

FORMULACIÓN DE LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL



Mónica Isabel Stolfo / MADN: 25-0151

Formulación de la Estrategia Empresarial

Maestra: Dra. Erandi López Fernández de Lara

4 de noviembre, 2025



Agencia Marketing Digital
Daniel Monteleone

INDICE

1	DEFINICIÓN FILOSÓFICA DE LA AGENCIA "MARKETING DIGITAL"	2
1.1	PROYECTO DE MARKETING DIGITAL	2
1.2	NOMBRE DEL PROYECTO	2
1.3	SECTOR	2
1.4	DESCRIPCIÓN	2
1.5	SERVICIO DIGITAL	3
1.6	MODELO DE INGRESOS	3
1.7	PÚBLICO OBJETIVO PRINCIPAL (CLIENTE META)	3
1.8	PROBLEMA	4
1.9	VALORES	4
1.10	PROPUESTA DE VALOR	5
1.11	CULTURA ORGANIZACIONAL	5
1.12	COMUNICACIÓN INTERNA	5
1.13	PRÁCTICAS ORGANIZACIONALES	6
1.14	IDENTIDAD CORPORATIVA	6
1.14.1	<i>Visión</i>	6
1.14.2	<i>Misión</i>	7
1.15	ENFOQUE DIGITAL	7
1.16	BUSINESS MODEL CANVAS	7
1.17	REFLEXIÓN	8
2	ANÁLISIS DEL ENTORNO	9
2.1	EXTERNO	9
2.1.1	<i>Pestel</i>	9
2.1.1.1	Análisis de macro-entorno (oportunidades y amenazas)	9
2.1.1.2	Conclusión del análisis PESTEL	11
2.1.2	<i>Porter</i>	11
2.1.2.1	Análisis del entorno Cinco Fuerzas de Porter	11
2.1.2.2	Conclusión del análisis de las Cinco Fuerzas de Porter	13
2.2	INTERNO	13
2.2.1	<i>VRIO</i>	13
2.2.1.1	Análisis del entorno VRIO	14
2.2.1.2	Conclusión general del análisis VRIO	15
2.2.2	<i>Cadenas de valor</i>	16
2.2.2.1	Actividades primarias	16
2.2.2.2	Actividades de apoyo	17
2.2.3	<i>Cadena de valor integrada con diagnóstico VRIO</i>	18
2.2.4	<i>Conclusión general del análisis VRIO con Cadena de Valor</i>	20
2.3	MATRIZ FODA	21
2.3.1	<i>Análisis de la matriz FODA</i>	21
2.3.2	<i>Conclusión general del FODA</i>	22
2.4	MATRIZ CAME	22
2.4.1.1	Análisis de la matriz CAME	22
2.4.2	<i>Conclusión general matriz CAME</i>	23
2.5	CRUCE ESTRATÉGICO FODA-CAME	24
2.5.1	<i>Conclusión general CAME/FODA</i>	24
2.6	FACTORES CLAVE DE ÉXITO (FCE)	25
2.6.1	<i>Análisis de los factores</i>	25
2.6.2	<i>Análisis FCE</i>	25

1 Definición filosófica de la agencia "Marketing Digital"

1.1 *Proyecto de marketing digital*

Agencia de Posicionamiento y Automatización.

1.2 *Nombre del proyecto*

Agencia Daniel Monteleon.

1.3 *Sector*

Servicios profesionales de marketing digital B2B, dentro del ecosistema MarTech (Marketing Technology), enfocado en automatización, analítica y comunicación omnicanal para PyMEs y profesionales.

1.4 *Descripción*

Somos Daniel Monteleone, una agencia de marketing digital que transforma datos en resultados. Impulsamos marcas con estrategias personalizadas, campañas de alto impacto y soluciones tecnológicas que liberan tiempo, aumentan ventas y fortalecen la autonomía digital de cada cliente. Diseñamos estrategias medibles, sostenibles y personalizadas para PyMEs y profesionales independientes. Combinamos: automatización, análisis de datos y formación digital, con el propósito de impulsar el crecimiento rentable y la autonomía estratégica de nuestros clientes, fortaleciendo su presencia en el ecosistema digital con base en métricas y resultados tangibles.



1.5 Servicio digital

Diseño, implementación y gestión de estrategias de marketing digital personalizadas, basadas en datos y automatización, para PyMEs y profesionales del sector de servicios.

1.6 Modelo de ingresos

Contamos con un modelo híbrido.

