de redes sociales comienza en su plan básico en \$210.000 CLP (pesos chilenos) equivalente a \$268.96 USD (dólares americanos) hasta su plan premium de \$500.000 CLP equivalentes a \$672.40 USD. (D-Marketing Chile, 2020)

- 3. Agencia de marketing digital Asdeideas (Panamá):** Es una agencia de marketing digital panameña con más de 5 años de experiencia en el mercado, se encuentra ubicada en Ciudad de Panamá. Según su página web tienen más de 15 miembros en su equipo de trabajo. Asdeideas ofrece los siguientes servicios: Diseño web, Diseño gráfico y branding, Email Marketing y Administración de redes sociales. La empresa tiene casi 3.000 seguidores en

Instagram y dentro de sus clientes se destaca BPR Bank. El precio de su servicio de administración de redes sociales comienza en su plan básico en \$99 USD (dólares americanos) hasta su plan premium de \$300 USD. (Asdeideas Panamá, 2020)

2. Proceso Actual De Ventas De La Agencia De Marketing Mundo Mediators

2.1. Descripción Del Proceso De Ventas

El proceso de venta es una sucesión de pasos y actividades que una empresa, este caso la agencia de marketing digital Mundo Mediators realiza desde el momento en que intenta captar la atención de un potencial cliente, al que se le llama prospecto o lead, hasta que la negociación termine, es decir, hasta que se concrete una venta de un servicio. (Valdés, 2019)

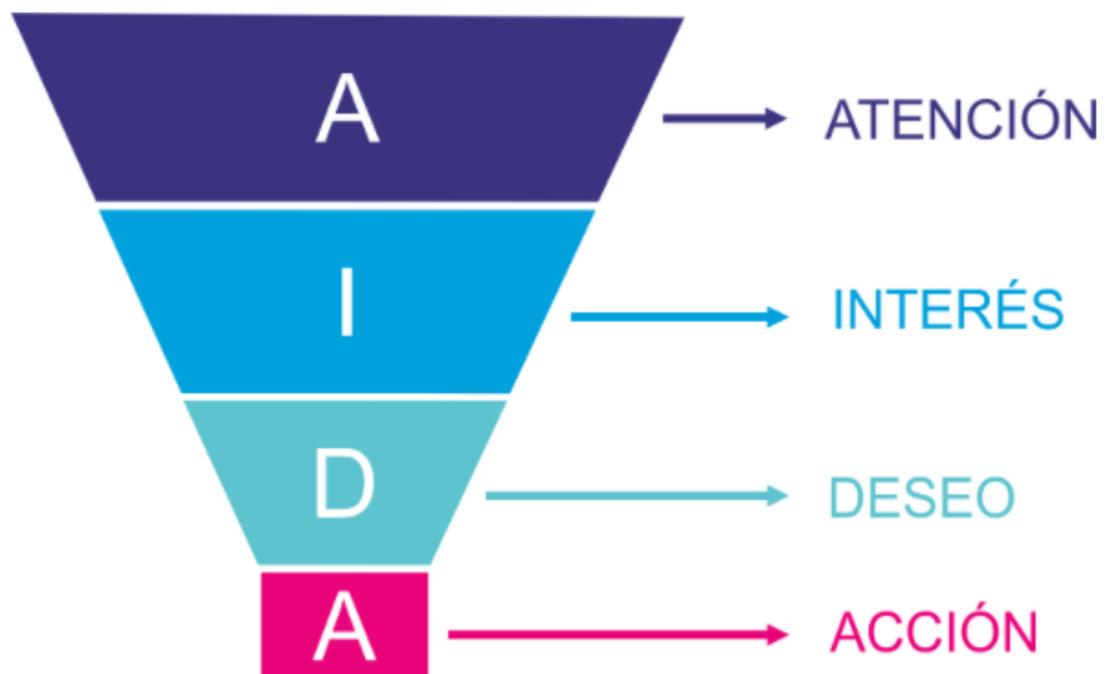
Este proceso, cuando se representa gráficamente, tiene forma de embudo, y al tiempo que se va avanzando, no todos los prospectos o leads se convierten en compradores reales, algunos de ellos solo buscan una cotización, y otros pueden elegir una empresa de la competencia ya sea por un menor precio o por otros motivos. Existen muchos esquemas para explicar las fases del proceso de venta, pero uno de los más clásicos es el conocido como modelo AIDA que significa: Atracción, Interés, Deseo y Acción. (Valdés, 2019)

El modelo AIDA es un clásico en el mundo del marketing y las ventas. Fue creado por Elias St. Elmo Lewis en 1898 y a día de hoy todavía sigue vigente. Este método describe las fases que sigue un cliente en el proceso de decisión de compra. St Elmo Lewis fue un publicista estadounidense: escribió y habló abiertamente sobre el potencial de la publicidad para educar al

público y generar ventas, fue incluido en el Salón de la Fama de la Publicidad a título póstumo, en 1951. (Espinosa, 2018)

Figura 5.

Representación gráfica modelo AIDA



Nota. Tomado de *¿Qué es el modelo AIDA en Marketing?*, por Roberto Espinosa, 2018, (<https://robertoespinosa.es/2017/04/11/modelo-aida-marketing-metodo>).

2.2. Fases Del Proceso De Ventas Actual AIDA

Actualmente la agencia de marketing Mundo Mediators basa su proceso de ventas en el modelo AIDA. A continuación, se explica cada una de sus fases.

1. **Atención:** Esta es la primera fase por la que pasa un prospecto o lead. En esta fase es indispensable que el asesor comercial o vendedor se ocupe de conseguir que una persona capte la atención de la empresa y sus servicios o productos. Para conseguirlo lo mejor es crear campañas de publicidad y de marketing. Igualmente es importante recalcar en los beneficios del servicio o producto, y sus diferenciales frente a los de la competencia. En un mundo tan saturado de publicidad de productos en internet, debido al auge del ecommerce es un reto muy importante destacar para llamar la atención y así iniciar un proceso de venta. (Peiró, 2020)
2. **Interés:** Una vez se ha despertado el interés, lo más importante es no dejar escapar a un cliente potencial. Es decir, en esta fase lo primordial es saber cómo mantenerlo con interés en el servicio o producto. Se pueden llevar diferentes técnicas como: una presentación sencilla, atractiva y fácil de leer, una atención personalizada explicándole al detalle los aspectos del producto, sus beneficios, un diseño cómodo y accesible en el sitio web de la empresa para que pueda conocer toda la información al detalle de la empresa, lo que ofrece, su historia, y hasta sus clientes actuales y testimonios. (Peiró, 2020)
3. **Deseo:** Ahora, ya con la atención y el interés, se debe despertar el deseo de compra de un prospecto o lead. La información que se le ha mostrado, junto con las técnicas anteriormente mencionadas, suelen tener resultados en esta fase. Sin embargo, es importante insistir en los beneficios que conseguirá ese cliente potencial con el servicio o producto. (Peiró, 2020)
4. **Acción:** Si el resultado de las fases anteriores ha dado fruto, el prospecto o lead realizará una compra que es el objetivo, llegar a la fase de conversión que sería esta última etapa

del proceso en el cual lo más importante es cerrar una venta en el menor tiempo posible.

(Peiró, 2020)

Adicionalmente se puede añadir una quinta fase una vez el cliente haya concretado una venta.

5. **Posventa:** Una vez hecho la compra. Hay que saber cómo se siente el cliente, valorar su opinión, además de ofrecerte otros servicios mediante técnicas como el cross marketing, o venta cruzada. (Peiró, 2020)

2.2.1. Fases Del Proceso De Ventas Actual AIDA De La Agencia De Marketing Mundo

Mediators

Una vez explicadas cada una de las fases del proceso de ventas AIDA, se mostrará su aplicación en el proceso de ventas actual de la agencia de marketing Mundo Mediators.

1. **Atención:** Actualmente Mundo Mediators llama la atención por 3 aspectos principales que logran captar clientes. El primero de ellos es el reconocimiento del director general Crisitan Gutierrez. Cristian tiene una amplia experiencia como asesor empresarial, docente universitario y empresario, dado que muchas personas lo conocen usualmente le piden recomendaciones sobre cómo crecer sus negocios, o sobre una empresa que les pueda ayudar a posicionarse digitalmente. El segundo aspecto es el trabajo que se hace mediante el contenido en redes sociales y página web, la agencia cuenta con un espacio llamado “la academia” donde cada jueves a las 8:00 pm hay un invitado especial tratando un tema de interés para los emprendedores o empresarios en temas relacionados al

marketing digital. El tercer y último aspecto es la recomendación de los mismos clientes actuales que debido a su satisfacción con el servicio recomiendan a la agencia a sus amigos o conocidos, siendo también una buena fuente de captación de clientes potenciales. Todos los aspectos anteriormente mencionados se enfocan en el mercado nacional, aunque la agencia ha logrado tener clientes internacionales.

