

Estudio de Mercado y Plan de Marketing

Datos identificativos del proyecto

Nombre y apellidos del alumno o alumna

Manuel Fernández Caballero

Breve descripción del proyecto

(Tiene como finalidad recordar al tutor o tutora las referencias básicas del proyecto: idea de negocio, nombre de la empresa ...)

QuantumSafe Security es un proyecto de ciberseguridad especializado en proporcionar soluciones avanzadas para garantizar la protección digital. La empresa ofrece servicios que incluyen análisis de vulnerabilidades, auditorías de seguridad y desarrollo de software para combatir amenazas cibernéticas. Con el compromiso de garantizar la seguridad en línea, se espera conseguir ser un referente de ciberseguridad en el ámbito nacional protegiendo desde individuos hasta grandes empresas. He cambiado el nombre respecto a la anterior tarea para distinguirlo



1. Diagnóstico de la situación inicial

Caracterización general del sector de actividad

Código y literal de CNAE correspondiente a la actividad ¹	
6201	Actividades de programación informática
6202	Actividades de consultoría informática
6203	Gestión de recursos informáticos
6209	Otros servicios relacionados con las tecnologías de la información y la informática

Códigos e información de <https://www.cnae.com.es/>

Interesa conocer cómo está evolucionando el sector. En esta fase tomaremos como referencia el mercado global, puesto que nuestra empresa probablemente tendrá un carácter local, no debemos ir más allá del ámbito nacional. En concreto habrá que caracterizarlo en cuanto a: tamaño, tasa de crecimiento, tipología de empresas, momento del ciclo de vida del mercado, tipo de competencia, existencia de empresas líderes o de barreras de entrada y cualquier otro dato de interés.

¹ Consulta el epígrafe «Mercado» de la UT 3



El mercado de ciberseguridad **a nivel global** ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años debido a la constante evolución tecnológica que también implica una creciente amenaza de ciberataques y por tanto, las personas cada vez están más concienciadas de la importancia de la seguridad informática, ya sea porque se ven obligados a hacer cursos obligatorios en las empresas, o porque ven en las noticias hackeos a importantes empresas, o por intentos de estafa vía sms/whatsapp, hoy en día somos más vulnerables ya que dependemos mucho de la tecnología.

Este sector se encuentra en **constante crecimiento** debido a la evolución continua de las amenazas cibernéticas, por tanto, aunque ya existan grandes empresas, se espera que la demanda de servicios de protección aumente y nos podamos hacer un nombre.

Podemos encontrar una amplia variedad de **tipología de empresas** de ciberseguridad, desde grandes corporativos especializados en ciberseguridad hasta pequeñas y medianas empresas que ofrecen soluciones específicas, puedes visitar [aquí](#) las empresas de ciberseguridad en España.

La **competencia** en el ámbito de la ciberseguridad puede ser un gran atenuante a tener en cuenta ya que como hemos visto existen varias empresas compitiendo por ofrecer soluciones innovadoras y efectivas, y ofrecer mejores soluciones o confianza al cliente será complicado al inicio, donde nos centraremos en clientela local.

Estas grandes empresas de seguridad informática a nivel mundial, lideran el mercado. Las barreras de entrada pueden incluir la necesidad **de conocimientos técnicos especializados** y la capacidad de **mantenerse actualizado con las últimas amenazas y tecnologías**.

Consumidores

Definir el segmento de mercado al que se dirige la empresa, su «*target group*» y las razones que motivan el consumo.

Identificación de quiénes intervienen el proceso de compra: Prescriptores, influenciadores, etc.



El target al que nos dirigimos inicialmente son empresas locales y medianas. Planeamos establecernos en este segmento antes de expandirnos hacia empresas más grandes y administraciones públicas. Basándome en mi experiencia, he llevado a cabo auditorías en pequeñas empresas que no estaban al tanto del riesgo asociado con la exposición de servidores a posibles ataques con información sensible. Es esencial destacar **la importancia vital** de la ciberseguridad, especialmente para aquellas empresas que carecen de un departamento o experto en la materia. Ofrecer cursos informativos a los clientes puede ser una estrategia clave.

Participar en [eventos](#) de ciberseguridad nos brinda la oportunidad de darnos a conocer, mantenernos actualizados con las últimas tendencias y expandir nuestra red de contactos. Esta estrategia no solo contribuirá a nuestro crecimiento, sino que también nos posicionará como expertos en el campo y nos permitirá establecer conexiones valiosas en la industria.

La demanda

Se trata de cuantificar la demanda en términos globales (unidades consumidas y/o cifra de ventas) por nuestro mercado de referencia ². Se trata de tomarle el pulso al consumo. Es importante determinar tanto el mercado real como el potencial, la diferencia entre ambas magnitudes nos informa del hueco de mercado disponible. .