Modelo	Cómo funciona	Objetivo estratégico
Freemium	Ofrezco asesoría o diagnóstico gratuito para captar leads y generar confianza.	Atraigo nuevos clientes sin barrera de entrada.
Solution Provider	Nuestro cliente paga por un plan mensual o un servicio personalizado (gestión de campañas, automatización, contenido).	Garantizo ingresos estables y relaciones de largo plazo.
Performance-Based Contracting	Si no se cumplen los objetivos pactados, el cliente recibe un descuento o beneficio.	Demuestro compromiso y resultados medibles.

Nota: elaboración propia.

1.7 Público objetivo principal (cliente meta)

Dirigida a mujeres profesionales, ejecutivas y emprendedoras, principalmente de la Ciudad de México, que lideran sus propios negocios y buscan posicionarse estratégicamente en el entorno



digital. Este segmento valora la transparencia, la personalización y los resultados medibles, confiando en soluciones que integren tecnología, acompañamiento y educación digital.

1.8 Problema

En Daniel Monteleone resolvemos la falta de estrategias digitales efectivas, medibles y sostenibles en las PyMEs.

Ayudamos a los negocios a transformar su presencia digital en un sistema rentable y autónomo, basado en datos, automatización y capacitación, para que dejen de depender de esfuerzos aislados y comiencen a tomar decisiones digitales con confianza y claridad.

1.9 Valores

Nuestra estrategia se sustenta en valores que inspiran innovación, confianza y resultados sostenibles.

- Innovación: adoptamos tecnología y metodologías ágiles para generar soluciones efectivas.
- Transparencia: comunicamos con claridad, basando cada acción en datos verificables.
- Colaboración: trabajamos en sinergia con los clientes para co-crear estrategias exitosas.
- Orientación al cliente: priorizamos su crecimiento, autonomía y satisfacción digital.
- Responsabilidad: actuamos con ética y compromiso hacia las personas y los datos.

Nuestra cultura organizacional es digital, colaborativa y basada en datos, impulsando decisiones informadas, aprendizaje continuo e innovación constante. Creemos en un entorno donde la creatividad y la analítica se combinan para construir relaciones sólidas y resultados medibles.



1.10 Propuesta de valor

Para PyMEs que buscan crecer sin perder el control de su estrategia digital, Daniel Monteleone ofrece soluciones de marketing medibles, automatizadas y educativas, diseñadas para generar resultados reales y sostenibles, a diferencia de agencias tradicionales que dependen exclusivamente de la intuición o campañas genéricas.

Valor diferencial: enfoque en la autonomía del cliente + marketing basado en datos + rendimiento comprobable.

1.11 Cultura organizacional

- **Estilo de Liderazgo**

Nuestra agencia de marketing digital se rige por un liderazgo transformacional que inspira, motiva y empodera a cada miembro del equipo para alcanzar su máximo potencial. Este estilo de liderazgo se fundamenta en:

- **Mentoría activa**

Los líderes actúan como guías en el desarrollo profesional y personal del equipo.

Se fomenta la participación del equipo en las decisiones estratégicas, fortaleciendo el sentido de pertenencia.

Reconocimiento constante: Se valoran los logros individuales y colectivos, lo cual refuerza la motivación y el compromiso.

1.12 Comunicación interna



Adoptamos un modelo de puertas abiertas, promoviendo un ambiente donde cada integrante puede expresar libremente ideas, inquietudes o sugerencias sin barreras jerárquicas. La transparencia y la comunicación horizontal son pilares fundamentales, complementadas con el uso de herramientas digitales como Slack, Zoom y Google Drive para mantener una coordinación eficiente y constante.

1.13 Prácticas organizacionales

Nuestras prácticas organizacionales reflejan una cultura ágil, moderna y centrada en el talento humano:

- Trabajo flexible y remoto, priorizando los resultados por sobre la presencialidad.
- Capacitaciones continuas en herramientas digitales, creatividad y análisis de datos.
- Evaluaciones periódicas basadas en objetivos (OKRs/KPIs).
- Fomento de la innovación, el feedback constructivo y la mejora continua.

1.14 Identidad corporativa

1.14.1 Visión.

En 2029, seremos la agencia digital mexicana de referencia en el sector B2B por transformar a las PyMEs en negocios rentables, autónomos y competitivos a través de soluciones de marketing basadas en datos, innovación tecnológica y aprendizaje continuo.

