



CARRERA DE MARKETING

TEMA:

“PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA ROI+ EN LA CIUDAD DE CUENCA”

AUTOR:

MATEO DANIEL BECERRA BERMEO

TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
TECNÓLOGO EN MARKETING

TUTORES:

- PROF. MG. MARCO MOSCOSO MERCHÁN

CUENCA – ECUADOR, 2022

DERECHOS DE AUTOR



www.sudamericano.edu.ec

DERECHOS DE AUTOR

Los derechos de esta obra son irrenunciables y corresponden a su **AUTOR**, incluido sus derechos patrimoniales. El **Instituto Tecnológico Superior Particular Sudamericano** tiene licencia gratuita e intransferible sobre esta obra para uso no comercial, de necesitar uso comercial requiere autorización de su titular.

CERTIFICADO DE TUTOR



www.sudamericano.edu.ec

CARRERA DE MARKETING

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Aprobación del Trabajo de Titulación

Doy fe que el trabajo desarrollado por el/la/los estudiantes: **BECERRA BERMEO MATEO DANIEL**, con el título “**Plan de Marketing Para La Empresa ROI+ En la Ciudad de Cuenca**”, cumple con los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

Atentamente,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Marco Moscoso Merchán', is enclosed within a blue oval stamp.

Mg. Marco Moscoso Merchán.

C.I 0102694098

DECLARACIÓN DE AUTORÍA



www.sudamericano.edu.ec

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL TRABAJO

Yo, **BECERRA BERMEO MATEO DANIEL**, estudiante del **Instituto Tecnológico Superior Particular Sudamericano** de la ciudad de Cuenca - Ecuador, que cursó la Tecnología en **Marketing**, declaro en forma libre y voluntaria que la presente investigación que versa sobre **“Plan de Marketing Para La Empresa ROI+ En la Ciudad de Cuenca”** así como las expresiones vertidas en la misma, son autoría de la compareciente, quien ha realizado en base a recopilación bibliográfica, consultas de internet y consultas de campo.

En consecuencia, asumo la responsabilidad de la originalidad de la misma y el cuidado al remitirme a las fuentes bibliográficas respectivas para fundamentar el contenido expuesto.

Atentamente,

BECERRA BERMEO MATEO DANIEL

Cédula: 0106107535

RESUMEN

PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA ROI+ EN LA CIUDAD DE CUENCA

El presente proyecto se realiza, por una problemática que presentó la empresa la cual es la deserción de clientes, y la falta de comunicación para llamar a nuevos clientes, el objetivo central es enfocarnos en estrategias comunicacionales y fidelizaciones de clientes, en la cual se ocupó una metodología cualitativa y cuantitativa, los cuales nos mostraron cómo está la satisfacción de los clientes en cuanto a los planes que se oferta dentro de la empresa de ROI+, adicionando a eso se entendió que la mayoría de los negocios cuencanos poseen lo que son redes sociales pero no tienen un personal capacitado para dichas acciones, por ende se vio que tiene grandes oportunidades ROI+, dentro del mercado cuencano para vender sus nuevos planes de manejo de redes sociales, los mismos meses atrás se procedieron con cambios dentro de los precios ya que no llamaban la atención de nuestro público objetivo que teníamos. Ahora con los nuevos planes que se abrieron dentro de la agencia, se pudo observar que de una manera rápida uno de nuestros clientes regresó con la agencia para que de nuevo les ayude con lo que son manejo de redes sociales.

Por ende se puede decir que si aplicamos cada una de las estrategias planteadas en este presente plan de marketing pudiéramos tener un mayor alcance dentro del segmento al cual nos estamos enfocando y adicionando a eso pudiéramos tener un buen reconocimiento a nivel local, y con la comunicación de las experiencias que tienen como clientes, nos pudieran referir a más negocios en otras partes a nivel nacional y con el paso del tiempo ser una gran empresa reconocida y con capacidades de poder competir dentro del mercado.

Palabras claves: Plan de marketing, estrategias, fidelización, marketing digital, mix de marketing.

ABSTRAC

MARKETING PLAN FOR ROI+ COMPANY IN THE CITY OF CUENCA

The present research project was carried out in order to give a solution to a problem presented in this company. Customer desertion and a lack of advertisement on social media that attract potential clients were the issues. The main objective was to build customer loyalty and communication strategies. Qualitative and quantitative methodology was used. As a result, the analyzed data indicated the levels of customer satisfaction regarding the different plans offered by ROI+. Likewise, the majority of businesses in Cuenca have social networks, but they do not have trained personnel to do service effectively. Therefore, ROI+ has a great number of opportunities in the market to sell its marketing plans. A few months ago, there were significant changes in the prices of their plans. These changes were positive in order to appeal to the target customers. Now, with the new plans implemented, it was possible to witness the return of one of our clients to the agency to help him again with social media management.

Therefore, if we apply each one of these proposed strategies, we will have a great impact on the subject we are focusing on, and we could also be widely recognized. On the other hand, with our customer references, we could also upgrade our plans to grow and succeed as a company at a national level.

Keywords: Marketing plan, strategies, loyalty, digital marketing, marketing mix.

DEDICATORIA

Dedico mi tesis a mis padres: Daniel Becerra y Susana Bermeo que han estado siempre presentes incondicionalmente a lo largo de mis estudios por su esfuerzo y dedicación que siempre me demostraron y no me dejaron caer ante cualquier adversidad. Además, dedico esta tesis a mi hermana Daniela, la cual me ayudó incondicionalmente cuando más la necesite en este largo trayecto que me tocó pasar.

Y por último dedico mi tesis a mis abuelos Gloria y Humberto y tío Néstor, que desde el cielo me supieron guiar en estos pasos de mi vida profesional, ya que ustedes deseaban día a día que fuera un hombre de bien y que me enseñaron que cada proyecto de vida que tenga va a traer consigo un largo camino de esfuerzos y derrotas.

Gracias por sus consejos y enseñarme que todo lo que se hace en la vida con amor y dedicación tiene siempre su fruto y recompensa y la mía es haber culminado mis estudios con gran éxito.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, primeramente, por permitirme obtener un logro más en mi vida, proporcionándome la fortaleza y su compañía. También manifiesto mi agradecimiento a mis padres que es un privilegio tenerlos que con su amor y sacrificio supieron motivarme para culminar mis estudios de esta manera asegurarme una vida digna y un futuro mejor, asimismo a mi hermana por todo su apoyo en esta etapa estudiantil.

Va mi gratitud a mis distinguidos profesores que con sacrificio y esfuerzo depositaron en mí sus sabias enseñanzas.

A mi director de tesis Mg. Marco Moscoso por haberme brindado la oportunidad de recurrir a su capacidad y conocimientos, además por haberme tenido la paciencia necesaria para guiarme con la redacción y culminación de mi tesis de grado.

ÍNDICE

ÍNDICE.....	9
ÍNDICE DE TABLAS	12
ÍNDICE DE FIGURAS.....	14
INTRODUCCIÓN	16
CAPÍTULO I:.....	16
PROBLEMÁTICA.....	16
Objetivos de la investigación	17
1.1 Objetivo general.....	17
1.2 Objetivos específicos	17
1.3 Preguntas de investigación.....	17
1.3.1 ¿Cómo se relaciona el proyecto con las prioridades de la región y del país?.....	17
1.3.2 ¿Qué conocimiento e información se obtendrá?.....	18
1.3.3 ¿Cuál es la finalidad que se persigue con el conocimiento que brindará el estudio?	18
1.3.4 ¿Cómo se socializarán los resultados?.....	18
1.3.5 ¿Cómo se utilizarán los resultados?.....	18
1.3.6 ¿Quiénes serán los beneficiarios?	18
1.4 Justificación	18
CAPÍTULO II:.....	20
2 MARCO REFERENCIAL.....	20
2.1 Marco Teórico.....	20
2.2 Marco Contextual.....	20
2.3 Marco Conceptual.....	21
2.3.1 Mix de Marketing.....	21
CAPÍTULO III:.....	22
3 METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.....	22
3.1 Investigación y metodología.....	22
3.1.1 Enfoque de investigación.....	22
3.1.2 Tipo de investigación	22
3.1.3 Corte de la investigación.....	22
3.1.4 Instrumentos y técnicas para el levantamiento de la información	22

3.1.5	Metodología de trabajo	22
CAPÍTULO IV:.....		23
4	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	23
4.1	Micro Entorno.....	23
4.1.1	Reseña de la empresa	23
4.1.2	Planes que ofertamos	23
4.1.3	Departamentos dentro de ROI+ Agencia de Marketing Digital.....	25
4.1.4	Competencia dentro del mercado	26
4.2	Macro Entorno	30
4.2.1	Factor Político	30
4.2.2	Factor Económico	30
4.2.3	Factor Social	31
4.2.4	Factor Tecnológico	33
4.2.5	Factor Ecológico	36
4.2.6	Factor Legal	36
4.3	Investigación de mercado (encuesta clientes y nuevos clientes).....	37
4.3.1	Encuesta Clientes	37
4.3.2	Encuesta emprendedores/empresarios	47
4.4	Análisis FODA.....	57
5	CAPÍTULO V: PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN	58
5.1	Propuesta 1 Estrategia de imagen corporativa	58
5.1.1	Táctica 1: Rediseño de la marca.....	58
5.1.2	Táctica 2: Implementación de material publicitario para empleados	60
5.1.3	Táctica 3: Publicidad de nuevo logo en redes sociales.....	62
5.2	Propuesta 2: Estrategias de posicionamiento de la marca dentro del mercado	65
5.2.1	Táctica 1: Creación de material POP	65
5.3	Propuesta 3: Estrategia de fidelización del cliente	70
5.3.1	Táctica 1: Creación de un kit de bienvenida	70
5.3.2	Táctica 2: Presente por fechas especiales a clientes.....	72
5.3.3	Mensajes de felicitaciones en fechas especiales mediante las redes sociales....	74
5.4	Propuesta 4: Nuevos planes de marketing digital	75
5.4.1	Táctica 1: Creación de nuevos planes publicitarios para ROI+ Agencia de Marketing Digital	75
5.4.2	Táctica 2: Plan de social media	77

5.5	Flujo económico de la empresa	78
5.5.1	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	80
6	CONCLUSIONES	81
7	RECOMENDACIONES	82
7.1	A nivel institucional	82
7.2	A nivel técnico.....	82
7.3	A nivel teórico	82
8	Anexos	83
9	Bibliografía	94