2. **Interés:** Conseguida la atención del prospecto o lead interesado en algún servicio de la agencia de marketing digital Mundo Mediators, se envía una propuesta comercial en formato PDF, esta propuesta suele tener más de 15 páginas, y no es tan llamativa como se espera, en consecuencia muchos clientes potenciales terminan preguntando temas descritos en documento. Una vez el cliente recibe la propuesta y la revisa, se programa una llamada, una videoconferencia o una visita (si se encuentra en Bucaramanga y su área metropolitana) para explicarle detalladamente las características del servicio, en esta conversación es donde gracias a la labor comercial del asesor y su capacidad de persuasión se ha logrado aumentar el interés en adquirir los servicios, pues se da una atención personalizada según las necesidades o deseos del cliente y se le muestra con ejemplos prácticos como otras empresas que son clientes de la agencia han podido alcanzar sus objetivos similares a través del servicio prestado.
3. **Deseo:** En la misma conversación entre el asesor y el cliente potencial, una vez mostradas todas las características del servicio, se mencionan beneficios adicionales de adquirirlo como lo son: contar con una plataforma de capacitación disponible en la página web de la agencia www.mundomediators.com, contar con un equipo de trabajo a su disposición y no solo una persona, es decir, siempre se le recuerda a los clientes

potenciales que con Mundo Mediators, no contratan a un community manager, a un diseñador, a un creador de página web, sino a todo un equipo administrativo, comercial y operativo que los apoyara en su crecimiento digital.

4. **Acción:** Si todo ha salido como es de esperarse, y el cliente potencial quiere realizar una compra, adicionalmente a todo lo mencionado se utiliza una técnica de cierre como por ejemplo ofrecer una asesoría gratuita para configurar WhatsApp Business. Una vez el cliente se ha decidido, inmediatamente se le solicita al equipo administrativo de la agencia hacer la cuenta de cobro o factura, y se le envía al cliente. En caso de ser un cliente internacional se convierte el precio del servicio a su moneda local, la agencia no cuenta con precios internacionales. También, se crea un grupo de WhatsApp con los integrantes del equipo de trabajo que tendrá a su disposición, esto a pesar de que el cliente no haya efectuado el pago aun, aumenta el compromiso del cliente por respetar su compra y evita que se arrepienta a última hora.
5. **Postventa:** Una vez el cliente ha realizado la compra, actualmente no se hace el seguimiento que debería hacerse por el área comercial para garantizar una experiencia agradable y una satisfacción del servicio recibido.

2.2.1.1. Representación Gráfica Del Proceso De Ventas Actual

Figura 6.

Actividades claves en cada fase del proceso AIDA actual de la agencia de marketing digital

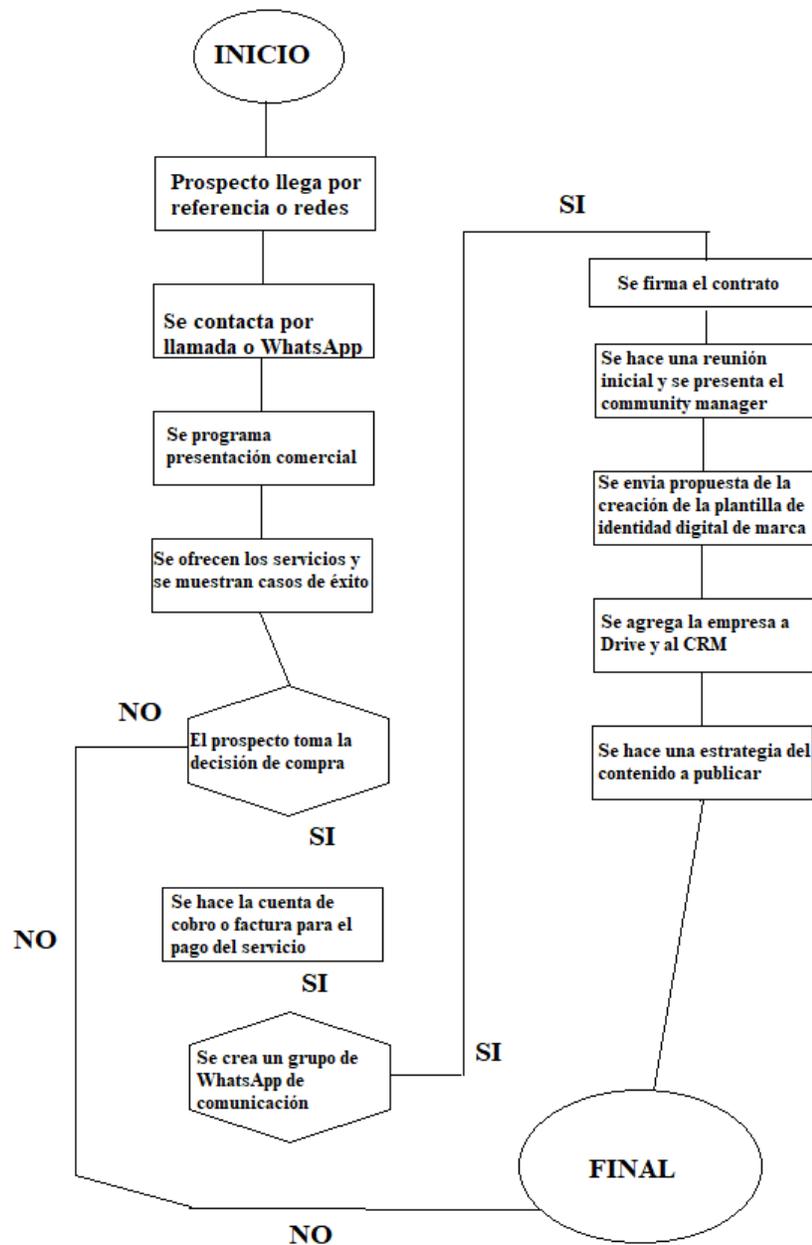
Mundo Mediators



2.2.1.2. Flujograma Del Proceso Actual

Figura 7.

Diagrama de actividades paso a paso del proceso de ventas actual de la agencia de marketing digital Mundo Mediators



2.3. Matriz POPS

Para determinar la situación actual del proceso de ventas de la empresa se hace un análisis mediante la matriz POPS. Esta herramienta propuesta por Cesar Guerrero, actual director del centro de investigaciones de la Universidad Autónoma de Bucaramanga, y ex director del centro de creatividad, innovación y emprendimiento UNAB Creative de la misma universidad.

POPS permite mejorar la competitividad de organizaciones a través de un proceso de cuatro pasos orientado a identificar los aspectos positivos y oportunidades y también aquellos aspectos que contribuyen a mejorarla: preocupaciones y maneras de superarlas. El significado de POPS es: P: Positivos, O: Oportunidad, P: Cuestiones, S: Superación de las preocupaciones. (Centro de Investigación en Ingeniería y Organizaciones, s.f.)

Positivos	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • El proceso de ventas actual ha logrado concretar clientes nacionales e internacionales. • La capacidad de persuasión del equipo comercial ha logrado convertir más del 80% de clientes potenciales que han aceptado una reunión por llamada, 	<ul style="list-style-type: none"> • Se pueden aumentar los canales de atracción enfocándose en publicidad digital, contenidos de valor, y eventos y capacitaciones gratuitas dirigidas a emprendedores y empresarios sin importar si se encuentran fuera del país.