1.14.2 Misión.

Impulsamos el crecimiento sostenible de las PyMEs mediante estrategias digitales personalizadas, medibles y orientadas a resultados, integrando automatización, analítica de datos y formación estratégica que promueve la autonomía y la rentabilidad de nuestros clientes.

1.15 Enfoque digital

Nuestra agencia adopta un enfoque de marketing digital estratégico y educativo, basado en la toma de decisiones por datos y en la automatización de procesos.

Utilizamos herramientas de inteligencia de negocio, performance marketing y contenidos formativos para crear estrategias omnicanal que integran adquisición, conversión y fidelización de clientes.

Cada proyecto se diseña con una visión de sostenibilidad, transparencia y retorno medible de inversión (ROI), permitiendo que los clientes mantengan el control y la comprensión de sus resultados digitales.

Además, utilizamos Integración de IA para generación de contenido, CRM automatizado y dashboards de resultados.

1.16 Business Model Canvas

Socios Clave	Actividades Clave	Propuesta de Valor	Relación con el Cliente	Segmento de Clientes
-Diseñadores gráficos y productoras audiovisuales. - Traffickers y Copywriters. - Servicios HubSpot Mailer Lite Buffer Make. - Alianzas estratégicas con otras agencias.	- Producción de contenido visual y persuasivo. - Optimización de campañas publicitarias. - Automatización de procesos. - Seguimiento y consultoría con clientes.	Ayudamos a dueñas de pymes como Luisa a aumentar sus ventas mediante estrategias digitales efectivas, contenido de alto impacto y automatización, sin necesidad de que ellas gestionen todo por su cuenta.	Comunicación directa por WhatsApp, Zoom y correo. -Automatización con CRM y flujos. - Contenido educativo y seguimiento personalizado. - Proactividad en la optimización de estrategias.	Dueñas de pequeñas y medianas empresas. - Clientes como Luisa, que buscan soluciones digitales efectivas, automatizadas y acompañamiento profesional.
	Recursos Clave		Canal	
	- Capital humano especializado. -Herramientas tecnológicas (HubSpot, Make, etc.). -Propiedad intelectual y metodologías propias. - Base de datos y segmentación de clientes.		- Meta Ads: Captación. - Email Marketing: Fidelización. - Sitio web y blog: Autoridad y educación. - Integración y automatización multicanal.	
Estructura de Costos			Flujo de Ingresos	
Fijos: Salarios, oficina, software, servidores. Variables: Ads, producción,herramientas por demanda. Modelo Cost-Driven + Value-Driven.Economías de alcance y escalabilidad.			- Servicios mensuales (suscripciones). - Asesorías premium. - Comisiones por gestión de Ads. - Licencias o monetización de herramientas propias.	

Nota: elaboración propia.

1.17 Reflexión

Mi agencia Daniel Monteleone requiere una estrategia formal porque el entorno digital demanda dirección, coherencia y toma de decisiones basada en datos. Solo una planeación estructurada permitirá crecer de forma sostenible, mantener la calidad del servicio y asegurar rentabilidad. El principal desafío es adaptarse al cambio constante del mercado digital, equilibrando la

personalización con la eficiencia operativa. Consolidar una cultura organizacional centrada en la innovación, la transparencia y el aprendizaje continuo será clave para alcanzar una estrategia sólida y competitiva.

2 Análisis del entorno

2.1 Externo

2.1.1 Pestel

2.1.1.1 Análisis de macro-entorno (oportunidades y amenazas).

Factor PESTEL	Instrucción	Análisis de agencia
Político (P)	Identifique una política pública o programa gubernamental vinculado con la digitalización de PyMEs o emprendedores.	Tarea: Investigar los programas de la Secretaría de Economía de México y del INADEM que promueven la transformación digital de pequeñas empresas. Resultado Estratégico: <i>Oportunidad</i> Las políticas de apoyo a la digitalización impulsan la demanda de servicios de marketing digital profesional y accesible.
Económico (E)	Analice cómo las condiciones económicas actuales afectan la inversión en marketing y publicidad digital.	Tarea: Evaluar el impacto de la inflación y el tipo de cambio en los presupuestos de PyMEs para publicidad. Resultado Estratégico: <i>Amenaza</i>