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Planes ROI+ Agencia de Marketing	24
Tabla 2 Análisis Competencia 1.....	27
Tabla 3 Análisis Competencia 2.....	27
Tabla 4 Análisis Competencia 3.....	29
Tabla 5 Análisis Competencia 5.....	29
Tabla 6 Nuevas redes sociales en el mercado	35
Tabla 7 Pregunta 1	37
Tabla 8 Pregunta 2	37
Tabla 9 Pregunta 3	37
Tabla 10 Pregunta 4	38
Tabla 11 Pregunta 5	39
Tabla 12 Pregunta 6	39
Tabla 13 Pregunta 7	40
Tabla 14 Pregunta 8	41
Tabla 15 Pregunta 9	41
Tabla 16 Pregunta 11	42
Tabla 17 Pregunta 13	44
Tabla 18 Pregunta 14	44
Tabla 19 Pregunta 16	45
Tabla 20 Pregunta 1	47
Tabla 21 Pregunta 2	48
Tabla 22 Pregunta 3	49
Tabla 23 Pregunta 4	49
Tabla 24 Pregunta 5	50
Tabla 25 Pregunta 6	51
Tabla 26 Pregunta 7	51
Tabla 27 Pregunta 8	52
Tabla 28 Pregunta 9	53
Tabla 29 Pregunta 10	54
Tabla 30 Pregunta 11	54
Tabla 31 FODA.....	57

Tabla 32 Costo de implementos a empleados	61
Tabla 33 Actividades propuesta 2.....	67
Tabla 34 Implementos del kit de bienvenida	70
Tabla 35 Costos del kit de bienvenida	71
Tabla 36 Cronograma de actividades	80

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Plan Básico.....	25
Figura 2 Plan Emprendedores	25
Figura 3 Plan Business Premium.....	25
Figura 4 Plan Empresarial	25
Figura 5 Canasta básica	31
Figura 6 Porcentaje nivel económico clientes.....	38
Figura 7 Porcentaje si cliente conoce ROI+.....	38
Figura 8 Porcentaje de como conocieron la empresa ROI+	39
Figura 9 Porcentaje de satisfacción del servicio brindado	40
Figura 10 Porcentaje si la empresa cumple con sus necesidades.....	40
Figura 11 Porcentaje de expectativas.....	41
Figura 12 Porcentaje de los planes de marketing son económicos	41
Figura 13 Sugerencias de clientes.....	42
Figura 14 Porcentaje de requerimientos de la empresa	43
Figura 15 Expectativas de información	43
Figura 16 Porcentaje de comunicación con clientes	44
Figura 17 Porcentaje de solución de problemas.....	44
Figura 18 Porcentaje de confianza hacia los colaboradores.....	45
Figura 19 Porcentaje de los nuevos planes	46
Figura 20 Comentarios de clientes	46
Figura 21 Porcentaje de actividad económica	48
Figura 22 Porcentaje de manejo de redes sociales	48
Figura 23 Porcentaje de personal capacitado.....	49
Figura 24 Porcentaje de nivel de conocimiento de agencias de marketing.....	50
Figura 25 Porcentaje de conocimiento de empresas	50
Figura 26 Porcentaje de contratación a una empresa de marketing digital	51
Figura 27 Porcentaje de necesidades de una empresa.....	52
Figura 28 Porcentaje de expectativas de un cliente.....	52
Figura 29 Porcentaje de comunicación.....	53
Figura 30 Porcentaje de planes	54
Figura 31 Porcentaje del nivel económico de los planes	54
Figura 32 Comentarios de posibles clientes	55

Figura 33 Manual de Marca	59
Figura 34 Concepto topografía de la marca.....	59
Figura 35 Área de protección de la marca	59
Figura 36 Cromática del logotipo	60
Figura 37 Versiones de la marca	60
Figura 38 Camiseta con la marca	61
Figura 39 Tarjetas de presentación de la marca.....	62
Figura 40 Hojas membretadas de la empresa	62
Figura 41 Logo Propuesta 1	63
Figura 42 Logo Propuesta 2	64
Figura 43 Logo Propuesta 3	64
Figura 44 Propuesta portada	64
Figura 45 Presentación en redes sociales propuesta 1	65
Figura 46 Presentación en redes sociales propuesta 2	65
Figura 47 Propuesta carpeta	68
Figura 48 Propuesta exhibidor en X.....	68
Figura 49 Propuesta camiseta	69
Figura 50 Propuesta tarjetas de presentación	69
Figura 51 Propuesta hoja membretada.....	69
Figura 52 Propuesta de esfero.....	70
Figura 53 Propuesta de jarro	70
Figura 54 Propuesta tarjeta de bienvenida	71
Figura 55 Materiales dentro del kit.....	72
Figura 56 Kit final	72
Figura 57 Materiales del kit fechas especiales.....	73
Figura 58 Kit final fechas especiales.....	74
Figura 59 Propuesta de publicidad en redes sociales.....	75
Figura 60 Plan 1.....	76
Figura 61 Plan 2.....	76
Figura 62 Plan 3.....	77
Figura 63 Contenido de social media.....	78
Figura 64 Costos fijos empresa	79
Figura 65 Costo propuestas.....	79
Figura 66 Cantidad de clientes	79

INTRODUCCIÓN

ROI+ es una agencia de Marketing Digital la cual se encarga de vender y/o ofrecer un servicio a nivel cuencano de marketing digital, el cual desde sus inicios se ha mantenido con los mismos planes y los mismos servicios. Con este estudio se pretende proponer a la empresa la aplicación de un nuevo Plan de Marketing el cual ayudará a incrementar sus ventas, donde generará mayores ingresos y mejorará su rentabilidad y podrá hacer la captación de nuevas personas dentro del mercado.

Se puede decir que el Marketing Digital en el mundo ya es una parte esencial que debe tener cada uno de los negocios o emprendimientos, según Emanuel Olivier de la página Genwords, nos habla un poco de cómo está el marketing a nivel mundial.

Hoy el marketing digital es absolutamente esencial para todos quienes quieren vender, promocionar o dar a conocer sus productos y servicios. Las agencias y las empresas han debido desarrollar nuevas estrategias para mejorar la relación con sus consumidores y potenciales clientes. Es por ello que conocer las claves y herramientas se vuelve de gran importancia. (Peralta, s.f.)

Según el Diario el Comercio el Marketing Digital en el Ecuador ha crecido de una manera rápida por efectos del Covid-19, ya que dentro del año 2021 las transacciones se encontraban en un 2% y para ese año crecieron a un 10% las ciudades que consumían más mediante el comercio electrónico eran la ciudad de Quito y Guayaquil. (El Comercio , 2021)

Además de a ver tenido un crecimiento dentro del comercio electrónico, las empresas o negocios invirtieron en publicidad dentro de las redes sociales las cuales para el año 2021 llegaron a 90 millones de dólares en las siguientes plataformas: Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube y Twitter, y estos datos se evidenciaron en los 14 millones de personas que poseen redes sociales dentro del Ecuador. (El Comercio , 2021)

CAPÍTULO I:

PROBLEMÁTICA

Antes de analizar la problemática nos planteamos la siguiente pregunta ¿Por qué se llegó a la conclusión de realizar un plan de marketing para ROI+?

En el último trimestre del año en curso se ha podido observar de una manera juiciosa algunos problemas que se han presentado dentro de ROI+ Agencia de Marketing Digital, la cual

hasta el día de hoy se ha podido encontrar soluciones a los mismos, entre los principales problemas que se tiene es la deserción de clientes, esto quiere decir que poco a poco la empresa está teniendo menos ingresos económicos, otro de los problemas es que la empresa dispone de planes o servicios digitales con precios altos con relación a la competencia.

Seguido de esto se puede indicar que la empresa no genera un impacto dentro de la sociedad a comparación de la competencia, por eso es que se debe renovar a la marca para generar un nuevo impacto.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Objetivo general

Desarrollar un Plan de Marketing para la empresa de ROI+ Agencia de Marketing Digital de la ciudad de Cuenca, con la finalidad de potenciar las ventas y fidelizar a los clientes, para mejorar los ingresos económicos de la empresa.

1.2 Objetivos específicos

- Investigar fuentes bibliográficas para la fundamentación teórica sobre la elaboración de un Plan de Marketing.
- Diagnosticar el entorno interno y externo de la empresa para encontrar sus Fortalezas, Debilidades, Amenazas y Oportunidades.
- Proponer estrategias sobre las 4 P's del marketing para potenciar las ventas y fidelizar a los clientes.
- Calcular el presupuesto del plan de marketing para factibilidad de la implementación del proyecto.

1.3 Preguntas de investigación

1.3.1 ¿Cómo se relaciona el proyecto con las prioridades de la región y del país?

El proyecto se relaciona con una prioridad en especial que es generar mayores ventas de un negocio en específico, al ser una empresa de marketing digital, les ayudará con el asesoramiento y creación de nuevas campañas digitales las cuales se enfocarán en un nicho del mercado en específico a nivel local o nacionales.

1.3.2 ¿Qué conocimiento e información se obtendrá?

Se obtendrán mejores conocimientos de que es un Plan de Marketing, y se contemplarán nuevos conceptos y estrategias para la elaboración del presente proyecto.

1.3.3 ¿Cuál es la finalidad que se persigue con el conocimiento que brindará el estudio?

La principal finalidad que se conseguirá sería, primero reforzar todos los conocimientos que se contempla hasta ahora, y segundo brindar una ayuda a la empresa para que pueda cumplir con sus objetivos y salir adelante en el mercado digital.

1.3.4 ¿Cómo se socializarán los resultados?

Los resultados se socializarán con todas las personas que trabajan dentro de la empresa, para así demostrar los diferentes resultados que se obtengan con las diferentes propuestas de estrategias.

1.3.5 ¿Cómo se utilizarán los resultados?

Los resultados, se entregarán directamente al director de la empresa de ROI+ Agencia de Marketing Digital, para que lo analice y lo pueda implementar en un corto plazo.

1.3.6 ¿Quiénes serán los beneficiarios?

Dentro de nuestro proyecto, contemplamos dos beneficiarios: que son clientes internos y los clientes externos: los internos son las personas que trabajan dentro de la empresa y los externos serían los clientes que tiene y los nuevos clientes que captaremos con el presente proyecto.