<p>videoconferencias o una visita presencial.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se usan técnicas de cierre que tienen buena efectividad. • Los clientes suelen estar satisfechos de los servicios recibidos y recomiendan amigos, socios o conocidos para trabajar con la agencia. • Dado el modelo de negocio de Mundo Mediators, los precios son muy competitivos en el mercado, y tienden a ser más bajos que los de su competencia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Determinar los precios de los servicios para los mercados internacionales para que sean competitivos y valorados. • Se necesita hacer un acercamiento con empresas internacionales que puedan ser aliados comerciales de la agencia de marketing Mundo Mediators, y servir como intermediarios o representantes comerciales en el exterior. A ellos se les dará una comisión por venta o un precio especial para su reventa. Esto ampliará el crecimiento del equipo comercial.
<p>Preocupaciones</p>	<p>Soluciones</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Se depende mucho de los referidos o clientes potenciales que llegan gracias al director de la agencia. No hay un presupuesto semanal o 	<ul style="list-style-type: none"> • Determinar un presupuesto semanal para la publicidad en redes sociales destinada a la promoción de los servicios de la agencia de marketing

<p>mensual destinado para pauta en redes sociales para la promoción de los servicios, ni para Colombia ni para otros países.</p> <ul style="list-style-type: none">• Pese a que la agencia cuenta con un CRM esta herramienta no es utilizada para la labor comercial. Es decir, no hay un seguimiento de los prospectos, ni de la satisfacción de los clientes una vez adquirido el servicio.• El documento que se presenta al cliente como propuesta comercial es bastante largo y poco llamativo.• Todos los precios de los servicios están dados en pesos colombianos. No hay precios para el mercado internacional ni en dólares ni en euros, lo que hace que el servicio sea desvalorizado en otros países cuyo precio promedio es más alto.	<p>tanto a nivel nacional como internacional.</p> <ul style="list-style-type: none">• Utilizar el CRM de la empresa para hacer un seguimiento riguroso a los clientes potenciales, y hacer un seguimiento mediante esta herramienta de satisfacción en caso de adquirir el servicio.• Nivelar los precios de los diferentes servicios al mercado latinoamericano y europeo de habla hispana con respecto a la media del mercado. Es decir que ya no se hará el cambio de moneda para decir el precio de los servicios conforme al valor ofrecido para Colombia.• Crear una propuesta comercial llamativa para el mercado nacional e internacional con precios acordes al peso colombiano para el caso de Colombia, o al dólar para los
--	--

<ul style="list-style-type: none"> • La página web de la agencia y las redes sociales, carecen de información de servicios orientada a los mercados internacionales. No se menciona por ninguna parte que Mundo Mediators tiene la capacidad de prestar algunos de sus servicios en el exterior. 	<p>diferentes mercados. Para España también se hará una propuesta con los precios en euros.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hacer reuniones quincenales con la directiva de la agencia para evaluar el proceso, determinar mejoras y corregir errores. • Internacionalizar la información que aparece en la página web de la agencia.
---	--

2.3.1 Analisis POPS

En el proceso de ventas de la agencia de marketing digital Mundo Mediators se identificó que uno de los aspectos positivos mas importantes es el porcentaje del 80% de efectividad en la conversion de prospectos a clientes que hayan llegado hasta la fase de presentación de la propuesta comercial por llamada telefonica o videoconferencia, algo que demuestra la capacidad de persuacion y las habilidades comerciales del departamento comercial. Como consecuencia de lo anterior se ha logrado captar clientes nacionales internacionales, que han tenido una buena satisfaccion de los servicios contratados y que han recomendado a la agencia a sus aliados, amigos o socios.

En cuanto a las oportunidades identificadas en este análisis, cabe resaltar la promoción de los servicios de la agencia mediante las pautas publicitarias pagas en redes sociales como Instagram y Facebook, por tanto en este punto es indispensable la creación de un presupuesto semanal o quincenal que se destine únicamente al pago de publicidad. Igualmente está la posibilidad de crear alianzas comerciales con empresas de otros países que puedan revender los servicios de la agencia o comisionar por ventas, algo que incrementaría la fuerza de venta internacional, para esto lógicamente es necesario aplicar técnicas de negociaciones internacionales tomando en cuenta la cultura, sistema económico, y forma de hacer negocios de cada país con el cual se pueda establecer dichas alianzas. Aquí también es importante destacar que cobrar en dólares o euros los servicios de la agencia es una oportunidad para mejorar los ingresos de la compañía.

Por otra parte, en las preocupaciones encontradas está la dependencia de los referidos de clientes potenciales que provienen del director de la agencia Cristian Gutierrez, quien debido a su trayectoria profesional y de emprendimiento conoce muchos emprendedores y microempresarios interesados en digitalizar sus negocios. También, la poca utilización del CRM que es la herramienta que se tiene para hacer un seguimiento a cada cliente potencial durante cada fase del proceso de ventas, y las propuestas comerciales poco llamativas que muchas veces no logran captar la atención del empresario.

Dado lo anterior, las soluciones propuestas en esta matriz comienzan por determinar un presupuesto semanal para la publicidad en redes sociales destinada a la promoción de los servicios de la agencia de marketing, siguiendo por hacer un uso de la herramienta del CRM que permita en tiempo real hacerle un seguimiento personalizado a cada cliente potencial en su

proceso de venta para así aumentar la efectividad del mismo Y crear una propuesta comercial llamativa para tanto para el mercado nacional como para el internacional con los precios expuesto en este documento.

2.4. Principales Motivos Por Los Que La Agencia De Marketing Mundo Mediators Quiere Crear Un Nuevo Proceso De Ventas Online Para La Adquisición De Clientes Internacionales

Conforme con la visión de la agencia de marketing Mundo Mediators los principales motivos y expectativas por las que se busca crear un nuevo proceso de ventas son las siguientes:

1. **Automatizar el proceso:** La automatización del proceso de ventas, especialmente en los casos en que el ciclo de compra por parte del cliente potencial es largo, permite optimizar el trabajo tanto del director comercial como del equipo de ventas, agilizando todas actividades, y determinando puntos fuertes y débiles que mejoren su resultado. Para este punto es importante la utilización constante de CRM que tiene la agencia a su disposición.
2. **Independizar la atracción:** Básicamente no depender de los clientes potenciales que lleguen referidos ya sea por contactos del director general de la agencia, o de los mismos clientes. En este caso la agencia va a presupuestar un presupuesto de publicidad digital tanto para el mercado nacional como internacional. Así mismo, se busca fortalecer las redes sociales de Mundo Mediators con contenido de valor que puedan generar leads.

3. **Aumentar su eficacia de cierre:** Con un proceso de ventas automatizado e independiente, se logra complementar y evolucionar el proceso de ventas actual, teniendo así la oportunidad de generar más estrategias y técnicas de cierre que logren aumentar la probabilidad de adquisición de los servicios.
4. **Incursionar en nuevos mercados:** Dado que el marketing digital es una actividad que no tiene fronteras, y en la que su desarrollo no depende de presencia física, la agencia quiere comenzar a promocionar sus servicios en otros países, con precios dados en dólares y euros, que sean competitivos y estén acordes a la media de los mercados. Principalmente la agencia tiene como objetivo comenzar incursionando en países donde ya ha tenido clientes como lo son: España, Chile y Panamá, centrándose inicialmente en el mercado español.
5. **Extender su portafolio de productos:** La competitividad en otros países, es un motivo para que Mundo Mediators desarrolle otros servicios con alta demanda en el marketing digital como lo son: Posicionamiento SEO, edición de material audiovisual, asesoramiento en pauta publicitaria tanto en facebook como en Google, y creación de cursos y capacitaciones que puedan ser compradas y vistas en cualquier parte del mundo, teniendo así más unidades de negocio que generan nuevos ingresos.
6. **Mejorar sus ingresos:** Al expandirse en otros mercados no solo traerá como beneficios aumentar los ingresos de la agencia de marketing digital Mundo Mediators, sino que también mejorar las utilidades, especialmente cuando estos servicios sean pagados en dólares o en euros.

7. **Aumentar su personal de trabajo y mejorar su remuneración:** Dado que la mayoría de miembros del equipo de trabajo de Mundo Mediatros son jóvenes universitarios o profesionales recién graduados, al tener nuevos clientes, se necesitará mas personal y se apoyara así a disminuir el desempleo en la región, dar oportunidades de trabajo con capacitación constante a profesionales recién graduados, y mejorar el salario de todo el personal.

3. Diseño De Un Nuevo Proceso De Ventas

3.1. Objetivo Del Nuevo Proceso De Ventas

El principal objetivo de la creación del nuevo proceso de ventas, es mejorar la eficiencia del área comercial y optimizar al máximo el trabajo del equipo de ventas, para lograr posicionar a la empresa como un agencia de marketing digital internacional con más captación de clientes tanto en Colombia como en otros países.

3.2. Definición de los precios internacionales

Los precios internacionales de los servicios de la agencia de marketing digital Mundo Mediators, estarán dados en dos monedas principales.

1. **Dólar (USD):** La principal importancia del dólar radica en su uso como una moneda global y, en consecuencia, por sus implicancias en todos los mercados financieros del mundo. El 61% de las reservas de los bancos centrales se encuentran en dólares y se utiliza para más del 60% del comercio mundial. (Marrero, 2019)

2. Euro (EUR): Es la segunda moneda más importante en el sistema monetario internacional. Es la moneda de 19 países de la Unión Europea, utilizada por más de 340 millones de ciudadanos. Su utilización en los pagos mundiales en el comercio internacional fue de un 36% en 2017. (Comisión Europea, 2019)

Para determinar el valor internacional de los servicios de la agencia de marketing digital Mundo Mediators, se tomó como referencia una investigación realizada por la agencia de Marketing Internacional Convierte Más en el año 2018, una de las mejores agencias de marketing digital de habla hispana, con más de 145.000 seguidores en Instagram, y especializada en conversiones en medios digitales. Esta investigación tomó como referencia a más de 3.000 profesionales de áreas del marketing digital de diferentes países para promediar el valor que cobran por sus servicios. (Convierte Más, 2018)

Cabe resaltar en este punto que el investigador se basó en el estudio realizado por la agencia Convierte Más, y no desde un estudio propio, por tanto no se tuvo acceso a la plantilla en la cual se aplicó la encuesta a los participantes.