		El aumento de costos puede reducir la inversión publicitaria; <i>Oportunidad</i> – Las PyMEs buscan estrategias eficientes y medibles que maximicen su retorno.
Social (S)	Examine tendencias sociales relevantes que inciden en el comportamiento del consumidor digital.	Tarea: Analizar el crecimiento de mujeres emprendedoras y profesionales que buscan posicionamiento digital. Resultado Estratégico: <i>Oportunidad</i> Aumento del segmento femenino profesional que requiere visibilidad y formación digital; nicho ideal para Daniel Monteleone.
Tecnológico (T)	Evalúe cómo las innovaciones tecnológicas afectan al sector digital.	Tarea: Identificar el uso creciente de herramientas de automatización, CRM, IA y marketing omnicanal. Resultado Estratégico: <i>Oportunidad</i> Plataformas como Odoo, Meta Ads y WhatsApp Business permiten ofrecer estrategias integradas y personalizadas. <i>Amenaza:</i> La rápida evolución tecnológica exige capacitación y actualización continua.
Ecológico (Ec)	Analice si existen expectativas sobre prácticas responsables o sostenibles en la comunicación digital.	Tarea: Revisar tendencias sobre “marketing verde” y responsabilidad digital. Resultado Estratégico: <i>Oportunidad</i> Diferenciación mediante campañas éticas, uso responsable de datos y comunicación sustentable.
Legal (L)	Evalúe el marco normativo que regula la publicidad digital y el manejo de datos personales.	Tarea: Analizar la Ley Federal de Protección de Datos Personales (LFPDPPP) y normativas de publicidad

		en línea. Resultado Estratégico: <i>Amenaza</i> Riesgo de sanciones por mal manejo de datos; <i>Oportunidad:</i> Cumplir normativas genera confianza y credibilidad frente a los clientes.
--	--	--

Nota: elaboración propia.

2.1.1.2 Conclusión del análisis PESTEL.

El análisis PESTEL evidencia que el entorno mexicano ofrece condiciones favorables para la expansión del marketing digital, especialmente por el impulso gubernamental a la digitalización de las PyMEs y el crecimiento de la conectividad tecnológica. Sin embargo, los cambios fiscales en servicios digitales, la volatilidad económica y la alta dependencia de plataformas extranjeras representan amenazas que la agencia deberá mitigar mediante estrategias de innovación, diversificación de servicios y alianzas locales.

2.1.2 Porter

2.1.2.1 Análisis del entorno Cinco Fuerzas de Porter.

Fuerza de Porter	Instrucción	Análisis de la agencia
Amenaza de nuevos competidores	Evalúe las barreras de entrada al mercado del marketing digital (inversión inicial,	Tarea: Analizar si es fácil crear una agencia digital con bajo presupuesto y herramientas accesibles.

	tecnología, talento especializado).	Resultado Estratégico: Amenaza Alta. Las barreras de entrada son bajas: basta con tener conocimientos básicos y acceso a plataformas como Meta Ads o Canva. Sin embargo, la especialización en automatización, datos y educación digital representa una ventaja diferenciadora para Daniel Monteleone.
Poder de los proveedores	Analice el nivel de dependencia de proveedores tecnológicos (plataformas, software, servicios publicitarios).	Tarea: Evaluar la dependencia de plataformas como Meta, Google y Odoo CRM. Resultado Estratégico: Amenaza Media. Si bien los costos y políticas de estas plataformas pueden cambiar, la diversificación tecnológica y el dominio de herramientas alternativas reducen el poder del proveedor.
Poder de negociación de los clientes	Evalúe si los clientes tienen capacidad para exigir precios bajos o resultados rápidos.	Tarea: Determinar si los clientes comparan agencias y presionan con presupuestos. Resultado Estratégico: Amenaza Media-Alta. Los clientes tienen alto acceso a información y comparan servicios antes de contratar. La agencia debe mantener transparencia, resultados medibles y valor educativo para justificar su precio.
Amenaza de productos sustitutos	Identifique herramientas o métodos que sustituyan la contratación de una agencia digital.	Tarea: Analizar si los profesionales pueden gestionar su marketing con herramientas gratuitas o IA. Resultado Estratégico: Amenaza Media. Plataformas como Canva, Wix o ChatGPT permiten hacer marketing básico, pero no sustituyen la estrategia integral,



		automatización ni formación personalizada que ofrece Daniel Monteleone.
Rivalidad entre competidores existentes	Analice la intensidad competitiva en el mercado mexicano de marketing digital.	Tarea: Identificar competidores directos como ABC Digital, Octopus, SUBE o Pubsa. Resultado Estratégico: Amenaza Alta. El mercado es saturado y dinámico. No obstante, Daniel Monteleone se diferencia por su enfoque educativo, su modelo híbrido (Freemium + Solution Provider + Performance-Based) y su especialización en mujeres profesionales.