Es posible que no dispongas de toda la información para tu ámbito de actuación geográfica, en ese caso puedes extrapolar los datos obtenidos de ámbitos territoriales más amplios. Siempre es importante conocer qué está sucediendo en el entorno general, que puede estar marcando una tendencia que tarde o temprano nos afectará.

² El mercado de referencia es el conjunto de individuos que consumen el producto, el mercado real o actual.



A día de hoy, 10 de diciembre de 2023, se observa un continuo impulso en Castilla-La Mancha hacia la búsqueda, expansión y creciente demanda en el ámbito de la seguridad informática. Este sector se consolida como un [pilar fundamental](#) para el desarrollo regional, respaldado por la decidida apuesta del gobierno regional por la tecnología. Así como recientes ramas de estudio que recién aparecen como el fp o grado de ciberseguridad. En el [informe de cibercriminalidad](#), podemos observar la necesidad de implementar la ciberseguridad tanto a individuos como a grandes empresas, ilustro a continuación sectores críticos.

INFORME SOBRE LA CIBERCRIMINALIDAD EN ESPAÑA

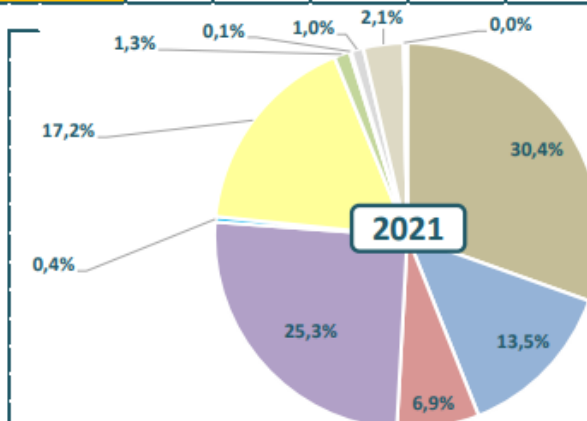
3.-

INFRAESTRUCTURAS CRÍTICAS Y CIBERSEGURIDAD

>> 3.3. Incidentes gestionados por sector estratégico

Sector estratégico	INCIDENTES GESTIONADOS					
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Energía	126	213	149	151	121	207
Transporte	90	152	192	197	176	92
Tecnologías Informac. y Comunicac. (TIC)	17	40	46	50	29	47
Sistema tributario y financiero	152	250	214	266	452	172
Alimentación	47	42	40	57	1	3
Agua	40	134	57	64	31	117
Industria nuclear	4	12	5	18	22	9
Administración	2	10	1	0	4	1
Espacio	0	1	3	4	3	7
Industria química	0	0	15	11	18	23
Instalaciones de Investigación	0	0	0	0	0	0
Salud	0	1	0	0	0	0
Todos los sectores afectados	1	0	0	0	4	2

Porcentaje del total de incidentes gestionados



Proveedores e Intermediarios

Señala las características más relevantes de estos agentes del mercado para tu negocio según lo que hemos comentado en la Unidad de Trabajo.

Los proveedores de ciberseguridad más relevantes del mercado español son: Accenture, Ackcent, Eviden, Capgemini, Deloitte, EY, Fujitsu, IBM, Inetum, Minsait-SIA, T-Systems y Telefónica son los proveedores de ciberseguridad destacados en el Universo Penteo de 2023.

Respecto a los proveedores de hardware, Semic Store, Aseuropa o DMI Computer, son mayoristas tecnológicos, que pueden hacernos ahorrar dinero al comprar al por mayor, pero en un inicio donde la inversión tecnológica no sea tan grande, podríamos contar con PCComponentes para realizar los pedidos y obtener el equipo necesario.

Competencia

Es posible que pienses que tener competencia es una desventaja, pero si sabes sacarle provecho, tener competencia te librá de cometer muchos errores. Identifica tu competencia, estudiála para aprender de ella, para identificar sus puntos débiles y superarla. Resume en este apartado la información que puedas localizar sobre tu competencia directa: Nombre, ubicación, servicios prestados, precios, tamaño, ventajas competitivas, debilidades, etc..



La competencia más directa en Guadalajara son servicios de consultoría informática como Consulthost, Proyecto Albedo, Herdel Consulting, IS Delgado o Adapta System. La mayoría de estos servicios no cuenta con un buen marketing, presencia en redes sociales, o posicionamiento. De hecho, me ha costado encontrar una web en Google de Ciberseguridad en Guadalajara, la primera ha sido [IS Delgado](#), la cual deja que desear si la compramos con grandes como IBM, Cisco, Incibe...

Es fácil identificar brechas u oportunidades de mejora en un negocio en Guadalajara, pero enfrentar la competencia de grandes empresas en la capital implicaría desafíos considerables. Limitaciones de recursos, reconocimiento de marca, y competencia en presupuestos de marketing son obstáculos que requieren estrategias específicas para el correcto desarrollo.