Dentro de las diferentes preguntas que se le hizo a los encuestados, una se refería directamente al valor que cobran por los servicios de administración de redes sociales o community manager, en la que más de 40% de los encuestados eligieron la opción de menos de 500.00 dólares al mes (USD). (Convierte Más, 2018)

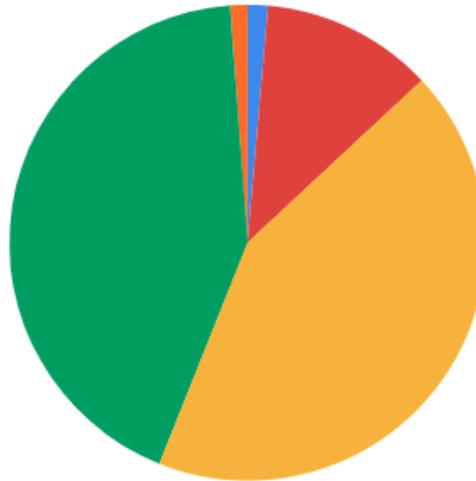
Figura 8.

Resultado de la pregunta sobre el valor promedio que cobran los communities managers

encuestados por la creacion y administracion de las redes sociales de una empresa durante un mes.

¿Cuánto cobrarías como Community Manager por la creación de un plan de marketing o de redes sociales?

- Entre 3000 y 5000\$
- Entre 1000 y 2000\$
- Entre 500 y 1000\$
- Menos de 500\$
- Otro



Nota. Tomado de Resultados: ¿Cuánto ganan Community Managers y Consultores de Marketing, por Convierte Más, 2018, (<https://conviertemas.com/encuesta-cuanto-ganan-community-managers-y-consultores-de-marketing>).

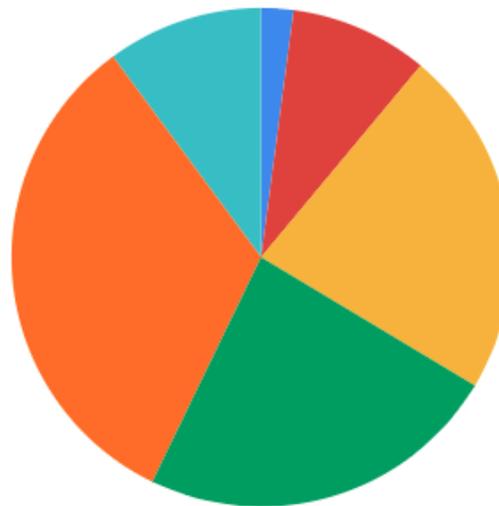
Por otra parte, a las preguntas sobre cuánto ganan por gestionar una marca digital, es decir los servicios de Branding y diseño, la mayoría de encuestados respondieron que entre \$100.00 USD y \$300.00 USD al mes, y sobre cuánto ganan aproximadamente por otros servicios del marketing digital, la mayoría de los encuestados también respondieron que menos de \$500.00 USD.

Figura 9.

Resultado de la pregunta sobre el valor promedio que cobran los diseñadores encuestados por la gestión de una marca en internet

¿Cuánto cobrarías al mes por gestionar la presencia online de una marca?

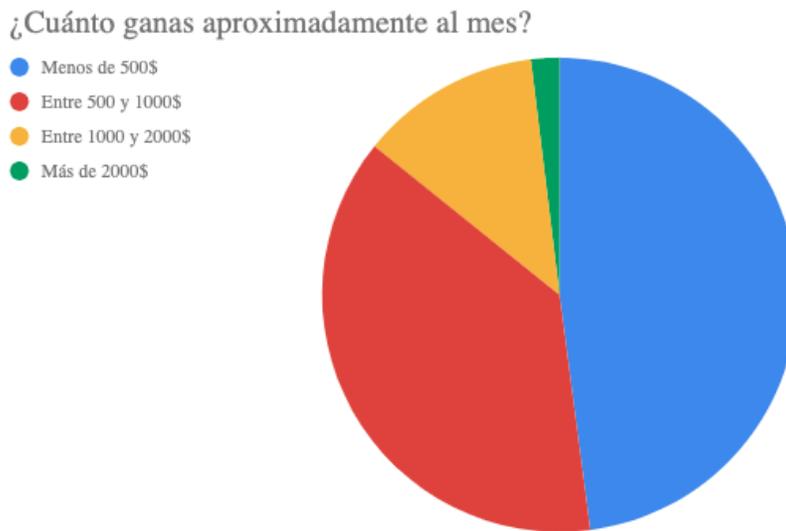
- Más de 2000 \$/mes
- Entre 1000 y 2000 \$/mes
- Entre 500 y 1000 \$/mes
- Entre 300 y 500 \$/mes
- Entre 100 y 300 \$/mes
- Menos de 100 \$/mes



Nota. Tomado de Resultados: ¿Cuánto ganan Community Managers y Consultores de Marketing, por Convierte Más, 2018, (<https://conviertemas.com/encuesta-cuanto-ganan-community-managers-y-consultores-de-marketing>).

Figura 10.

Resultado de la pregunta sobre la ganancia promedio de los trabajadores durante un mes por diferentes trabajos relacionados al marketing digital



Nota. Tomado de Resultados: ¿Cuánto ganan Community Managers y Consultores de Marketing, por Convierte Más, 2018, (<https://conviertemas.com/encuesta-cuanto-ganan-community-managers-y-consultores-de-marketing>).

Tomando en cuenta los resultados de la investigación hecha por la agencia Convierte Más, liderada por Vilma Nunez, Doctora en Publicidad y Relaciones Públicas (Ph.D Cum Laude), Licenciada en Publicidad (Magna Cum Laude), Master en Publicidad y un Master en Negocios (MBA) (Conviertete Más, 2020), el análisis de los precios de tres agencias de marketing digital en España, Chile y Panamá, mencionado en el punto de competencia internacional del presente trabajo, y la perspectiva de la directiva de la agencia de marketing

internacional luego de un estudio de tipo confidencial interno para ser competitivos en otros países, se determinaron los precios de sus servicios al mercado internacional.

3.3. Precios De Los Servicios

Los siguientes son los precios de los servicios determinados para el mercado internacional dado en dólares (USD) y en euros (EUR). Estos precios no incluyen impuestos, estos deben ser asumidos por el cliente según la regulación de su país.

1. **Membresía de administración de redes sociales:** Servicio de pago mensual anticipado: \$200 USD, € 160 EUR
2. **Creación de identidad de marca digital:** Servicios de pago anticipados según el tipo, la dificultad y el número de diseños.
 - **Creación de logo:** \$100 USD, € 80 EUR
 - **Creacion de plantilla de identidad de marca:** \$100 USD, € 80 EUR
 - **Creación de catálogos:** Desde \$100 USD, € 80 EUR
 - **Creación de etiquetas:** Desde \$80 USD, € 70 EUR
 - **Otros diseños no especificados:** Desde \$80 USD, € 70 EUR
3. **Diseño de páginas webs y landing pages:** Desde \$400 USD, € 330 EUR
4. **Fotografía:** No disponible para el mercado internacional.
5. **Asesorías personalizadas:** Valor por hora \$70 USD, € 60 EUR
6. **Capacitaciones y eventos:** De acuerdo a la duración y número de asistentes, cada capacitación o evento de 2 horas, desde \$100 USD, € 80 EUR

3.4. Indicadores De Medición (KPI'S)

Los indicadores que se utilizan para medir los resultados del nuevo proceso de ventas son:

- Número de prospecto o leads registrados en el CRM especificando por qué medio llegaron: anuncios en redes sociales, google, página web, referidos, etc.
- Número de incremento de seguidores y visitas en la página web de la agencia
- Número de clientes que adquieran un servicio en el mercado nacional
- Número de clientes que adquieran un servicio en el mercado internacional
- Porcentaje de incremento en adquisición de servicios una vez realizada la presentación por cualquiera de los medios
- Para el caso de la membresía de redes sociales, el servicio de mayor importancia de la agencia, número de renovaciones mensuales.