Nota: elaboración propia.

2.1.2.2 Conclusión del análisis de las Cinco Fuerzas de Porter.

El análisis de las Cinco Fuerzas demuestra que la industria del marketing digital presenta una alta rivalidad competitiva, con una entrada accesible para nuevas agencias y profesionales independientes. No obstante, la especialización de Daniel Monteleone en estrategias personalizadas, basadas en datos y educación digital, reduce la amenaza de sustitutos y genera diferenciación frente a competidores genéricos. El poder de los clientes es elevado, lo que obliga a mantener transparencia, medición de resultados y una atención personalizada como ventaja competitiva clave.

2.2 Interno

2.2.1 VRIO

2.2.1.1 Análisis del entorno VRIO.

Criterio VRIO	Análisis de Recurso/Capacidad clave	Capacidad / Metodología de Acompañamiento Digital Personalizado
Valor (V)	¿Esta capacidad permite a la agencia diferenciarse y responder a la amenaza de sustitutos como agencias genéricas o herramientas de IA gratuitas?	Tarea: Evaluar si el acompañamiento educativo, la automatización y la medición de resultados generan valor para el cliente profesional. Resultado: Valioso. La metodología integral de Daniel Monteleone —que combina estrategia, tecnología y formación— ofrece resultados medibles y fomenta la autonomía digital del cliente, lo que la hace altamente valorada frente a servicios estándar o automatizados.
Rareza (R)	¿Es común que otras agencias de marketing digital en México ofrezcan este nivel de personalización y educación al cliente?	Tarea: Analizar si los competidores integran un modelo educativo con acompañamiento estratégico y herramientas como Odoo CRM. Resultado: Raro. La mayoría de agencias se enfocan en ejecución operativa (campañas, diseño o redes sociales), mientras Daniel Monteleone integra análisis de datos, formación digital y procesos automatizados, lo que la distingue en el sector.

Imitabilidad (I)	¿Qué tan difícil sería replicar esta metodología en otras agencias? ¿Depende de tecnología, experiencia o cultura interna?	Tarea: Evaluar si la metodología y los procesos formativos son fáciles de copiar. Resultado: Difícil de Imitar. El enfoque de acompañamiento educativo y personalizado, sumado a la experiencia del equipo y al dominio de herramientas integradas, requiere conocimientos especializados, cultura colaborativa y estructura tecnológica, lo que encarece su imitación.
Organización (O)	¿Cuenta la agencia con estructura, procesos y tecnología para aprovechar esta capacidad de manera rentable y escalable?	Tarea: Identificar si hay roles, procedimientos y sistemas que garanticen la ejecución del modelo educativo y automatizado. Resultado: Organizada. Daniel Monteleone posee un ecosistema digital basado en Odoo CRM, Meta Ads, email marketing y WhatsApp Business, con protocolos definidos de atención, capacitación y seguimiento que aseguran una operación rentable y reproducible.

Nota: elaboración propia.

2.2.1.2 Conclusión general del análisis VRIO.

El análisis VRIO revela que la metodología de acompañamiento educativo, la infraestructura tecnológica integrada (Odoo CRM, automatización e IA) y la cultura de innovación continua constituyen ventajas competitivas sostenibles para la agencia. Estos recursos cumplen con los



cuatro criterios (Valioso, Raro, Inimitable y Organizado), lo que posiciona a Daniel Monteleone como una organización capaz de competir con efectividad en el sector MarTech mediante propuestas medibles, educativas y diferenciadas.

2.2.2 Cadenas de valor

2.2.2.1 Actividades primarias.

Actividad Primaria	Descripción Estratégica	Valor Generado para el Cliente / Impacto
1. Marketing y Captación de Clientes	Desarrollo de campañas digitales (Meta Ads, SEO, LinkedIn) para atraer prospectos de alto valor (profesionales y PyMEs).	Incrementa la visibilidad de la marca y genera leads calificados mediante contenido educativo y anuncios segmentados.
2. Análisis y Diagnóstico Digital	Auditorías iniciales de presencia digital y rendimiento (social media, web, reputación).	Ofrece claridad al cliente sobre su situación actual y crea confianza a través del diagnóstico gratuito (<i>modelo Freemium</i>).
3. Diseño de Estrategias Personalizadas	Creación de estrategias integrales de marketing basadas en datos, automatización y segmentación.	Genera diferenciación mediante planes hechos a medida con objetivos medibles (ROI, engagement, leads).