1.4 Justificación

Al realizar el análisis de la problemática de la empresa el presente proyecto técnico se enfocará en la creación de un Plan de Marketing, el cual contempla estrategias de las 4 P's (Producto, Precio, Promoción y Plaza), este plan ayudará a plantear una visión clara de sus objetivos y un direccionamiento para cumplir con las metas propuestas por el propietario, además podríamos lograr optimizar y aprovechar los recursos los cuales son tiempo, presupuesto y esfuerzo.

De continuar la empresa con el mismo procedimiento o no realizar ningún correctivo en la creación de nuevos planes o estrategias, la empresa estaría próxima a tener menos rentabilidad en el mercado, lo que ocasiona el cierre o la quiebra de la misma. Es decir, al momento que ya no conseguimos nuevos clientes, y no fidelizamos a los que ya tenemos, la empresa dejara de contemplar ingresos y utilidades, y la misma llevaría a dejar sin trabajo a sus colaboradores.

CAPÍTULO II:

2 MARCO REFERENCIAL

2.1 Marco Teórico

Para poder entender que es un Plan de Marketing debemos contemplar que el mismo posee las 4P's del Marketing Mix las cuales son (Promoción, Plaza, Precio y Producto).

Según Philip Kotler detalla que un plan de marketing es lo siguiente:

“Documento escrito que resume lo que el especialista de marketing ha aprendido sobre el mercado, que indica cómo la empresa pretende alcanzar sus objetivos de marketing y que facilita, dirige y coordina los esfuerzos de marketing.”
(Wikipedia , 2021)

Según Muñiz Rafael da su punto de vista en cuanto a un plan de marketing:

El plan de marketing no es algo mágico que hace que incrementen las ventas de nuestra empresa, si no el fruto de una planificación constante con respecto a nuestro producto o servicio y la venta del mismo con respecto a las necesidades detectadas en el mercado. Cualquier empresa, independiente de su tamaño, tipo de actividad o entorno en el que se opere debe trabajar en base a un plan de marketing. (González, 2001)

Desde mi punto de vista podemos decir que un plan de marketing es lo siguiente:

Un plan de marketing es una serie de estrategias y métodos, los cuales tienen un propósito en general el cual es cumplir con los objetivos que tiene una empresa a través de las 4P's del Marketing-Mix las cuales contemplan (Producto, Precio, Promoción y Plaza) (Kotler, 2015)

2.2 Marco Contextual

El presente proyecto se está llevando a cabo en la Provincia del Azuay, Cantón Cuenca, el mismo se realizará en el período académico que comprende Marzo - Agosto del año 2022.

La empresa de ROI+ Agencia de Marketing Digital se encuentra situada en las calles General Artigas y José Enrique Rodó, y se utilizará toda la sección de la empresa para el presente análisis.

2.3 Marco Conceptual

Dentro del presente proyecto encontraremos algunos términos los cuales se presentan a continuación:

2.3.1 Mix de Marketing

2.3.1.1 Producto:

“Algo que puede ser ofrecido a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo, y que podría satisfacer un deseo o una necesidad.” (Kotler & Armstrong , 2013)

Nos concentramos en la presentación y la planificación de nuestros planes promocionales, para ser lanzados al mercado.

2.3.1.2 Precio:

Es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o un servicio. En términos más generales, el precio es la suma de todos los valores a los que renuncian los clientes para obtener los beneficios de tener o utilizar un producto o servicio. (Kotler & Armstrong , 2013)

Usaremos el término precio, para poder establecer nuevos valores económicos en los nuevos planes que vamos a tener dentro de la agencia de marketing.

2.3.1.3 Promoción:

“Es hablar de todos aquellos canales o medios que van a dar a conocer nuestro producto o servicio” (Alonso, 2019)

Emplearemos el término de promoción, para dar algún tipo de descuento o un bonus en los planes que vamos a ofertar al mercado.

2.3.1.4 Plaza:

“La distribución venta alude al proceso mediante el cual el producto o servicio que vendemos llega a nuestros clientes (hablamos en este caso tanto de mayoristas como clientes finales)” (Alonso, 2019)

Forma en la cual un bien o un servicio llegará de la empresa a las manos del consumidor final.

Utilizaremos el término plaza para entregar nuestros planes de marketing digital a diferentes partes del cantón Cuenca.

CAPÍTULO III:

3 METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

3.1 Investigación y metodología

3.1.1 Enfoque de investigación

En nuestro proyecto vamos a ocupar un enfoque cualitativo y cuantitativo.

3.1.2 Tipo de investigación

Utilizaremos los tipos de investigación las cuales se menciona a continuación:

- Investigación de campo
- Investigación cualitativa.
- Investigación cuantitativa.

3.1.3 Corte de la investigación

Es un proyecto experimental, con la finalidad de ver qué experiencias podemos encontrar dentro del mercado.

3.1.4 Instrumentos y técnicas para el levantamiento de la información

Dentro de las mismas contaremos con los siguientes instrumentos:

- Cualitativa: se realizará entrevistas y método de observación.
- Cuantitativa: se realizarán encuestas a clientes y diferentes negocios.

3.1.5 Metodología de trabajo

Vamos a utilizar una metodología descriptiva/analítica.

CAPÍTULO IV:

4 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1 Micro Entorno

4.1.1 Reseña de la empresa

ROI+ Agencia de Marketing Digital nace en la ciudad de Cuenca, el 20 de noviembre del 2020, abre sus puertas, con los objetivos de ayudar a los pequeños comerciantes, o negocios dentro y fuera de la ciudad, con conocimientos dentro del Marketing Digital.

Su enfoque principal, es hacer contenido para redes sociales, para que así varias marcas se posicionen dentro del mercado, con un crecimiento orgánico, esto quiere decir que día a día el negocio va a crecer y poder ver resultados económicos.

4.1.2 Planes que ofertamos

Hasta la actualidad vemos que la agencia se ha mantenido con los siguientes planes de manejo de redes sociales:

Plan	Beneficios	Precio
Plan Básico	<ul style="list-style-type: none">- 20 posteos- 6 historias (mensuales)- 1 animación (mensuales)	150 dólares mensuales
Emprendedores	<ul style="list-style-type: none">- 28 post mensuales- 12 post de historias (mensuales)- 7 posteos por semana- 4 animaciones de 7 a 10 segundos (mensuales)- 1 sesión fotográfica	200 dólares mensuales

Empresarial	<ul style="list-style-type: none"> - 2 propuestas de líneas graficas (se presenta una sola vez al momento de firmar el contrato) - 28 post mensuales - 20 post de historias (mensuales) - 7 posteos por semana - 8 animaciones de 7 a 10 segundos (mensuales) - 2 sesiones fotográficas (mensuales/cuando las necesite) 	280 dólares mensuales
Bussines Premiun	<ul style="list-style-type: none"> - 3 propuestas de líneas graficas (una sola vez al momento de firmar el contrato) - 28 post mensuales - 20 post de historias (mensuales) - 7 posteos por semana - 10 animaciones de 7 a 10 segundos (mensuales) 	450 dólares mensuales

Tabla 1 Planes ROI+ Agencia de Marketing

4.1.2.1 Artes de los planes que ofertamos

A continuación, se mostrará, las artes que ocupa la Agencia de Marketing para promocionar los planes:



Figura 1 Plan Básico



Figura 2 Plan Emprendedores



Figura 4 Plan Empresarial



Figura 3 Plan Business Premium

4.1.3 Departamentos dentro de ROI+ Agencia de Marketing Digital

Dentro de los departamentos que podemos encontrar dentro de la Agencia son los siguientes:

- **Departamento de Marketing:** se encarga del manejo y posteo en redes sociales, además de investigar y crear contenido para las mismas.
- **Departamento de Diseño Gráfico:** se encarga de crear todo el contenido gráfico para redes sociales.
- **Departamento de Sistemas:** se encarga de realizar páginas web, y todo lo referente a las mismas.

Cada departamento se acopla a las necesidades que tiene cada cliente, además para que un arte sea posteado dentro de sus redes sociales primero se manda a los clientes, una vez aprobado se procede al posteo del mismo.

4.1.4 Competencia dentro del mercado

Dentro del mercado cuencano, se vio que existe mucha competencia en cuanto a Agencias de Marketing Digital, las cuales se ven que compiten unos con otros en cuanto a precios dentro del mercado.

A continuación, se presentarán algunas de las competencias que se analizaron para así crear nuevos planes dentro de la Agencia:

4.1.4.1 Competencia 1: X y Z Publicidad Empresarial

Abrió sus redes sociales desde el 18 de abril del 2018, el cual se analizó a la empresa y se vio que desde sus inicios no realizaban muchos posteos en sí en la misma, ahora en estos tiempos se vio que realizan más publicidad en la misma, ya que se enfocan en vender planes de marketing digital para redes sociales, y además todo en cuanto en lo que son banners o sublimaciones en diferentes aspectos.

Los mismos contienen los siguientes planes en cuanto al manejo de redes sociales, los cuales cuando nos presentan la propuesta siempre tiene un margen de tiempo el cual es de 3 meses que se deberían firmar para poder comenzar a trabajar en el mismo:

X Y Z Publicidad Empresarial	
Paquete Bronce (Básico)	
Precio	150 dólares mínimo 3 meses
Redes sociales	Una red a escoger (Facebook, Instagram)
Posteos	3 posteo por semana (lunes a viernes)
Stories	2 historias por semana (lunes a viernes)
Pautaje complementario	Se encargan de la segmentación y el dueño paga lo que desee al pautaje
Paquete Plata (Intermedio)	
Precio	225 dólares mínimo 3 meses
Redes sociales	2 redes a escoger (Facebook, Instagram o Tik Tok)
Posteos	4 posteo por semana (lunes a viernes)
Stories	3 historias por semana (lunes a sábado)
Pautaje complementario	Se encargan de la segmentación y el dueño paga lo que desee al pautaje
Paquete Oro (Avanzado)	
Precio	300 dólares mínimo 3 meses
Redes sociales	3 redes (Facebook, Instagram y Tik Tok)
Posteos	7 posteo por semana (lunes a sábado)

Stories	6 historias por semana (lunes a sábado)
Pautaje complementario	Se encargan de la segmentación y el dueño paga lo que desee al pautaje

Tabla 2 Análisis Competencia 1

4.1.4.2 mktEmprendimientoEc

Esta empresa abre sus redes, con la capacidad de mostrar el trabajo que realizan como empresa de marketing, es decir muestran todo lo que son planes y algunas pautas de cómo debería ir un post o que contiene un copy, en sí dentro de las redes sociales. Además, ellos exponen algunas de las artes de las marcas que trabajan con ellos, es decir hacen ese tipo de contenido para que las personas vean la calidad del mismo:

A continuación, se mostrará actualmente cuales son los planes que contienen la empresa:

mktEmprendiendoEc	
Plan 1	
Precio	75 dólares
Posteos	20 posteo con copy
Redes	Manejo
Pautaje complementario	Creación de campañas publicitarias Gratis 10 dólares en pautaje
Plan 2	
Precio	90 dólares
Posteos	15 post + 2 reeals
Redes	Manejo
Pautaje complementario	4 campañas publicitarias gratis 10 dólares para pautaje
Plan 3	
Precio	120 dólares
Posteos	15 post + 4 reeals
Redes	Manejo
Pautaje complementario	Campañas ilimitadas gratis 20 dólares para las campañas
Plan 4	
Precio	75 dólares
Posteos	20 posteo con copy
Redes	Manejo
Pautaje complementario	Creación de campañas publicitarias

Tabla 3 Análisis Competencia 2

4.1.4.3 Warki Ec

Warki Ec comenzó con sus redes sociales el 21 de Junio del 2021 siendo una empresa más enfocada al diseño de artes para redes sociales e incluso también se encarga de la realización de los materiales POP que tiene una empresa, se puede observar que la mayoría de posteos que encontramos se ve que tienen un buen alcance dentro de las redes sociales, al principio se pudo observar que empezaron con una línea gráfica, la misma si se ha utilizado en algunos posteos en los cuales se vio y se analizó que si tiene un buen alcance, pero dicha marca hice un rediseño de la misma, ya que se adaptó a las nuevas tendencias que hay en el mercado, pero dicho cambio le hizo un bien a la empresa en redes sociales ya que tiene un mayor alcance dentro de la misma.

A continuación, se detallarán los costos que tienen en cuanto al manejo de las redes sociales:

Warki	
Plan Profesional	
Precio	70 dólares
5 artes para historias destacadas o portadas de reels	
12 artes para post con su publicación en historias	
4 artes para interacción en historias	
Diseño del feed	
Planificación de contenido	
Respuesta a seguidores	
Incluye 10 dólares para pautajes pagados	
Modificación de stickers	
GRATIS	
Pack de 8 stickers	
Gratis asesoría de identidad visual	
Gratis creación de Facebook e Instagram en el caso que sea necesario	
Precio no incluye IVA en el caso de facturar	
Plan Maestro	
Precio	90 dólares
5 artes para historias destacadas o portadas de reels	
15 artes para post con su publicación en historias	
6 artes para interacción en historias	
Diseño del feed	
Planificación de contenido	
Respuesta a seguidores	
Incluye 15 dólares para pautajes pagados	
Modificación de stickers	
GRATIS	
Pack de 8 stickers	
Gratis asesoría de identidad visual	

Gratis creación de Facebook e Instagram en el caso que sea necesario	
Precio no incluye IVA en el caso de facturar	
Plan Leyenda	
Precio	120 dólares
5 artes para historias destacadas o portadas de reels	
20 artes para post con su publicación en historias	
10 artes para interacción en historias	
Diseño del feed	
Planificación de contenido	
Respuesta a seguidores	
Incluye 20 dólares para pautajes pagados	
Modificación de stickers	
GRATIS	
Pack de 8 stickers	
Gratis asesoría de identidad visual	
Gratis creación de Facebook e Instagram en el caso que sea necesario	
Precio no incluye IVA en el caso de facturar	

Tabla 4 Análisis Competencia 3

4.1.4.4 Diamante Estudios

Diamante estudio abre sus redes sociales febrero del año en curso, la misma es una empresa de diseñadores en donde ellos se encargan de realizar los posts, y entregar a sus clientes los finales y los editables en sus casos, se puede observar que no tienen mucha trayectoria en si en las mismas, además los posteos que ellos realizan son de los trabajos que han tenido en este tiempo, cuentan con algunos planes los cuales se mencionan a continuación:

Diamante Estudios	
Pack redes sociales	
Precio	50 dólares
10 diseños	
5 historias	
Gratis (2 micro videos o reels)	
Pack redes sociales	
Precio	75 dólares
20 diseños	
8 historias	
Gratis (2 micro videos o reels)	
Pack redes sociales	
Precio	120 dólares
25 diseños	
10 historias	
Gratis (2 micro videos o reels)	

Tabla 5 Análisis Competencia 5

4.2 Macro Entorno

Para realizar este análisis vamos a analizar el PESTEL de la siguiente manera:

4.2.1 Factor Político

4.2.1.1 Paro Nacional

El malestar del paro nacional el cual se llevó alrededor de 18 días, dejó muchas pérdidas económicas tanto en el sector público como privado, teniendo en cuenta que hubo pérdidas que bordean los 500 millones de dólares, a consecuencia de esta actividad la cual fue encaminada y liderada por el grupo indígena ecuatoriano, dejó en unos niveles altos a Ecuador como un país de riesgo en cuanto a turistas. (Aguilera, 2022)

Teniendo en cuenta que las consecuencias que dejó el paro en el país eran graves ya que las movilizaciones se tomaron vías, instalaciones hasta incluso existían actos violentos en las calles, es por esto que Petroecuador tuvo que cerrar los 1.094 pozos y sus 31 torres de petróleo, dando en cuenta que es el principal producto de exportación el mismo que ayuda a la economía del Ecuador en un 30%. (Aguilera, 2022)

Además, de realizar estas actividades dentro del paro nacional, la Asamblea Nacional, se reunía con un carácter obligatorio entre todos sus dirigentes con un solo propósito la destitución del presidente Guillermo Lazo, la cual tuvo una duración de dos días en donde tenían que tener a 92 asambleístas de su lado y con voto positivo para que se pueda dar dicha acción de la destitución, por el mal manejo que tiene el presidente del Ecuador. (Aguilera, 2022)

En conclusión, podemos decir que este era un paro en donde se pedían y se luchaban por algunos de los derechos que tenemos todos nosotros como personas naturales, el mismo que tuvo una duración de 18 días fue más duro que el que se vivió en octubre del 2019, y con este acto que cometimos como ciudadanos dejamos catalogado a nuestro país como el más violento, dentro del periodo democrático en el Gobierno de Guillermo Lazo. (Aguilera, 2022)

4.2.2 Factor Económico

4.2.2.1 Salario básico

En Ecuador dentro del año 2022, según el presidente de la República del Ecuador Guillermo Laso, anuncia que el salario básico se incrementará un 6.25% dentro de este periodo el cual se considera un alza importante dentro del Ecuador ya que desde hace ocho años atrás

no se ha incrementado el salario. Hoy el salario se encuentra en 425 dólares. (swissinfo.ch, 2021)

4.2.2.2 Valor de la canasta básica

Cuando hablamos de la canasta básica se dice que es el conjunto de bienes y servicios que son esenciales para, satisfacer las necesidades de los individuos en el mercado, en lo que dicho presupuesto que veremos a continuación de este análisis que está propuesto es de una forma básica para una familia de 4 miembros los cuales están percibiendo un salario básico unificado.

Podemos observar que para el mes de abril del 2022 la canasta básica tiene un costo de \$728.68 dólares la cual se encuentra compuesta alrededor de 75 productos, pero teniendo en cuenta que también los ingresos de una familia también se incrementaron teniendo en cuenta el siguiente monto \$793.33.

Además, el análisis que realiza Gabriela Coba nos dice que la una canasta vital se encuentra alrededor de 73 productos esenciales el cual tiene un costo de \$516.16 dólares, y que a la final las familias obtienen un excedente el cual es más o menos de \$277.17 dólares.

Teniendo en cuenta que, dentro de los datos de la INEC, nos demuestran lo contrario dentro del valor de la canasta básica familiar para mayo del 2022 el cual es el siguiente:



Figura 5 Canasta básica

Obtenido de: www.ecuadorencifras.gob.ec/

4.2.3 Factor Social

4.2.3.1 E-commerce

Para poder entender de lo que trata el E-commerce, hablaremos un poco sobre la historia del mismo el cual se remonta a finales del siglo XX, en Estados Unidos en donde algunas empresas y negocios comenzaron a realizar ventas basadas en catálogos los cuales hacían que lleguen hasta sus domicilios, en donde constaban de información hasta fotografías de lo que se va a vender. (Cárdenas, 2020)

Hoy en día se le conoce también como un comercio electrónico, el cual se enfoca en la compra y venta de productos y servicios mediante la internet, mediante lo que son las

plataformas digitales como las páginas web y hasta en la actualidad un medio de comercio también son las redes sociales. (Ramirez, 2020)

A continuación, se presentarán 5 características principales del E-commerce: (Alegra, s.f.)

- Facilidad de navegación dentro de la misma.
- Los productos se deben destacar antes que el diseño del sitio.
- Se debe exhibir los productos más demandados/populares.
- Se debe detallar los productos.
- Se debe ayudar a facilitar la compra al consumidor.

Hoy en día podemos decir que la mayoría de las personas o negocios están invirtiendo aproximadamente unos \$10 billones de dólares en E-commerce, además de eso invierten en logística, para ofrecer una mejor satisfacción al cliente. (Ovalle, 2021)

4.2.3.1.1 E-commers en Ecuador

El mayor impulso que tuvo el E-commers en Ecuador fue en el año del 2019 en donde tuvo un crecimiento de \$700 millones de dólares, se dicen que según las estimaciones tenían previsto que para el 2021 se duplique dicha cifra en el comercio electrónico.

Lo que llevó a que este comercio se haga muy grande en Ecuador fue cuando comenzó la pandemia ocasionada por el Covid-19, fue en donde la mayor parte de la gente comenzó a realizar compras de manera online se estima que dentro del 2020 los mayores comercios que crecieron de una manera rápida fue el de alimentos e higiene, computación, electrodomésticos, moda y belleza, educación, comida de mascotas, delivery y por último los planes de telefonía celular.

Después de ver este análisis podemos comprender lo siguiente: (Ekos , 2021)

- 1 de cada 3 compradores eligió por primera vez un canal online para generar varias compras para su hogar
- Según la Cámara Ecuatoriana de Crecimiento Electrónico, explica que se reportó un crecimiento de al menos un 800% de visitas en varios sitios web y un 44% de órdenes.

4.2.3.2 Teletrabajo

En épocas de Covid-19, la mayoría de los empleos comenzaron a realizar sus actividades diarias a través del conocido “**Teletrabajo**”, el cual desde un punto de vista se decía que no se podía hacer se veía algo imposible dentro del Ecuador, con el paso del tiempo pudimos darnos cuenta que si se podía trabajar de esta manera. Además, se tiene en cuenta

algunos aspectos más en donde los empleados pueden realizar sus actividades mediante el teletrabajo.