3.5. Fases Aplicadas Del Nuevo Proceso De Ventas AIDA

1. **Atención.** Lo primero que se hará para estar por encima de la competencia, es llamar la atención de los clientes potenciales. Para darse a conocer la agencia empezará a pagar publicidad en redes sociales, más específicamente en Instagram y Facebook, además de también publicidad de Google. Sin embargo, para evitar que el consumidor elimine la publicidad que solo se centra en promocionar los servicios, esta se centrará en llamar la atención del prospecto de una manera distinta al resto, ofreciendo soluciones, contenido de valor e invitaciones a capacitaciones sobre marketing digital y emprendimiento gratuitas. De esta forma se busca en primera instancia que conozcan la agencia, y luego

puedan ver que servicios les pueden ayudar al crecimiento digital de sus negocios. Esta fase tiene como objetivo generar interacción con los clientes potenciales y recopilar información sobre los mismos.

2. **Interés.** Una vez se haya llamado la atención de los clientes, el siguiente paso es aumentar el interés cuando alguien haya preguntado por un servicio, es enviando una propuesta sencilla y llamativa con toda la información del servicio, además si el cliente es internacional esta propuesta tendrá los valores en dólares y euros. Otra manera de hacerlo es, por ejemplo, ofrecer ofertas exclusivas de los servicios solo para los seguidores de la agencia en redes sociales, o para los clientes de determinado país, o que hayan participado en una capacitación o evento gratuito de la agencia. También se busca concretar una llamada o videoconferencia donde se muestran detalladamente las características del servicio, en esta conversación personalizada busca persuadir al cliente, mostrándole también casos de éxito de empresas nacionales e internacionales clientes de la agencia.
3. **Deseo.** El interés ya está conseguido. Ahora es el momento de provocar el deseo de compra del servicio, y para conseguirlo se mencionan beneficios adicionales como: contar con una plataforma de capacitación disponible en la página web de la agencia www.mundomediators.com , contar con un equipo de trabajo a su disposición y no solo una persona, es decir, siempre se le recuerda a los clientes potenciales que con Mundo Mediators, no contratan a un community manager, a un diseñador, a un creador de página web, sino a todo un equipo administrativo, comercial y operativo que los apoyara en su crecimiento digital.

4. **Acción.** El último paso y el más difícil de conseguir. Llegado este punto el cliente está decidido a realizar la adquisición del servicio por lo que para cerrar con éxito el proceso, se debe facilitarle el acceso a la compra, es decir, que la agencia de marketing digital Mundo Mediators tendrá para este punto una pasarela de pagos internacional como Paypal o Mercado que permita la recaudación del dinero. Además, se utilizarán técnicas de cierre como por ejemplo ofrecer una asesoría gratuita para configurar WhatsApp Business. Una vez el cliente se ha decidido, inmediatamente se le solicita al equipo administrativo de la agencia hacer la cuenta de cobro o factura según los precios y la moneda para el mercado nacional o internacional, y se le envía al cliente. También, se crea un grupo de WhatsApp con los integrantes del equipo de trabajo que tendrá a su disposición, esto a pesar de que el cliente no haya efectuado el pago aun, aumenta el compromiso del cliente por respetar su compra y evita que se arrepienta a última hora.
5. **Postventa:** Para garantizar la satisfacción del cliente con el servicio adquirido se hace un seguimiento a través de mensajes, llamadas o correos electrónicos, que serán referenciados en el CRM para realizar un seguimiento constante. Además en esta fase de post venta se busca también invitar al cliente a eventos de capacitación gratuita para que complemente su conocimiento en marketing digital y emprendimiento. Por último, si existe la posibilidad de intentar hacer una venta cruzada de un servicio complementario que pueda aportar en el crecimiento de su negocio.

3.5.1. Representación Gráfica Del Proceso Del Nuevo Proceso De Ventas

Figura 11.

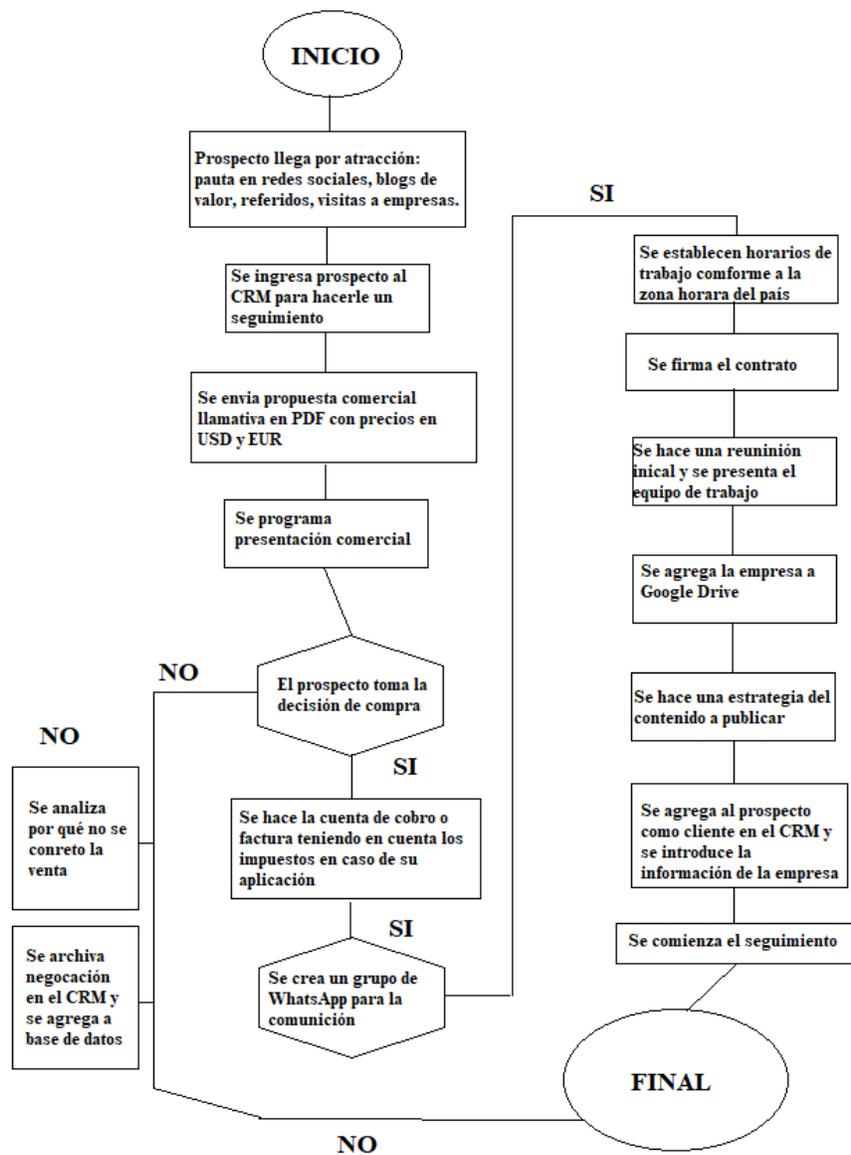
Actividades claves en cada fase del nuevo proceso de ventas AIDA de la agencia de marketing digital Mundo Mediators



3.5.2. *Flujograma Del Nuevo Proceso De Ventas*

Figura 12.

Diagrama de actividades paso a paso del proceso del nuevo proceso de ventas de la agencia de marketing digital Mundo Mediators



4. Estrategias De Inbound Dirigidas El Mercado Español

A continuación se hace una muestra sencilla de la estrategia comercial de las fases del nuevo proceso de ventas unido a estrategias de Inbound marketing dirigidas al mercado español a petición de la agencia de marketing digital Mundo Mediators. Esta muestra solo es una ejemplificación de lo que puede ser la aplicación del nuevo proceso de ventas para el año 2021. El nuevo proceso de ventas ahora deberá pasar por una serie de pruebas con prospectos nacionales e internacionales en su primera etapa contemplada para un periodo de 3 meses. La agencia se reserva el derecho mantener bajo su confidencialidad toda la información que considere sensible de su nuevo proceso de ventas, y de las estrategias utilizadas en el mismo, es por esta razón que el investigador limita la información que puede suministrar en el presente trabajo.