4. Ejecución y Gestión de Campañas	Implementación de acciones en Meta Ads, email marketing, automatización y CRM (Odoo).	Garantiza eficiencia y resultados concretos; optimiza recursos y mejora el retorno de inversión (FCE1 y FCE3).
5. Acompañamiento y Formación Digital	Asesoría continua, capacitaciones y acceso a la plataforma educativa de la agencia.	Empodera al cliente, aumenta su fidelidad y fomenta autonomía digital (FCE1 y FCE5).
6. Medición y Retroalimentación	Evaluación continua del desempeño mediante analítica avanzada, reportes y dashboards automatizados.	Permite la mejora constante y demuestra resultados tangibles (FCE2 y FCE4).

Nota: elaboración propia.

2.2.2.2 Actividades de apoyo.

Actividad de Apoyo	Descripción Estratégica	Contribución al Valor / Ventaja Competitiva
1. Infraestructura Organizacional	Estructura administrativa, procesos internos, finanzas y cumplimiento fiscal.	Asegura sostenibilidad económica y operativa; base para escalar con eficiencia.
2. Gestión del Talento Humano	Reclutamiento, capacitación continua y certificación en marketing digital e IA.	Desarrolla competencias especializadas que son difíciles de imitar (VRIO – FCE5).
3. Desarrollo Tecnológico e Innovación	Implementación de Odoo CRM, automatización, inteligencia artificial y analítica de datos.	Incrementa productividad, reduce costos y permite ofrecer servicios de alto valor.

4. Abastecimiento y Alianzas Estratégicas	Relaciones con proveedores de tecnología, freelancers, socios y plataformas publicitarias.	Amplía la capacidad técnica y flexibilidad operativa sin aumentar estructura fija.
5. Gestión del Conocimiento	Documentación de procesos, creación de manuales operativos y metodologías propias.	Facilita la estandarización, la formación interna y la escalabilidad.

Nota: elaboración propia.

2.2.3 Cadena de valor integrada con diagnóstico VRIO

Actividad / Proceso Clave	Tipo (Primaria o de Apoyo)	Valor Estratégico en la Cadena	Evaluación VRIO	Diagnóstico Estratégico (Resultado)
1. Marketing y captación de clientes (Meta Ads, LinkedIn, SEO)	Primaria	Genera visibilidad, atrae prospectos calificados y posiciona la marca.	V: Sí aporta valor tangible. R: No – Común en el mercado. I: Media – Imitable con recursos. O: Sí – Bien organizada.	Ventaja competitiva temporal. Debo innovar continuamente en segmentación y automatización.
2. Diagnóstico digital y auditorías gratuitas (modelo Freemium)	Primaria	Aumenta la confianza del cliente y reduce barreras de entrada.	V: Sí Genera valor de inicio. R: Media pocas	Fortaleza táctica. Aporta valor, pero no es sostenible si no se actualiza.

			agencias lo hacen. I: Baja fácil de replicar. O: Sí Integrado al proceso comercial.	
3. Diseño de estrategias personalizadas basadas en datos y automatización (Odoo, IA)	Primaria	Ofrece soluciones únicas y adaptadas con resultados medibles.	V: Sí R: Sí I: Alta O: Sí	Ventaja competitiva sostenible. Es una de las fortalezas clave del modelo de negocio.
4. Ejecución y gestión de campañas omnicanal (Meta Ads, Email, WhatsApp Business)	Primaria	Optimiza la inversión publicitaria y mejora el retorno (ROI).	V: Sí R: No I: Media O: Sí	Ventaja temporal. Requiere constante innovación en tendencias y automatización.
5. Acompañamiento y formación digital a clientes (plataforma educativa y mentorías)	Primaria	Diferencia a la agencia del mercado, empodera al cliente y genera fidelización.	V: Sí R: Sí I: Alta O: Sí	Ventaja competitiva sostenible. Es el corazón del modelo y debe potenciarse como sello de marca.
6. Analítica, reportes y dashboards automatizados	Primaria	Aporta transparencia y medición objetiva de resultados.	V: Sí R: Sí I: Media O: Sí	Fortaleza estratégica. Mejora la confianza del cliente y la toma de decisiones.