El Ministerio del Trabajo señala los siguientes beneficios que tenían las personas al momento de realizar esta actividad desde sus casas. Teniendo los siguientes aspectos: (Ministerio de Trabajo , s.f.)

Para el teletrabajador:

- Mejora el ambiente de vida personal.
- Aumenta la productividad y calidad de trabajo.
- Genera mayor responsabilidad.
- Mejora la flexibilidad laboral.
- Reduce el estrés y los costos.
- Facilita la conciliación entre la vida familiar y laboral.
- Trabajo con comodidad desde el hogar.
- Mas tiempo para cuidar su salud.

Para la empresa:

- Reduce el espacio físico.
- Disminución en gastos de transporte, alimentación y uniformes.
- Resultados positivos por logro de metas e indicadores de gestión.
- Ahorro de recursos económicos en la planta física.
- Disminución de permisos por calamidad doméstica.
- Personal más productivo.

Para la sociedad:

- Disminución en la congestión del tránsito urbano.
- Reducción en la emisión de gases contaminantes.
- Optimización del tiempo de movilización.
- Aumenta oportunidades de trabajo para personas con discapacidad y grupos prioritarios.
- Crea un vínculo familiar.

4.2.4 Factor Tecnológico

4.2.4.1 Nuevas aplicaciones o (redes sociales) dentro del mercado

A continuación, se mostrarán las nuevas aplicaciones de redes sociales que están en el interior de nuestro mercado y se enfocan en diferentes segmentos centrales del mercado.

Cabe recalcar que la diferencia que tenemos con las redes sociales actuales es que éstas no admiten ningún tipo de publicidad en su plataforma, en el caso que apareciera algún tipo de publicidad dentro de sus configuraciones podremos encontrar una sección en donde eliminamos los anuncios o desactivamos.

A continuación, se detallarán algunas de las nuevas redes sociales hasta la actualidad:
(Soto, 2020) (El Comercio, 2021) (Fernández, 2022)

Tabla comparativa			
Nombre	Año de creación	Miembros	Función
Diaspora	2010	750000	Su función es similar a Facebook al igual que su interfaz, cabe recalcar que para hacer el uso de la misma debemos tener conocimientos de programación.
Mastodon	2016	Poca base de usuarios	Su función es igual o parecida a la de Twitter, la cual está compuesta por servidores y siempre se podrá hacer publicaciones de una manera muy genera, cabe recalcar que la plataforma es muy compleja para personas con pocos conocimientos.
MeWe		Superó los 18 millones de usuarios	Es una plataforma muy similar a la de Facebook, ya que dentro de la misma podemos hacer publicaciones de una manera cronológica, la misma además permite publicar textos, encuestas y contenido multimedia, además dispone de una interfaz muy similar a la de Facebook, teniendo en cuenta que casi es la misma interfaz.
Nextdoor	2018		Es una red la cual ayuda a mantener comunicado a todo un barrio en sí, esto te ayudará a que puedas tener una mejor comunicación entre las personas del barrio mismo, además cabe recalcar que para ingresar a un nuevo barrio se deberá tener en cuenta que se deben conocer al menos a 10 personas.
Reddit	2005	52 millones de usuarios	Esta es una aplicación en donde podemos diferenciar de lo siguiente, en que cada publicación que un usuario haga entra en votación y si consigue puntos positivos se queda, pero si

			encontramos más votos negativos la publicación se baja del medio.
Facebook	2004	2900 millones de usuarios	Se puede decir que Facebook, es una red muy abierta en donde desde principios nos podemos dar cuenta que hay muchas publicaciones de nuestros amigos, hasta la actualidad hay como realizar compras a través de la misma, hoy en el 2022 Facebook tomara un nuevo enfoque el cual es: la defensa de la libre expresión y el cifrado de contenidos entre los usuarios.
Instagram	2012	1080 millones de usuarios	Instagram es una red la cual es muy popular por jóvenes la misma ofrece muchas posibilidades de compartir fotografías con otros usuarios y poder percibir comentarios o me gustas dentro de las redes, hoy en día también podemos tener en cuenta que también se dedica a la venta y comercialización de varios productos y servicios.
Tik Tok	2016	500 millones de descargas del aplicativo	Es una red muy buena, ya que dentro de la misma se distingue de las demás ya que en esta no conseguirás un contenido familiar o veras publicaciones familiares es más dentro de la misma solo vamos a poder encontrar información dependiendo los gustos de cada uno de nosotros.

Tabla 6 Nuevas redes sociales en el mercado

4.2.4.2 Tic's 5.0

Cuando hablamos de las Tic's, nos hacemos referencia a las **Tecnologías de la Información y la Comunicación**, es en donde podemos englobar herramientas, programas, prácticas y recursos de tecnología los cuales nos facilitaran el acceso a la educación.

Una de las características, que podemos encontrar dentro de las Tic's ubicamos las siguientes: (editorial, 2022)

- Son inmateriales.
- Son instantáneas.
- Son interactivas.
- Se encuentran en continua innovación.

- Son interdisciplinarias.

Además, se mencionarán las dos funciones principales que tienen las TIC's

- Permite que los usuarios accedan a información de manera fácil y rápida.
- Hace que la comunicación sea de una manera rápida y eficaz, entre uno o varios usuarios.

4.2.5 Factor Ecológico

4.2.5.1 Material POP para empresas

Cuando hablamos de material POP, se entiende que son los objetos que llevan el logo de una empresa o de una marca en general. POP hace referencia a "Punto de Compra", el cual también es considerado como una imbuersación de manera indirecta, con la finalidad de hacer que una marca se adentre al mercado.

Una de las ventajas que tiene el material POP, es que las marcas garantizan la exposición de la marca, por que el usuario siempre llevará consigo la marca, la cual el mismo podrá compartir con amigos y familiares.

4.2.5.2 Material POP biodegradable (nueva tendencia)

Cuando hablamos de material biodegradable, se puede decir que también es un material POP sustentable, que queremos decir con esto es que estamos dando un planeta mejor habitable para las futuras generaciones que quedan.

4.2.6 Factor Legal

4.2.6.1 Publicidad

Dentro de este parámetro nos vamos a enfocar en la parte de la Ley Orgánica de la Comunicación en la cual nos detallan algunas cláusulas las cuales debemos tener como agencia de marketing digital ya que dentro de la misma nos explican cómo sería la publicación o es decir los posteos de las imágenes dentro de las redes sociales.

A continuación, se dejará anexado el documento sobre el Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación.

4.3 Investigación de mercado (encuesta clientes y nuevos clientes)

4.3.1 Encuesta Clientes

A continuación, se mostrará los resultados de satisfacción a los 2 clientes que tiene ROI+ Agencia de Marketing Digital.

- **Pregunta 1**

Nombre de la empresa

1. San Blas Corpus
2. FUNESALUD

Tabla 7 Pregunta 1

Interpretación: se da a conocer los nombres de las empresas con las cuales está trabajando la empresa.

- **Pregunta 2**

Nombre del representante legal

1. Mayra Iñiguez
2. Alfredo Olmedo

Tabla 8 Pregunta 2

Interpretación: se da a conocer el nombre de las personas las cuales firmaron el contrato de prestación de servicios de la empresa de ROI+.

- **Pregunta 3**

Actividad económica a la cual se dedica

Actividad económica	Respuestas
Privada	2
Publica	0
Comercialización	0
Productos de consumo masivo	0
Servicios médicos	0
Producción de ropa	0
Total	2

Tabla 9 Pregunta 3

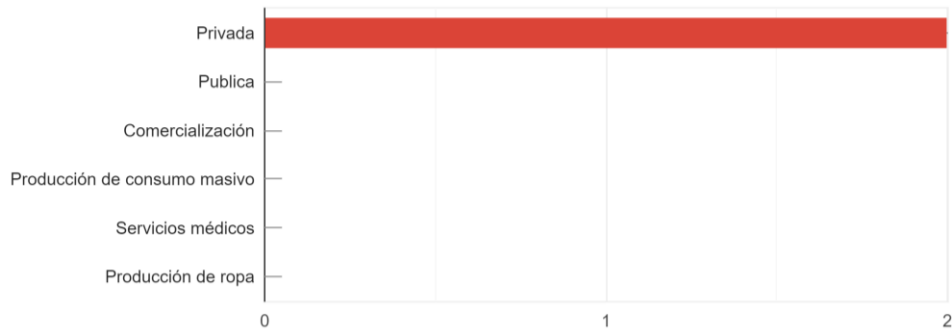


Figura 6 Porcentaje nivel económico clientes

Interpretación: cómo se puede observar los dos negocios con los cuales trabaja la empresa son privadas.

- Pregunta 4

Usted conoce a la empresa ROI+ Agencia de Marketing Digital

Si	No
2	0
Total: 2	

Tabla 10 Pregunta 4



Figura 7 Porcentaje si cliente conoce ROI+

Interpretación: nos podemos dar cuenta, que las personas que confían en nosotros si nos conocen y lo más importante es que saben como es nuestro trabajo.

- Pregunta 5

Si su respuesta anterior era “Si”, como conoció a la empresa ROI+ Agencia de Marketing Digital

Cómo conoció la empresa	Respuestas
-------------------------	------------

Recomendaciones	2
Facebook	0
Instagram	0
Publicidad (Flyer)	0
Total	2

Tabla 11 Pregunta 5

2 respuestas

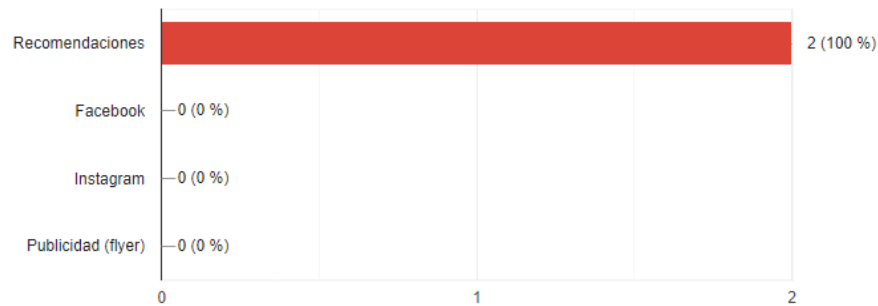


Figura 8 Porcentaje de cómo conocieron la empresa ROI+

Interpretación: como nos podemos dar cuenta las dos empresas comenzaron a trabajar con ROI+, por recomendaciones que tuvo la empresa de clientes antiguos, y en su momento satisfacer a las necesidades que requerían.