4.1. España

En los últimos años España se ha logrado posicionar como uno de los mercados más atractivos para las agencias de marketing digital. Entre sus distintos atractivos cabe resaltar el crecimiento en la inversión digital por parte de las empresas españolas, el gran porcentaje de usuarios de internet y la importancia de Barcelona y Madrid, dos ciudades muy importantes para el mercado de servicios de marketing digital. (Geets, 2019)

Uno de los datos que llama la atención a las agencias europeas y latinoamericanas en el mercado español es el elevado porcentaje de usuarios que consume Internet. Según un estudio realizado por el portal Marketing News en el año 2019, España tiene una población estimada de

45,38 millones de habitantes, de los cuales el 82,2% son usuarios de Internet, es decir se trata de unos 37,3 millones de personas conectadas, una cifra bastante alta. (Geets, 2019)

El E-Commerce es otro segmento muy importante en España que debido al Covid-19 ha transformado los hábitos de compra en el comercio tanto minorista como mayorista. Así lo indica la edición del segundo trimestre del informe Shopping Index de Salesforce, que muestra que, en el primer trimestre del 2020 los ingresos del comercio electrónico crecieron un 20%, en el segundo trimestre el crecimiento se ha disparado hasta el 71% a nivel global, y hasta el 67% en España. Este aumento en el comercio digital establece un precedente en el cual muchas empresas, especialmente aquellas que pertenecen a la categoría de pequeñas y medianas empresas, buscan digitalizar su modelo de negocio, necesitan así el apoyo de agencias de marketing digital. (IT Reseller, 2020)

Por último, es de suma importancia destacar que en España según el Directorio Central de Empresas DIRCE, que para el año 2018 procesó datos de 537.923 empresas, privadas y públicas, no financieras, divididas en cuatro categorías: Grandes empresas, que son las que tienen más de 250 trabajadores; empresas medianas -menos de 250 trabajadores y más de 50-; empresas pequeñas -menos de 50 y más de 10-; y microempresas, que son las que dan trabajo a menos de 10 personas, de un total de 537.923 empresas, 463.148 son microempresas, es decir, un 86,01% (Rivasés, 2020). Lo anterior, sustenta la idea que España es un país de microempresas, que muchas de estas necesitan apoyo en marketing digital, y que la agencia de marketing digital Mundo Mediators puede convertirse en ese aliado estratégico que necesitan para digitalizar su negocio, destacando así la propuesta de valor de la empresa: “Somos la agencia de marketing digital específicamente diseñada para los emprendedores y microempresarios”.

4.2. Creación De Inbound Marketing Para El Mercado Español

A continuación se hace la creación de un embudo de ventas para el mercado español, centrándose principalmente en dos ciudades principales: Madrid y Barcelona. Es este embudo se describe cada etapa del proceso, sus objetivo, sus métricas y KPI's y las actividades por cada etapa. Este Inbound Marketing fue creado en conjunto con la asistente administrativa de la agencia de marketing digital Mundo Mediators, la Sra. Yesica Piñeres.

Tabla 5.

Embudo de ventas de la agencia de marketing digital Mundo Mediators por etapas orientado al mercado español

ETAPA DEL EMBUDO	OBJETIVO	KPI	ACTIVIDADES
ATRACCIÓN	Aumentar el tráfico a la página web y a las redes sociales en España (Madrid y Barcelona).	Alcance en Redes Sociales Visitas a la página web Busquedas en google # campañas #seguidores en redes de España	<ol style="list-style-type: none"> 1. Blog 2. Anuncios en google (Madrid, Barcelona) 3. Pauta en Facebook Ads (Madrid, Barcelona) 4. Redes sociales (En vivos, post, videos- Contenido de valor) en zonas horarias atractivas para España

CONVERSIÓN	Generar 10 prospectos mensuales en el mercado español.	Mensajes en redes sociales (directo, Messenger, Whatsapp) Inscritos en página web Registro de prospecto a bitrix	1. Producción de ofertas: Ofertas indirectas (capacitaciones indirectas-blog, Academia, e-book, grupo de whatsapp) Ofertas directas (Presentación de productos/servicios, prueba de producto) 2. Landing pages 3. Call to action
RELACIONAMIENTO	Lograr que un 80% de los prospectos contactados continuen en el proceso de ventas, y que 20% de abandonos se registren en la base de datos para envío de informacion de valor.	#Personas que abran el correo y respondan al llamado a la acción #Prospectos con los que se inicie conversación (Nutrición) # Contacto por llamada o videoconferencias	1. Email Marketing 2. Newsletters 3. Mensajes de WhatsApp (Con información de valor)
VENTAS	Cerrar el 60% de los propectos que han agendado la reunión de presentación	# nuevas membresías # nuevos productos / servicios	1. Presentación de la propuesta 2. Visitas al empresario
ÁNALISIS	Mantener una tasa del 90% de las membresías	# membresías renovadas # Recomendaciones	1. Actividades de fidelización 2. Llamadas de seguimiento de satisfacción

4.2.1. Explicación De La Creación Inbound Marketing Orientado Al Mercado Español

La creación de un Inbound marketing para los clientes internacionales del mercado español es una estrategia que se basa en atraer clientes con contenido útil, relevante y de valor tanto en las redes sociales como en la página web de la agencia, además de la pauta paga que debe hacerse segmentando muy bien las ubicaciones de los clientes potenciales, que para este

caso son las ciudades de Madrid y Barcelona, teniendo en cuenta los mejores horarios en cada una.

Con inbound marketing, los clientes potenciales de estas dos ciudades no solo van a encontrar los servicios ofrecidos por la agencia de marketing digital Mundo Mediators, sino también información para registrarse en eventos y capacitaciones gratuitas donde deberán dejar sus datos de correo electrónico o número de celular, logrando así una respuesta, es decir una comunicación bidireccional en donde ya se puede hacer una base de datos de personas interesadas en marketing digital. Una vez creada esta base de datos, se empezará a enviar información relevante constantemente, algo que para un emprendedor o microempresario interesado en el tema le será de gran utilidad.

Luego se busca que aquellas personas interesadas además de capacitarse en marketing digital, que quieran mejorar la digitalización del negocio consideren a la agencia de marketing digital Mundo Mediators como una alternativa atractiva, es allí donde despertado ese interés se intente lograr comenzar una conversación donde se le explique a esos clientes potenciales como la agencia puede apoyarlos, y cómo a través de la experiencia y los casos de éxitos, pueden ver resultados en el corto, mediano y largo plazo.

Acto seguido, se le enviará una propuesta comercial con precios en euros, dado que es la moneda local del país, y se buscará agendar una presentación de ventas en donde mediante las técnicas de ventas, una atención personalizada, y una clara propuesta de valor, se logre vender el servicio. Posteriormente, se hará un seguimiento o servicio posventa que garantice la satisfacción del cliente.

Conclusiones

Como resultado del desarrollo del presente trabajo de investigación se pueden dar las siguientes conclusiones:

La agencia de marketing digital Mundo Mediators es una empresa con gran potencial de crecimiento debido al aumento de los servicios de marketing digital en las empresas que buscan digitalizar sus modelos de negocio en gran parte gracias a crisis provocada por la pandemia del Sars Cov-2 o Coronavirus. Por tanto, existe una gran oportunidad de mercado tanto nacional como internacionalmente, sin embargo, se identificó mediante el análisis de del proceso de ventas actual, que este no estaba acorde a las características del mercado internacional, dado que no tenía precios en monedas como el dólar o el euro, y que los precios de los servicios en comparación con otros mercados estaban muy por debajo de la media, es decir, se estaba desvalorizando los servicios, para este punto se hizo una comparación del precio tomando como referencia el servicio de administración de redes sociales, en agencias de marketing digital de España, Chile y Panamá.

Además, se determinaron los motivos principales por lo que la agencia de marketing digital Mundo Mediators tenía como objetivo crear un nuevo proceso de ventas que estuviera acorde al mercado internacional, entre ellos se determinaron la automatización del proceso, el aumento de su eficacia para lograr ventas, la oportunidad de incursionar en nuevos mercados, el aumento de los ingresos, y por la misma línea el aumento del salario de los miembros del equipo de trabajo, entre otros. Lo anterior, fue la base para construir un nuevo proceso de ventas, que contará con precios internacionales, con presentaciones de ventas llamativas, y con un

cronograma de actividades con métricas que permitiera medir sus resultados al final de cada mes. Para antes de la finalización de este trabajo de grado, el nuevo proceso de ventas fue aplicado con un prospecto de Guatemala interesado en los servicios de creación de página web y administración de redes sociales, dando como resultado, una negociación donde se logró captar la atención del cliente potencial de forma más rápida, y que la negociación se basará en los nuevos precios de los servicios para el mercado internacional expuestos en el presente documento.

Finalmente, se creó una estrategia de Inbound Marketing, basándose en las fases del nuevo proceso de ventas descritas anteriormente dirigidas a las ciudades de Madrid y Barcelona en España, país en donde se identificó una gran oportunidad para ofrecer los servicios dado que la mayoría de sus empresas pertenecen a la categoría de pequeñas y medianas empresas PYMES.

Recomendaciones

Desde la perspectiva del investigador, se hacen las siguientes recomendaciones:

Se recomienda a la agencia de marketing digital Mundo Mediators, crear alianzas estratégicas con empresas de otros países que puedan comercializar los servicios de la agencia con un porcentaje atractivo de comisión por venta, o dándoles a ellos un precio especial para que revendan los servicios que se ofrecen, estableciendo un precio máximo que no puede llegar a superar para ser accesibles para los emprendedores y microempresarios. Esto lograría aumentar la fuerza de ventas del área comercial en otros mercados.