7. Infraestructura tecnológica (CRM Odoo, IA, herramientas de automatización)	Apoyo	Centraliza procesos y permite escalar sin aumentar costos fijos.	V: Sí R: Sí I: Alta O: Sí	Ventaja sostenible. Pilar operativo del modelo digital.
8. Gestión del talento humano y formación continua en marketing digital	Apoyo	Desarrolla competencias únicas y fortalece la cultura innovadora.	V: Sí R: Media I: Alta O: Sí	Fortaleza estratégica. Potencia la calidad y retención del equipo.
9. Desarrollo organizacional y estandarización de procesos internos	Apoyo	Mejora la eficiencia operativa y la calidad del servicio.	V: Sí R: Media I: Media O: Sí	Fortaleza operativa. Base para lograr escalabilidad con calidad (FCE5).
10. Alianzas tecnológicas y colaboraciones externas (freelancers, proveedores MarTech)	Apoyo	Amplía la capacidad técnica y reduce costos fijos.	V: Sí R: Media I: Media O: Sí	Fortaleza táctica. Mejora la adaptabilidad y la innovación.

Nota: elaboración propia.

2.2.4 Conclusión general del análisis VRIO con Cadena de Valor

El análisis de la cadena de valor permitió identificar los procesos que generan ventajas competitivas sostenibles y los que requieren innovación constante para mantener la diferenciación de la agencia Daniel Monteleone en el mercado MarTech. Las actividades primarias como el diseño de estrategias personalizadas basadas en datos, la formación digital a clientes y la analítica automatizada constituyen los principales factores de valor, al ofrecer



resultados medibles y experiencias personalizadas difíciles de imitar. En cuanto a las actividades de apoyo, la infraestructura tecnológica (Odoo, IA) y la gestión del talento especializado son pilares estratégicos que sustentan la escalabilidad y calidad del servicio. En conjunto, la cadena de valor evidencia una estructura organizacional ágil, innovadora y centrada en el cliente, donde la tecnología y la educación continua actúan como motores de competitividad sostenible.

2.3 Matriz FODA

2.3.1 Análisis de la matriz FODA



Nota: elaboración propia.



2.3.2 Conclusión general del FODA

La integración de los análisis externos (PESTEL y Porter) e internos (VRIO y Cadena de Valor) muestra que Daniel Monteleone opera en un entorno de alta competencia y cambio tecnológico acelerado, pero con ventajas claras en innovación, educación digital y automatización. Las oportunidades del mercado mexicano —especialmente el crecimiento de las PyMEs y la demanda de estrategias personalizadas— pueden aprovecharse mediante una gestión estratégica enfocada en datos, fidelización y escalabilidad controlada.

2.4 Matriz CAME

2.4.1.1 Análisis de la matriz CAME

Tipo de Estrategia	Qué aborda del FODA	Línea Estratégica Propuesta	Justificación Estratégica
C – Corregir	D1. Capacidad operativa limitada D2. Dependencia de plataformas externas D5. Necesidad de fortalecer alianzas estratégicas	C1. Ampliar la capacidad operativa mediante alianzas con freelancers certificados y automatización interna de tareas repetitivas. C2. Negociar acuerdos preferenciales con proveedores tecnológicos y diversificar plataformas (Odoo, HubSpot, Meta).	Permite escalar servicios sin perder personalización y reducir la vulnerabilidad frente a cambios de plataformas externas.
A – Afrontar	A1. Alta competencia A3. Sensibilidad al precio A5. Riesgos legales en protección de datos	A1. Implementar estrategias de diferenciación basadas en resultados medibles y certificaciones éticas. A2. Desarrollar políticas de cumplimiento legal (compliance digital) y gestión responsable de datos.	Fortalece la confianza del cliente, mejora la reputación y mitiga riesgos competitivos y legales.



M – Mantener	F1. Metodología personalizada y educativa F3. Cultura colaborativa e innovadora F6. Comunicación ética y enfoque en resultados	M1. Reforzar el acompañamiento digital educativo como ventaja competitiva central. M2. Mantener la cultura de innovación y aprendizaje continuo a través de capacitaciones y gestión del conocimiento.	Garantiza la coherencia de marca y la retención de clientes por diferenciación y calidad del servicio.
E – Explotar	O1. Crecimiento del mercado digital O2. Programas públicos de digitalización O4. Avances tecnológicos en IA y automatización O6. Demanda de estrategias educativas	E1. Aprovechar el crecimiento del sector MarTech ofreciendo soluciones personalizadas para PyMEs y profesionales. E2. Desarrollar productos formativos (webinars, microcursos) sobre marketing educativo y uso ético de IA.	Capitaliza las oportunidades del entorno y amplía las fuentes de ingreso con innovación y formación.