- Pregunta 6

¿Qué opina usted de los servicios que brinda ROI+ Agencia de Marketing Digital?

Escala de satisfacción siendo 1 Nada Satisfecho y 5 Muy Satisfecho	
Escala	Respuesta
1	0
2	0
3	0
4	1
5	1
Total	2

Tabla 12 Pregunta 6

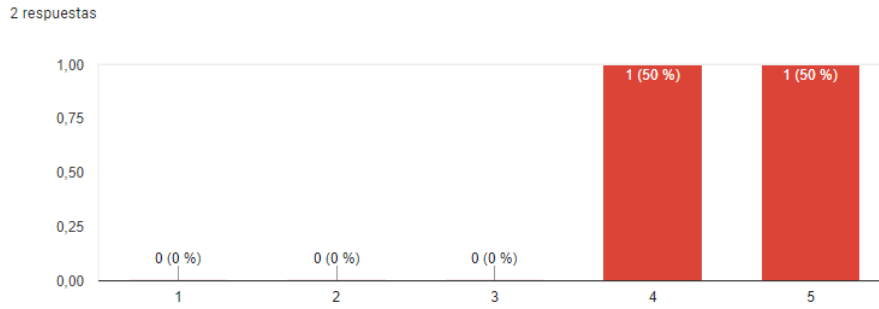


Figura 9 Porcentaje de satisfacción del servicio brindado

Interpretación: se puede decir que entre los dos clientes a los cuales se encuestó, uno de ellos se encuentra totalmente satisfecho con el trabajo que realiza la empresa, pero en el otro caso podemos apreciar que no está tan satisfecho con el mismo, en este caso deberíamos hablar con el dueño de la marca para ver que está sucediendo o que problema presenta.

- **Pregunta 7**

Los planes que brinda ROI+ Agencia de Marketing Digital están de acuerdo a sus necesidades.

Si	No
2	0
Total: 2	

Tabla 13 Pregunta 7

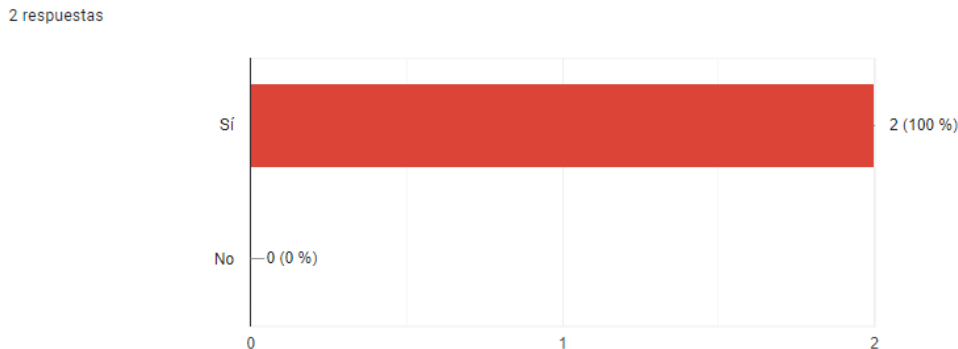


Figura 10 Porcentaje si la empresa cumple con sus necesidades

Interpretación: podemos llegar a la conclusion que el plan que tienen los dos clientes de ROI+ está cubriendo todas las necesidades que pidieron antes de contratar el servicio de la empresa.

- **Pregunta 8**

Los post/artes que oferta ROI+ Agencia de Marketing Digital cubren sus expectativas en cuanto a la información brindada

Si	No
2	0
Total: 2 "SI"	

Tabla 14 Pregunta 8

2 respuestas

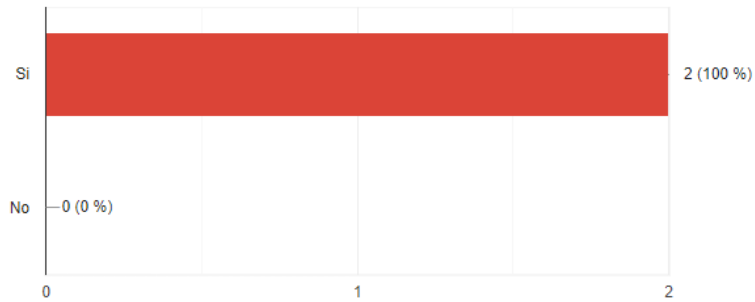


Figura 11 Porcentaje de expectativas

Interpretación: nos podemos dar en cuenta que los clientes se encuentran satisfechos con el trabajo que hace el diseñador gráfico en cuanto a todos los requerimientos que hacen los mismos, para que los artes creados sean posteados en las redes sociales y los mismos generen un impacto en la sociedad o al segmento que se enfoque.

- Pregunta 9

Los planes que brinda ROI+ Agencia de Marketing Digital son accesibles económicamente para su empresa.

Si	No
2	0
Total: 2 "SI"	

Tabla 15 Pregunta 9

2 respuestas

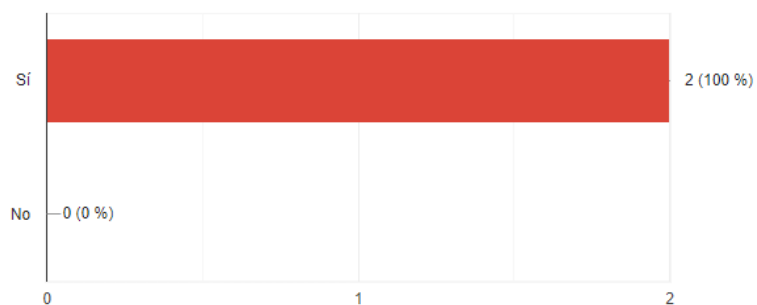


Figura 12 Porcentaje de los planes de marketing son económicos

Interpretación: se puede mencionar que los planes que se comercializan dentro de ROI+ Agencia de Marketing Digital, son accesibles económicamente para cualquier persona que se encuentre necesitando los servicios de una empresa de marketing digital.

- **Pregunta 10**

¿Qué sugerencia daría usted al plan digital que tiene actualmente?

2 respuestas

- Mas interacción en las redes
- retomar el cronograma de publicaciones, para publicar de forma frecuente en las redes sociales conforme al plan contratado

Figura 13 Sugerencias de clientes

Interpretación: cómo se puede observar los clientes a pesar que se encuentran satisfechos con el trabajo que realiza la empresa, mencionan que las artes y el manejo de las redes sociales sean más interactivos quiere decir que sean más llamativos al público tanto los post/artes como las historia, además se estima que se retomen las actividades que realizaban como empresa para poder mantener un orden dentro del mismo.

- **Pregunta 11**

El plan de la empresa ROI+ Agencia de Marketing Digital, cumple con sus requerimientos en tiempos y diseños.

Si	No
1	1
Total: 2	

Tabla 16 Pregunta 11

2 respuestas

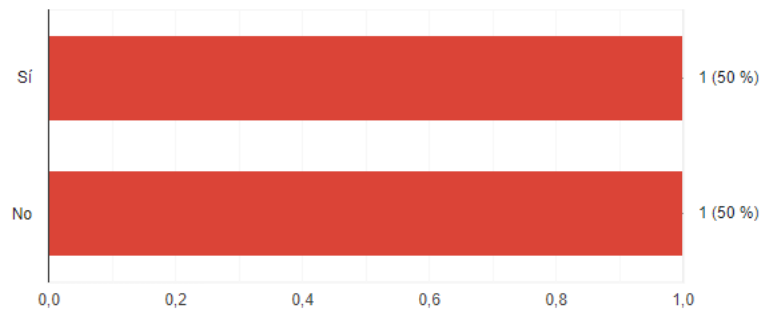


Figura 14 Porcentaje de requerimientos de la empresa

Interpretación: nos podemos dar en cuenta nuevamente, después que los clientes respondieron que se encuentran satisfechos con el servicio brindado, observamos que la empresa a un cliente le cubren todo sus artes a tiempo, pero podemos ver que a la otra empresa no le hace el mismo trabajo de entregar los artes a su tiempo.

- Pregunta 12

La información que recibe usted de ROI+ están de acuerdo con sus expectativas empresariales y publicitarias

2 respuestas

Las publicaciones no son periódicas

Si

Figura 15 Expectativas de información

Interpretación: podemos tener en cuenta que en esta pregunta obtuvimos igual un comentario en donde se vuelve a recalcar que las publicaciones sean de una manera periódica es decir que salgan todos los días, mientras que a la otra empresa se encuentra satisfecha con el servicio que oferta la empresa de ROI+.

- Pregunta 13

La comunicación entre la empresa de ROI+ Agencia de Marketing Digital y su empresa es adecuada.

Si	No
-----------	-----------

2	0
Total: 2	

Tabla 17 Pregunta 13

2 respuestas

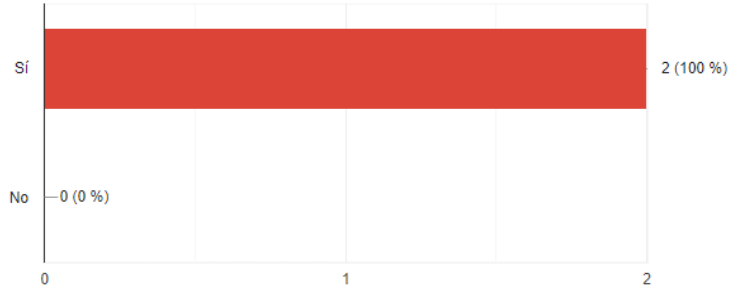


Figura 16 Porcentaje de comunicación con clientes

Interpretación: se puede decir que un aspecto positivo que tiene la empresa con todos sus clientes es que mantiene una comunicación constante con cada uno de ellos, por diversos temas entre los más importantes es la autorización del post que salga ese día.

- Pregunta 14

El personal de ROI+ Agencia de Marketing Digital soluciona problemas de manera inmediata.