También, se sugiere a la agencia de marketing digital Mundo Mediators, realizar reuniones quincenales donde se traten temas específicos del nuevo proceso de ventas. Es decir, un espacio donde se analicen las actividades comerciales hechas a la fecha, sus resultados, y se tomen decisiones en pro de mejorar cada vez los resultados alcanzados.

Por otro lado, se aconseja a la empresa seguir fortaleciendo el nuevo proceso de ventas a través de nuevos canales digitales de atracción, como también adaptar su página web y sus presentaciones de los servicios al idioma inglés, algo fundamental para todas las empresas que buscan internacionalizarse. En esta misma línea, también se recomienda publicar por lo menos una vez por semana contenido en inglés para aquellas personas (empresarios y emprendedores) que viven otros países de habla hispana pero que su lengua primaria sea el inglés y no el español.

Por último, desde la perspectiva del investigador, se establece que la agencia de marketing digital Mundo Mediators, debe no solamente aplicar en el nuevo proceso de ventas para conseguir más clientes tanto nacionales como internacionales, sino también fortalecer la relación con sus clientes actuales haciendo un seguimiento constante de su satisfacción, que permita disminuir la probabilidad que suspendan el servicio o cambien de agencia. Tener clientes satisfechos en diferentes mercados, le da la posibilidad a la agencia de tener una ventaja competitiva invaluable, la publicidad y recomendación voz a voz que pueden hacer a otras empresas que también buscan fortalecer su presencia en medios digitales.

Lista de Referencias

AMD. (2020). *AMD agencia de marketig digital*. <https://agenciadigitalamd.com/>

América Retail. (10 de agosto de 2020). *Ecommerce: El mercado mundial de crecimiento del comercio electrónico 2020 se multiplica*. <https://www.america-retail.com/ecommerce/ecommerce-el-mercado-mundial-de-crecimiento-del-comercio-electronico-2020-se-multiplica/>

Asdeideas Panamá. (2020). *Diseño web Panamá*. <https://www.asdeideas.com.pa/>

Avendano Design. (2020). *Precios de Community Manager en Madrid*.

<https://www.avendanodesign.com/espana/disen-de-logos-en-madrid/community-manager.html>

Banco de Desarrollo de América Latina. (2018). *América Latina: en busca de pymes más competitivas*. <https://www.caf.com/es/actualidad/noticias/2016/06/america-latina-en-busca-de-pymes-mas-competitivas/>

Bartolomé, L. (2019). Las pymes ya representan el 99,8% de empresas europeas. *El Economista*. <https://www.eleconomista.es/gestion-empresarial/noticias/9709265/02/19/Las-pymes-ya-representan-el-998-de-empresas-europeas.html>

Cámara de Comercio de Manizales.(2020). *El ABC de la exportación de servicios* [Archivo PDF].

https://www.ccmpe.org.co/ccm/contenidos/128/ABC_de_la_Exportacion_de_Servicios.pdf

- Cámara, N. (2020). *¿Por qué la digitalización resulta especialmente beneficiosa para las pymes?* BBVA. <https://www.bbva.com/es/por-que-la-digitalizacion-resulta-especialmente-beneficiosa-para-las-pymes/>
- Campoy, T. y Gomes, E. (s.f.). *Técnicas e instrumentos cualitativos de recogida de datos* [Archivo PDF].
http://proyectos.javerianacali.edu.co/cursos_virtuales/posgrado/maestria_asesoria_familiar/Investigacion%20I/Material/29_Campoy_T%C3%A9nicas_e_instrum_cualita_recogida_informacion.pdf
- Carazo, J. (2016). Comercio electrónico (ecommerce). *Economipedia.com*.
<https://economipedia.com/definiciones/comercio-electronico-ecommerce.html>
- Cardona, L. (2020). *Agencia de marketing digital: qué es, cómo escoger y beneficios para tu empresa*. <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/agencia-de-marketing-digital-que-es-como-escoger-y-beneficios-para-tu-empresa>
- Castañeda, D. (2020). *Conozca cuáles son los aspectos legales a tener en cuenta para crear un e-commerce*. <https://www.asuntoslegales.com.co/consumidor/conozca-cuales-son-los-aspectos-legales-a-tener-en-cuenta-para-crear-un-e-commerce-3003834>
- Centro de Investigación en Ingeniería y Organizaciones – CIIO. (s.f.). *Herramientas para converger*. <http://ciio.unab.edu.co/cguerrer/cps/converger-tools>
- CEOE. (2018). *Las mipymes generan el 28% del pib en latinoamérica pero carecen aún del impulso necesario*. <https://www.ceoe.es/es/contenido/actualidad/noticias/las-mipymes->

generan-el-28-del-pib-en-latinoamerica-pero-carecen-aun-del-impulso-
necesario#:~:text=En%20Am%C3%A9rica%20Latina%2C%20las%20mipymes,pol%C3
%ADticas%20p%C3%BAblicas%20de%20la%20regi%C3%B3n.&text=Adem%C3%A1
s%2C%20su%20ciclo%20de%20vida,las%20pymes%20de%20otras%20regiones

Comisión Europea. (2019). *El papel internacional del euro*. https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/euro-area/international-role-euro_es

Convierte Más. (2018). *ENCUESTA | Resultados: ¿Cuánto ganan Community Managers y Consultores de Marketing?* https://conviertemas.com/encuesta-cuanto-ganan-community-managers-y-consultores-de-marketing/?__hstc=70879119.ef6b17447c9c70cffab4ae15de107160.1607472512531.1607472512531.1607472512531.1&__hssc=70879119.1.1607472512532&__hsfp=4066725635

Convierte Más. (2020). *Sobre Nosotros*. <https://conviertemas.com/sobre-nosotros/>

D-Marketing Chile. (2020). *Marketing Digital para pymes*. <https://www.d-marketingchile.cl/>

Dulzaides, M. y Molina, A. (2004). *Análisis documental y de información: dos componentes de un mismo proceso* [Archivo PDF]. <http://eprints.rclis.org/5013/1/analisis.pdf>

El Economista. (2020). *El 80% de las empresas aceleró su digitalización a causa del Covid-19*. <https://www.economista.es/economia/noticias/10791677/09/20/EI-80-de-las-empresas-acelero-su-digitalizacion-a-causa-del-Covid19.html>

Eserp. (2020). *Ventajas del e-commerce tras el Covid-19*. <https://es.eserp.com/articulos/ventajas-del-e-commerce-covid-19/>

Espinosa, R. (2018). *¿Qué es el modelo AIDA en Marketing?*
<https://robertoespinosa.es/2017/04/11/modelo-aida-marketing-metodo>

Font, L. (6 de marzo de 2019). *Diferencias al crear una empresa online y una empresa física*.
<https://luisfont.com/2019/03/06/diferencias-crear-empresa-online-y-fisica/>

Geets, K. (2019). *La importancia de España como mercado para las agencias de marketing digital*. <https://www.marketingnews.es/marcas/opinion/1131908054305/importancia-de-espana-mercado-agencias-de-marketing-digital.1.html>

Gerencie. (2017). *¿Para qué sirve la matriz DOFA?* <https://www.gerencie.com/para-que-sirve-la-matriz-dofa.html>

Gómez, D. (2020). *Negocios inmortales*. <http://negociosinmortales.com/>

IT Reseller. (2020). *El e-commerce incrementa un 67% su cifra de negocio en España*.
<https://www.itreseller.es/en-cifras/2020/07/el-ecommerce-incrementa-un-67-su-cifra-de-negocio-en-espana>

MD marketing digital. (2019). *Marketing digital*. <https://www.mdmarketingdigital.com/que-es-el-marketing-digital>

Kawasaki, G. (2015). *El arte de empezar 2.0*.
https://planetadelibrosuy0.cdnstatics.com/libros_contenido_extra/32/31273_El_arte_de_empezar.pdf

Kyocera. (2020). *Digitalización empresarial: qué es, ventajas, seguridad y herramientas*.