Nota: elaboración propia.

2.4.2 Conclusión general matriz CAME

La aplicación de la Matriz CAME permitió transformar los hallazgos del FODA en un plan de acción estratégico claro y realista para la agencia Daniel Monteleone. A través de este ejercicio, se identificó la necesidad de corregir limitaciones operativas y tecnológicas mediante alianzas y automatización; afrontar la alta competencia con diferenciación basada en resultados y cumplimiento ético; mantener la metodología personalizada y la cultura innovadora como pilares del valor ofrecido; y explotar las oportunidades del mercado digital y los avances tecnológicos para expandir los servicios formativos.



En conjunto, la matriz refuerza una estrategia integral orientada a la eficiencia, innovación y sostenibilidad, asegurando la consolidación y crecimiento competitivo de la agencia en el ecosistema MarTech mexicano.

2.5 Cruce Estratégico FODA–CAME

Tipo de Estrategia	Descripción	Estrategias Derivadas (del CAME)
FO (Ofensivas)	Utilizar las Fortalezas para aprovechar las Oportunidades .	- Ofrecer soluciones de automatización y educación digital (E1, E2).
DO (Reorientación)	Superar las Debilidades aprovechando las Oportunidades .	- Fortalecer alianzas y diversificar plataformas (C1, C2).
FA (Defensivas)	Usar las Fortalezas para mitigar las Amenazas .	- Diferenciarse mediante transparencia, resultados y acompañamiento humano (M1, A1).
DA (Supervivencia)	Reducir las Debilidades y evitar las Amenazas .	- Implementar compliance digital y protocolos de seguridad de datos (A2).

Nota: elaboración propia.

2.5.1 Conclusión general CAME/FODA

La aplicación del modelo CAME permite transformar el FODA de la agencia *Daniel Monteleone* en líneas estratégicas claras, priorizando el fortalecimiento operativo, la innovación tecnológica, la diferenciación por valor educativo y la gestión ética de los datos. El cruce FODA–CAME asegura coherencia entre diagnóstico y acción, garantizando la sostenibilidad y competitividad de la agencia en el ecosistema digital mexicano.



2.6 Factores Clave de Éxito (FCE)

2.6.1 Análisis de los factores

FCE	Descripción	Relación Estratégica (CAME–FODA)	Impacto en la Agencia
FCE1. Excelencia en personalización y acompañamiento educativo	Garantizar una experiencia diferenciada para cada cliente mediante asesorías, formación y seguimiento personalizado.	M1, M2, A1	Es la principal ventaja competitiva; asegura fidelización y satisfacción del cliente.
FCE2. Integración tecnológica avanzada y automatización inteligente	Consolidar el uso estratégico de plataformas como Odoo CRM, Meta Ads y herramientas de IA para optimizar campañas y procesos.	C1, A2, E1	Permite escalabilidad, eficiencia operativa y generación de resultados medibles.
FCE3. Innovación continua y desarrollo del talento digital interno	Fomentar un entorno de aprendizaje y actualización constante del equipo en tendencias MarTech, IA y analítica.	C1, M2	Fortalece la capacidad adaptativa frente al cambio tecnológico y competitivo.
FCE4. Posicionamiento y reputación de marca ética y confiable	Construir una imagen sólida basada en transparencia, cumplimiento normativo y resultados verificables.	A1, A2, C2	Incrementa la confianza del cliente y refuerza la diferenciación frente a competidores.
FCE5. Diversificación de servicios y modelos de ingreso escalables	Implementar planes Freemium, Solution Provider y Performance-Based para distintos perfiles de PyMEs.	E1, E2	Aumenta rentabilidad, reduce riesgos financieros y amplía la base de clientes.

Nota: elaboración propia.

2.6.2 Análisis FCE



Los Factores Críticos de Éxito de Daniel Monteleone se centran en mantener una propuesta diferenciada, tecnológica y humana, sustentada en la formación del cliente, la automatización inteligente y la transparencia.

Cumplir estos FCE garantiza sostenibilidad, crecimiento rentable y posicionamiento en el ecosistema del marketing digital B2B.

Estos elementos garantizan que la estrategia definida en el CAME y el cruce FODA–CAME se ejecute con coherencia, sostenibilidad y alineación a la visión de consolidarse como una agencia líder en marketing digital educativo y automatizado en México.