Si	No
2	0
Total: 2	

Tabla 18 Pregunta 14

2 respuestas

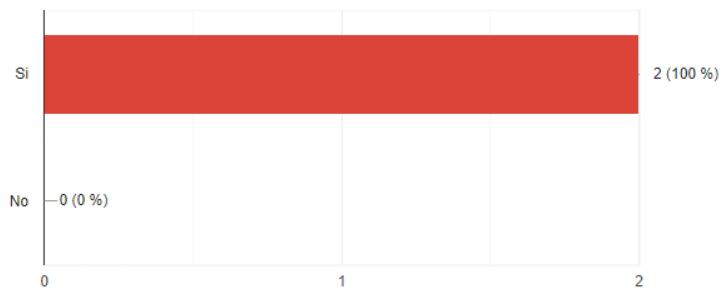


Figura 17 Porcentaje de solución de problemas

Interpretación: podemos observar que otro fuerte que tiene la empresa de marketing digital, es que tiene la capacidad de resolver problemas en cuestión de segundos, según lo requiera cada uno de nuestros clientes.

- **Pregunta 15**

Usted cree que el personal de ROI+ Agencia de Marketing Digital está capacitado para desarrollar sus actividades.

Si	No
2	0
Total:2	

Tabla 18 Pregunta 15

2 respuestas

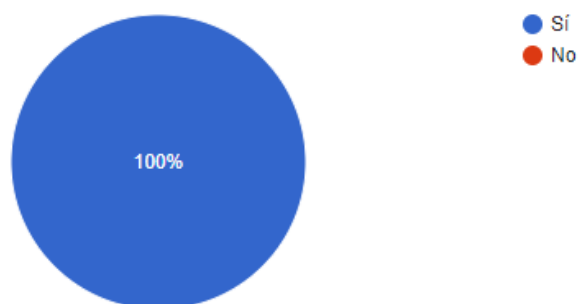


Figura 18 Porcentaje de confianza hacia los colaboradores

Interpretación: cada uno de sus clientes confía en el servicio que brinda la agencia de marketing, ya que la misma cuenta con profesionales altamente capacitados para cada requerimiento que deseen los clientes.

- **Pregunta 16**

Cuál de los siguientes planes usted escogería para renovación de su contrato.

Tipo de Plan	Respuestas
Plan 1	2
Plan 2	0
Plan 3	0
Total	2

Tabla 19 Pregunta 16

2 respuestas

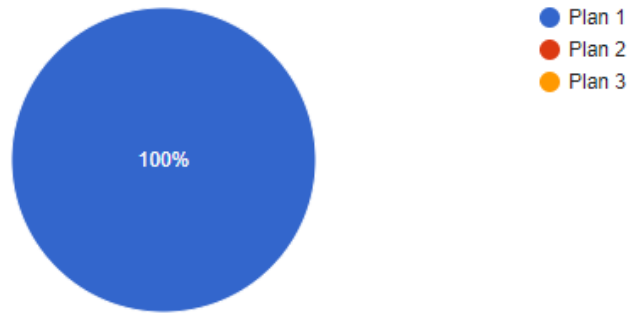


Figura 19 Porcentaje de los nuevos planes

Interpretación: podemos decir que los clientes el plan que están actualmente es un plan completo por el cual ellos cancelan \$150 dólares, pero ellos en estos momentos desean cambiar de plan el cual es un básico en donde solo encontrará la realización de post/artes las cuales son publicadas dentro de sus redes sociales, un factor que pueda incidir en su cambio de plan es que el valor económico dentro de sus empresas o emprendimientos está bajo en estos tiempos.

- **Pregunta 17**

Realice un comentario o sugerencia a ROI+

2 respuestas

Se debería retomar la planificación de publicaciones, calendarizadas, con temas específicos o generales.

Me gusta su trabajo

Figura 20 Comentarios de clientes

Interpretación: como se puede observar un cliente insiste que se vuelva a trabajar dentro de la empresa bajo la calendarización de contenido que ellos realizaban en su entonces, y por otro lado tenemos un cliente que se encuentra muy satisfecho con el trabajo que realiza la empresa.

Conclusion de las encuestas a clientes.

Como parte final del formulario de preguntas realizadas a los 2 clientes que posee la empresa ROI+ Agencia de Marketing Digital, se puede decir que los clientes por una parte se encuentran satisfechos con el trabajo que realiza la empresa, pero en ciertas preguntas recalcan que se retomen actividades que ya no se manejan hasta la actualidad entre una de ellas es la programación semanal de los post/artes de cada uno de los negocios que maneja la empresa, seguido de eso se menciona que los diseños que se publican deberían ser un poco mas

llamativos e interactivos con las personas, para así poder llegar a un mayor segmento al cual nos estamos enfocando.

4.3.2 Encuesta emprendedores/empresarios

A continuación, se detalla la encuesta a los nuevos clientes posibles para la empresa de ROI+ Agencia de Marketing Digital.

- Pregunta 1

Actividad económica a que se dedica

Actividad	Respuesta
Privada	55
Pública	3
Comercialización	32
Productos de consumo masivo	1
Servicios médicos	2
Producción de ropa	2
Otros:	5
- Construcción	
- Local de ropa	
- Comercialización de comida saludable	
- Materiales de construcción	
- Venta de huevos	
- Almuerzos	
- Servicios veterinarios	
Total	100

Tabla 20 Pregunta 1

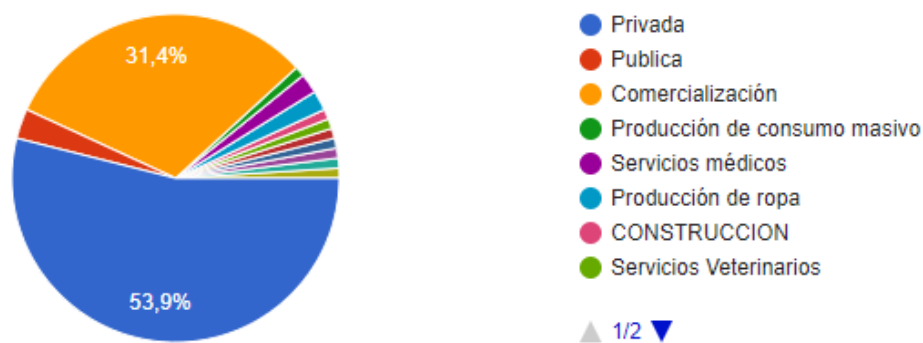


Figura 21 Porcentaje de actividad económica

Interpretación: después de haber analizado nos podemos dar cuenta que la mayoría de negocios encuestados son privados, los cuales tienen mucha apertura para contratar a una empresa la cual maneje sus redes sociales, en cambio el sector público en algunos casos, se limitan recursos económicos en cuanto redes sociales, y como se puede apreciar de igual manera, los datos demuestran que una gran parte de los negocios se dedican a la comercialización de productos en el mercado.

- Pregunta 2

Usted realiza publicidad o manejo de redes sociales

Si	No
74	26
Total: 100	

Tabla 21 Pregunta 2

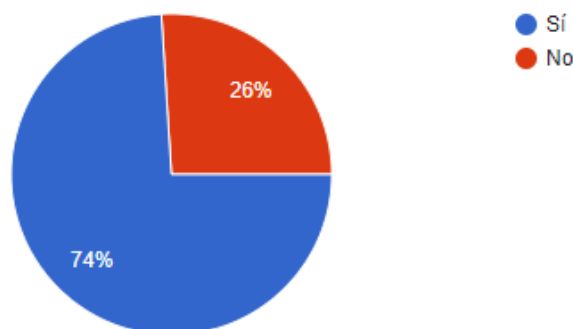


Figura 22 Porcentaje de manejo de redes sociales

Interpretación: como se puede observar el 74% de las empresas antes mencionadas ya hacen publicidad dentro de las redes sociales o las mismas solo crearon redes y las dejaron abandonadas, en cambio el 26% no realiza dicha actividad y este segmento es el indicado para poder adentrarse con la empresa de ROI+ Agencia de Marketing Digital.

- **Pregunta 3**

Usted dispone de personal capacitado para gestionar sus redes sociales

Si	No
51	49
Total: 100	

Tabla 22 Pregunta 3

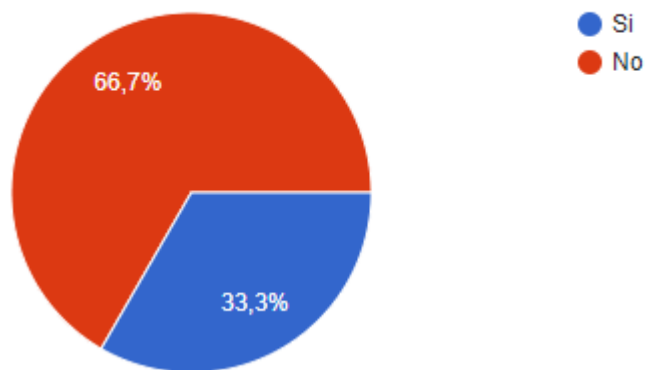


Figura 23 Porcentaje de personal capacitado

Interpretación: a pesar que la gran mayoría de las empresas ya hacen su manejo de redes sociales, pero hacen solo por afición o por que tienen conocimiento básico de como hacer publicidad dentro de la misma pero como podemos observar el 49% de las empresas encuestadas no disponen de personal capacitado o de una empresa la cual les ayude con el manejo de las redes sociales, en cambio el 51% del mercado ya está ocupado por alguna agencia el cual les ayuda con la creación de la publicidad para redes.

- **Pregunta 4**

Conoce alguna empresa que oferte planes de marketing digital en la ciudad de Cuenca

Si	No
21	79
Total: 100	

Tabla 23 Pregunta 4

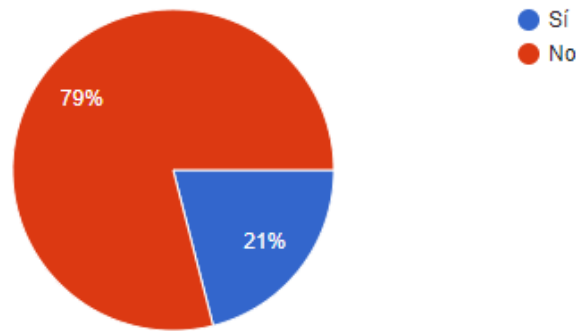


Figura 24 Porcentaje de nivel de conocimiento de agencias de marketing

Interpretación: tenemos una gran participación del mercado dentro de la ciudad de Cuenca al cual podemos llegar es decir tenemos un 79% para poder llegar con los planes de la empresa ROI+ a comparación del 21% el cual esa participación ya está cubierta por alguna empresa dedicada al marketing digital.