Conclusiones: diagnóstico de la situación inicial

Realiza una valoración de la información recogida.

Basándome en la información recopilada... observando la situación de los negocios de ciberseguridad en Guadalajara, puedo destacar **un contexto favorable** para identificar oportunidades de mejora y crecimiento.

La **demand**a de servicios de ciberseguridad en la región está en aumento, respaldada por una creciente **conciencia** de la importancia de la protección cibernética. Sin embargo, se observa una competencia directa local, lo que representa una oportunidad para destacar mediante estrategias de posicionamiento y visibilidad en el mercado.

Aunque en un inicio no podríamos competir con las empresas líderes del sector, la ventaja de ser una empresa local permite una mayor comprensión del mercado, agilidad para adaptarse y un enfoque personalizado para satisfacer las necesidades específicas de las pequeñas y medianas empresas de Guadalajara.



Referencias al material consultado para la realización del apartado

No te olvides de incluir las fuentes de información que has utilizado como notas al final de documento. Si se trata de documentos publicados en Internet, por favor incluye el enlace .

He utilizado hipervínculos para referencias a las webs mencionadas.



2. Definición de la misión y establecimiento de objetivos

Misión

Garantizar la integridad digital de las empresas en Guadalajara.

Objetivos

Posicionamiento Local: Consolidar nuestra presencia local mediante estrategias de marketing, así como presencia en la web, redes sociales y colaboraciones locales.

Reconocimiento Nacional: Obtener reconocimiento a nivel nacional como referente en servicios de ciberseguridad, consolidando nuestra posición fuera de Guadalajara.

Innovación: Utilizar herramientas a la vanguardia del sector, así como el posible desarrollo de software en un futuro para prevenir las posibles amenazas.

Crecimiento Sostenible: Lograr un crecimiento anual del 20% en cartera de clientes (por lo menos).

Educación y Concientización: Impartir programas educativos para elevar el conocimiento en ciberseguridad.

Reputación y Satisfacción: Alcanzar un índice de satisfacción del cliente superior al 90% y utilizarlo a nuestro favor para darnos a conocer.



3. Estrategias de Marketing Mix

El producto

- Descripción de los tres niveles de diseño del producto:
Básico
Real: Diseño, calidad, marca, logo, envase, etiquetado. Si lo que ofreces es un servicio, sustituye los apartados referidos al envase por todo lo que tiene que ver con la presentación del servicio: decoración, uniformes, etc..
Aumentado: Servicios de apoyo y ventajas asociadas al consumo
- Etapa del ciclo de vida en la que se encuentra el producto y estrategia a seguir.

Básico: Soluciones de ciberseguridad, auditorías, implementación de medidas preventivas, instalación de copias de seguridad, comprobaciones legales respecto a la ley de protección de datos...

Real: El diseño está predefinido, ya que contamos con proveedores de software y hardware, podríamos implementar el logo de nuestra empresa en nuestros maletines, furgonetas a la hora de realizar la instalación para reforzar la identidad de la marca. Podríamos incluir regalar pendrives con nuestro logo como marketing, los cuales nos saldrían muy baratos al comprar al por mayor, donde dejaríamos a nuestros clientes guías de información de uso, así como el contacto. Respecto al código de vestimenta, con vestir profesional bastaría, quizás añadir una tarjeta para reforzar la imagen visual de la empresa, pero en principio, no sería necesario a no ser que nos dirijamos a una reunión o clase educativa donde sería imprescindible.

Aumentado: Ofreceremos servicios de monitoreo continuo, tanto de redes como en web, actualizaciones regulares para hacer frente a nuevas amenazas y capacitación personalizada para los usuarios, seguimientos, intentos de phishing al personal de la empresa para ver como reaccionarían ante un ataque real...

El precio

Aunque de momento no tienes información respecto a tus costes si que puedes fijarte una estrategia a seguir (revisa el documento sobre los distintos métodos de establecimiento de precios). Investiga los precios de la competencia para tenerlos como referencia. Justifica tu respuesta.



El precio dependerá en gran medida de los servicios contratados por el cliente, hoy en día se suele vender un software y se paga mensualmente por el mismo.

Podríamos ofrecer una evaluación inicial, así como auditorías internas, web, wifi para proponer soluciones personalizadas, como modelos de suscripción mensual, paquetes de servicios personalizados como el monitoreo, políticas de privacidad y acceso, y ofrecer descuentos por compromisos a largo plazo estableciendo una escalabilidad que permita a las empresas empezar con los servicios esenciales y escalar.

El precio tendría en cuenta el hardware si fuese necesario instalarlo, las licencias del uso de software si se utilizase alguno, y las horas de trabajo.