<https://www.kyoceradocumentsolutions.es/es/smarter-workspaces/business-challenges/paperless/digitalizacion-en-la-empresa-que-es-ventajas-seguridad-y-herramientas.html>

Marrero, D. (2019). *Dólar: importancia y perspectivas*. <https://www.afphabitat.com.pe/aprende-de-prevision/actualidad/dolar-importancia-y-perspectivas/#:~:text=La%20principal%20importancia%20del%20d%C3%B3lar,el%2060%25%20del%20comercio%20mundial>

[de-prevision/actualidad/dolar-importancia-y-](https://www.afphabitat.com.pe/aprende-de-prevision/actualidad/dolar-importancia-y-perspectivas/#:~:text=La%20principal%20importancia%20del%20d%C3%B3lar,el%2060%25%20del%20comercio%20mundial)

[perspectivas/#:~:text=La%20principal%20importancia%20del%20d%C3%B3lar,el%2060%25%20del%20comercio%20mundial](https://www.afphabitat.com.pe/aprende-de-prevision/actualidad/dolar-importancia-y-perspectivas/#:~:text=La%20principal%20importancia%20del%20d%C3%B3lar,el%2060%25%20del%20comercio%20mundial)

Mediators. (2020). *Agencia de marketing digital Mundo Mediators*.

<https://www.mundomediators.com/>

Michael Page. (2019). *El auge del marketing digital incrementa en 30% la demanda de*

profesionales. [https://www.michaelpage.com.mx/advice/tendencias-del-](https://www.michaelpage.com.mx/advice/tendencias-del-mercado/marketing/el-auge-del-marketing-digital-incrementa-en-30-la-demanda-de)

[mercado/marketing/el-auge-del-marketing-digital-incrementa-en-30-la-demanda-de](https://www.michaelpage.com.mx/advice/tendencias-del-mercado/marketing/el-auge-del-marketing-digital-incrementa-en-30-la-demanda-de)

Ministerio del Trabajo. (2020). *Qué es el teletrabajo*. [https://www.teletrabajo.gov.co/622/w3-](https://www.teletrabajo.gov.co/622/w3-propertyvalue-8010.html)

[propertyvalue-8010.html](https://www.teletrabajo.gov.co/622/w3-propertyvalue-8010.html)

Ministerio del Trabajo. (2020). *Qué es el Teletrabajo y cuáles son sus modalidades*.

[https://www.teletrabajo.gov.co/622/w3-article-](https://www.teletrabajo.gov.co/622/w3-article-75151.html#:~:text=Las%20modalidades%20de%20teletrabajadores%3A%20m%C3%B3vil%2C%20suplementario%20y%20aut%C3%B3nomo.&text=En%20Colombia%2C%20Ley%201221%20de,y%20el%20perfil%20del%20trabajador)

[75151.html#:~:text=Las%20modalidades%20de%20teletrabajadores%3A%20m%C3%B3vil%2C%20suplementario%20y%20aut%C3%B3nomo.&text=En%20Colombia%2C%](https://www.teletrabajo.gov.co/622/w3-article-75151.html#:~:text=Las%20modalidades%20de%20teletrabajadores%3A%20m%C3%B3vil%2C%20suplementario%20y%20aut%C3%B3nomo.&text=En%20Colombia%2C%20Ley%201221%20de,y%20el%20perfil%20del%20trabajador)

[20Ley%201221%20de,y%20el%20perfil%20del%20trabajador](https://www.teletrabajo.gov.co/622/w3-article-75151.html#:~:text=Las%20modalidades%20de%20teletrabajadores%3A%20m%C3%B3vil%2C%20suplementario%20y%20aut%C3%B3nomo.&text=En%20Colombia%2C%20Ley%201221%20de,y%20el%20perfil%20del%20trabajador)

[20Ley%201221%20de,y%20el%20perfil%20del%20trabajador](https://www.teletrabajo.gov.co/622/w3-article-75151.html#:~:text=Las%20modalidades%20de%20teletrabajadores%3A%20m%C3%B3vil%2C%20suplementario%20y%20aut%C3%B3nomo.&text=En%20Colombia%2C%20Ley%201221%20de,y%20el%20perfil%20del%20trabajador)

Montero, L. (2015). *Marketing Digital Como Mecanismo Para Optimizar Las Ventas En pymes del Sector Comercio En Colombia* [Archivo PDF].

<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/7415/MonteroPitreLeidisKarina2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Nager, E. (2020). *¿Qué es el marketing digital o marketing online?*

<https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/que-es-el-marketing-digital-o-marketing-online>

Orellana, P. (14 de abril de 2020). Organigrama. *Economipedia.com*.

<https://economipedia.com/definiciones/organigrama.html>

Panda creatives. (2020). *Administración de redes sociales*.

<https://pandacreativos.co/administracion-de-redes-sociales/>

Peiró, R. (2017). Redes sociales. *Economipedia.com*.

<https://economipedia.com/definiciones/redes-sociales.html>

Peiró, R. (2020). Teletrabajo. *Economipedia.com*.

<https://economipedia.com/definiciones/teletrabajo.html>

Peña, D. (2019). *Dos décadas de la Ley de Comercio Electrónico en Colombia*.

<https://dernegocios.uexternado.edu.co/comercio-electronico/dos-decadas-de-la-ley-de-comercio-electronico-en-colombia/>

Portafolio. (2020). *La crisis empuja hacia la transformación digital*.

<https://www.portafolio.co/negocios/empresas/coronavirus-colombia-la-crisis-empuja-hacia-la-transformacion-digital-539718>

Quiroa, M. (28 de mayo de 2020). *Estructura organizacional*.

<https://economipedia.com/definiciones/estructura-organizacional.html>

Raffino, M. (6 de agosto de 2020). *Estructura Organizacional*. <https://concepto.de/estructura-organizacional/>

RD Station. (2020). *Qué es el Marketing Digital*. <https://www.rdstation.com/co/marketing-digital/>

RD Station. (2020). *Redes Sociales*. <https://www.rdstation.com/co/redes-sociales/>

Retina. (2020). *Renovarse o morir en la era digital*. *El País*.

https://retina.elpais.com/retina/2020/07/17/tendencias/1594981404_843143.html

Revista Semana. (2020). *Asesoría gratuita para las pymes en época de coronavirus*. *Semana*

Sostenible. <https://sostenibilidad.semana.com/actualidad/articulo/asesoria-gratuita-para-las-pymes-en-epoca-de-coronavirus/49944>

Rivasés, R. (2020). *España, país de microempresas*.

<https://www.larazon.es/economia/20200106/y72mpk4ufnc6ta2vqrowkli4c4.html>

Rock Content. (2018). *Qué es una agencia digital, para qué sirve y cómo funciona*.

<https://rockcontent.com/es/blog/agencia-digital/>

Ruiz, M. (s.f.). *Enfoque cualitativo*. <https://www.eumed.net/tesis->

[doctorales/2012/mirm/enfoque_cualitativo.html/06/#:~:text=4.3.2%20Enfoque%20cualitativo,acuerdo%20con%20las%20personas%20implicadas](https://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/enfoque_cualitativo.html/06/#:~:text=4.3.2%20Enfoque%20cualitativo,acuerdo%20con%20las%20personas%20implicadas)

Sanabria, V., Torres, L. y López, L. (2016). Comercio electrónico y nivel de ventas en las

MiPyMEs del sector comercio, industria y servicios de Ibagué. *Universidad EAN. Revista Escuela de Administración de Negocios*, núm. 80.

<https://www.redalyc.org/jatsRepo/206/20645903010/html/index.html>

Sandoval, C. (2002). *Investigación cualitativa*. Instituto colombiano para el fomento de la educación superior, ICFES [Archivo PDF].

<https://panel.inkuba.com/sites/2/archivos/manual%20colombia%20cualitativo.pdf>

StarUpsLab Agencia. (2020). <https://startupslabagencia.co/>

Triario. (2020). *Inbound Marketing: Qué es, conceptos y metodología*.

<https://www.triario.co/inbound-marketing>

Universidad de Alcalá. (s.f.). *Tipos de fuentes de información*.

http://www3.uah.es/bibliotecaformacion/BPOL/FUENTESDEINFORMACION/tipos_de_fuentes_de_informacin.html#:~:text=Las%20fuentes%20primarias%20contienen%20informaci%C3%B3n,resultado%20de%20un%20trabajo%20intelectual.&text=Las%20fuentes%20secundarias%20contienen%20informaci%C3%B3n,refiere%20a%20documentos%20primarios%20originales

Valdés, P. (25 de abril de 2019). *Proceso de venta: ¿Qué es y cómo funciona?*

<https://www.inboundcycle.com/proceso-de-venta-que-es-y-como-funciona>

- Vargas, P. (2020). Comercio electrónico ha crecido más de 300% en Latinoamérica en la pandemia. *Diario La República*. <https://www.larepublica.co/globoeconomia/e-commerce-ha-crecido-mas-de-300-en-latinoamerica-en-medio-de-la-pandemia-3000424>
- Villero, V. (2010). *Gestión de auditoria para la obtención de evidencia e indicadores de gestión de plantas procesadoras lácteas del municipio de Valledupar*. [Tesis de Maestría, Universidad Rafael Beloso Chacín]. <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0088963/cap03.pdf>