Distribución

Selecciona los canales de distribución y el tipo de distribución que vas a realizar (intensiva, selectiva o exclusiva). Es importante también que definas la localización, especialmente si se trata de un servicio. Si te animas puedes incluir un mapa con la ubicación de tu empresa. Razona todas tus decisiones.

Utilizaríamos **un tipo de canal directo**, que implica establecer relaciones directas con pequeñas empresas locales, ofreciendo servicios de ciberseguridad personalizados y adaptados a sus necesidades específicas. Este enfoque **prescinde de intermediarios**, permitiendo una comunicación directa y una mayor personalización en la entrega de los servicios. La estrategia busca fortalecer la relación directa con los clientes y garantizar la calidad de la oferta de ciberseguridad.



Comunicación

Revisa las dos presentaciones que se incluyen este epígrafe de la unidad de trabajo.

Tienes que : Identificar la audiencia objetivo, los objetivos de la campaña, el mensaje, los medios o canales y las herramientas.

A la hora de seleccionar los medios ten en cuenta tanto tu ámbito geográfico como las costumbres de tus clientes.

Utilizo los videos del apartado 2.7 del temario:

Video 1 LoPD https://www.youtube.com/watch?v=wRTfC1EjNIE&ab_channel=CSMPTalavera

Video 2 Tuenti https://www.youtube.com/watch?v=nmJBXVMHTF4&ab_channel=NITID

	Ley de Protección de Datos	Fenómeno Tuenti
Audiencia objetivo	Empresas y organizaciones que manejan datos personales	Población joven
Objetivos de campaña	Legalizar, legitimar y proteger el manejo de datos personales	Resaltar el “Fenómeno Tuenti”
Mensaje	Importancia de cumplir con la Ley de Protección de Datos	Tuenti como plataforma para compartir experiencias y contenidos
Herramientas	Material educativo, infografías sobre la Ley de Protección de Datos	Publicaciones en Tuenti, vídeos promocionales, campañas en redes sociales
Medios o canales	Conferencias, seminarios legales, material educativo online	Publicidad online, redes sociales, contenido compartido en Tuenti, telefonía móvil en el futuro....



Nuestra **estrategia de comunicación** se centraría en destacar la experiencia y compromiso de la empresa en el ámbito de la ciberseguridad, enfocándose en la educación del cliente y la construcción de relaciones duraderas.

En el ámbito de la **publicidad**, implementaremos anuncios en línea que resalten la vital importancia de la ciberseguridad en el entorno empresarial y participaremos activamente en eventos locales y nacionales de tecnología para fortalecer nuestra visibilidad.

Para la **promoción de ventas**, ofreceremos ofertas especiales en auditorías de seguridad y descuentos atractivos en servicios de formación en ciberseguridad.

A nivel de **venta personal**, participaremos activamente en ferias y eventos locales, además de realizar presentaciones a empresas locales para concientizar sobre la importancia de la ciberseguridad.

Como medio utilizaríamos **internet**, hoy en día se llega a mas potenciales clientes mediante el uso de **las redes sociales**, redirigiríamos a un posible cliente a nuestra web.

Por último, **en marketing directo**, implementaremos campañas de correo electrónico dirigidas a clientes potenciales y ofreceremos ofertas personalizadas para mantener y expandir nuestras relaciones comerciales.

4. Presupuesto

Tendrás que investigar un poco más para resolver este apartado. Internet te puede resultar de gran ayuda.



Aquí no tengo muy claro el presupuesto, así que enumerare costes:

- Cuota de autónomos: 80€ el primer año
- Publicidad en línea, posicionamiento, marketing empresarial en redes sociales como LinkedIn, Facebook, TikTok: este depende del presupuesto diario que nosotros depositemos, ejemplo de Facebook.

Presupuesto y calendario


Define cuánto quieres gastar y cuándo quieres que se muestren tus anuncios.

Subasta Alcance y frecuencia predecible

Presupuesto  Presupuesto diario  11 USD

11 USD

El importe real gastado por día puede variar. 

Calendario  ☒ Poner mi conjunto de anuncios en circulación
☐ Definir una fecha de inicio y de finalización

No gastarás más de 77 USD a la semana.

[Mostrar opciones avanzadas](#) ▼



- Participación en eventos locales y nacionales: los costes de desplazamiento y salario/hora de los trabajadores, así como la entrada al evento
- Campañas de marketing directo y redes sociales: el salario del trabajador destinado al marketing de las redes sociales
- Adquisición de software y hardware: 10,000€ - 50,000 € inicial, dependiendo del software a utilizar, incluiría tanto software de auditorías, como firewalls, como antivirus... sería la inversión más cara. La inversión también depende de la cantidad de personal de la empresa, si fueran menos de 5 personas sería mucho menor.
- Uniformes, transporte de empresa... No sería necesario en un principio pero es algo a considerar también.
- Servidor web + dominio: unos 90€ anuales, dependiendo del proveedor.