- **Pregunta 5**

Si su respuesta anterior era "Si" coloque el nombre de la empresa

Empresa	Respuesta
*	1
ASINM & ROI+	1
David Orellana	1
Impulso	4
Kaizen/Imago	1
No	1
ROI+	3
Total	12

Tabla 24 Pregunta 5

12 respuestas

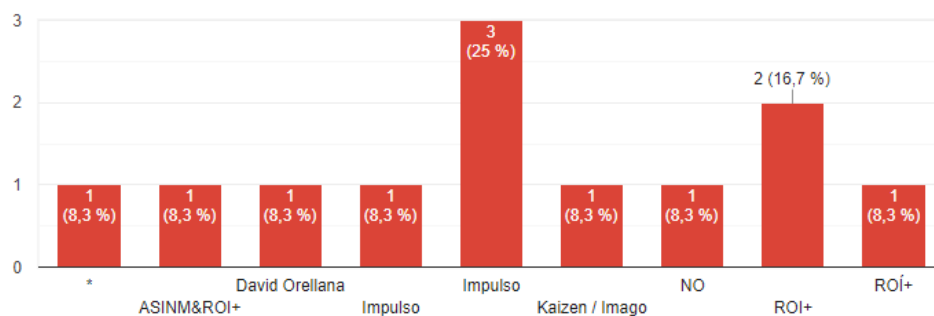


Figura 25 Porcentaje de conocimiento de empresas

Interpretación: podemos constatar que algunos de los negocios o empresas que se encuestaron, tienen en su mente posicionado la marca de una empresa, la cual genera material digital para redes sociales.

- **Pregunta 6**

Usted contrataría a una empresa que le maneje sus redes sociales

Si	No
93	7
Total: 100	

Tabla 25 Pregunta 6

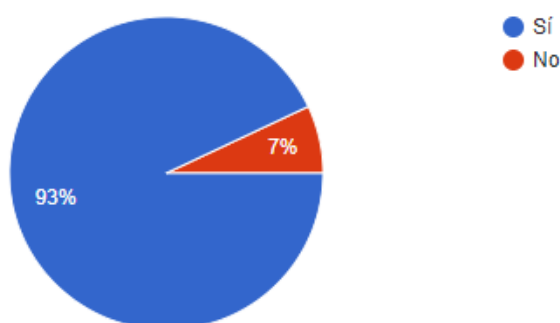


Figura 26 Porcentaje de contratación a una empresa de marketing digital

Interpretación: nos podemos dar en cuenta que la mayoría de los dueños de los negocios o empresas, están prefiriendo recibir una ayuda de profesionales para que puedan hacer su manejo de redes sociales y de esta manera ayudar a posicionarse o darse a conocer dentro del mercado y a los segmentos que están enfocados con los diferentes servicios o productos que disponen cada uno de ellos.

- **Pregunta 7**

¿Cuál sería los servicios de marketing digital que su empresa puede necesitar?

Servicio	Respuestas
Manejo de redes sociales	62
Creación de post	20
Capacitación a los empleados	6
Sesiones fotográficas	10
Creación de animaciones	2
Total	100

Tabla 26 Pregunta 7

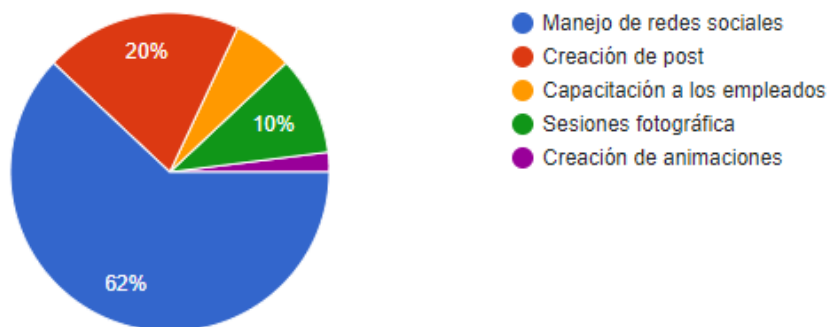


Figura 27 Porcentaje de necesidades de una empresa

Interpretación: se puede apreciar que varios negocios desean diferentes actividades que ofrece una agencia de marketing pero en especial desean que se haga el manejo de las redes sociales, es decir la creación de las artes, creación de copys y por ultimo el posteo en redes sociales, las cuales ya deben estar enfocadas a un segmento del mercado específico.

- **Pregunta 8**

Un servicio de marketing digital debe cumplir las expectativas publicitarias señale las más importantes.

Servicio	Respuesta
Tiempos	12
Diseños	23
Innovación	15
Creatividad	50
Total	100

Tabla 27 Pregunta 8

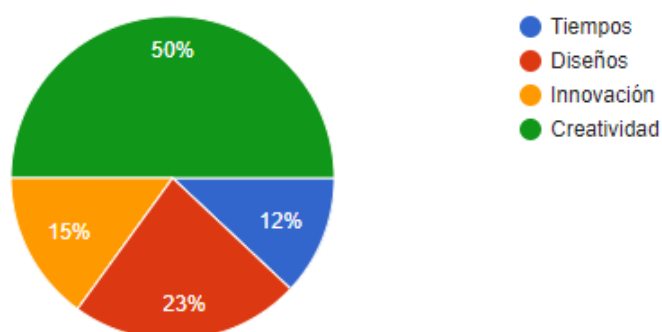


Figura 28 Porcentaje de expectativas de un cliente

Interpretación: como se puede observar los negocios desean que los trabajos que va a realizar el diseñador gráfico sean creativos, el cual es un plus dentro de los feeds de las marcas,

porque mientras un post es mas llamativo, genera un mayor tráfico de visitas al sitio web y tendremos un mejor alcance dentro de las redes sociales.

- **Pregunta 9**

La comunicación entre su negocio y la empresa de marketing digital debe ser de manera directa, rápida y efectiva.

Comunicación	Respuesta
1	0
2	1
3	9
4	22
5	68
Total	100

Tabla 28 Pregunta 9

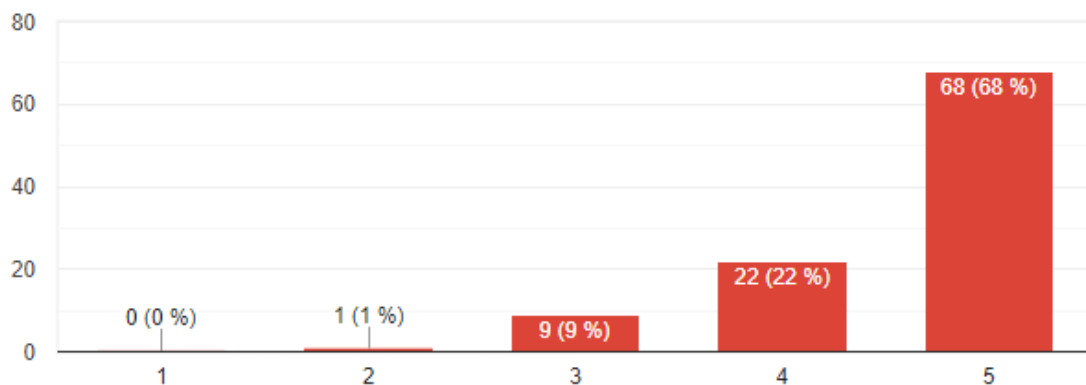


Figura 29 Porcentaje de comunicación

Interpretación: la mayoría de los negocios desean que la comunicación entre la empresa, y ellos sea una comunicación rápida y eficaz, ya que dentro de la misma podemos hacer algunas sugerencias o cambios en algunos post antes que los mismos sean, publicados en redes sociales, se ve que es una muy buena manera para poder tener al cliente de una manera satisfecho con el trabajo que se realiza como agencia de marketing digital.

- **Pregunta 10**

¿Cuál de los siguientes planes usted escogería?

Plan	Respuesta
Plan 1	68

Plan 2	28
Plan 3	4
Total	100

Tabla 29 Pregunta 10

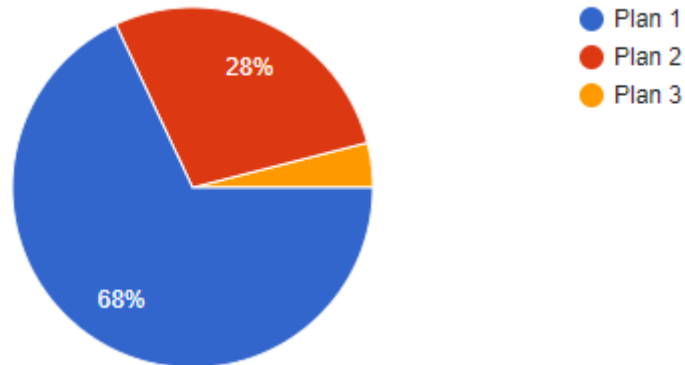


Figura 30 Porcentaje de planes

Interpretación: podemos decir que la mayoría de negocios desean el plan más económico que tenemos dentro de la agencia de marketing digital el cual solo consta de post, historias y el posteo dentro de las mismas, dentro de la misma es más conocido como un plan de manejo de redes sociales básico.

- **Pregunta 11**

Los precios de los planes son accesibles económicamente para su empresa

Si	No
79	21
Total	100

Tabla 30 Pregunta 11

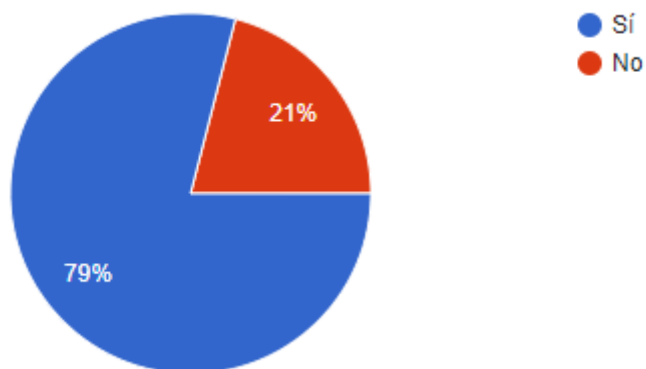


Figura 31 Porcentaje del nivel económico de los planes

Interpretación: podemos observar que a pesar que la mayoría de las personas escogió el plan de redes sociales económico para la mayoría de negocios, aún es una dificultad los precios en planes, de manejo de redes sociales esto nos da a entender que dentro de la misma tendría que existir planes más económicos los cuales puedan llegar a abarcar algunos segmentos dentro del mercado.

- Pregunta 12

Comentarios

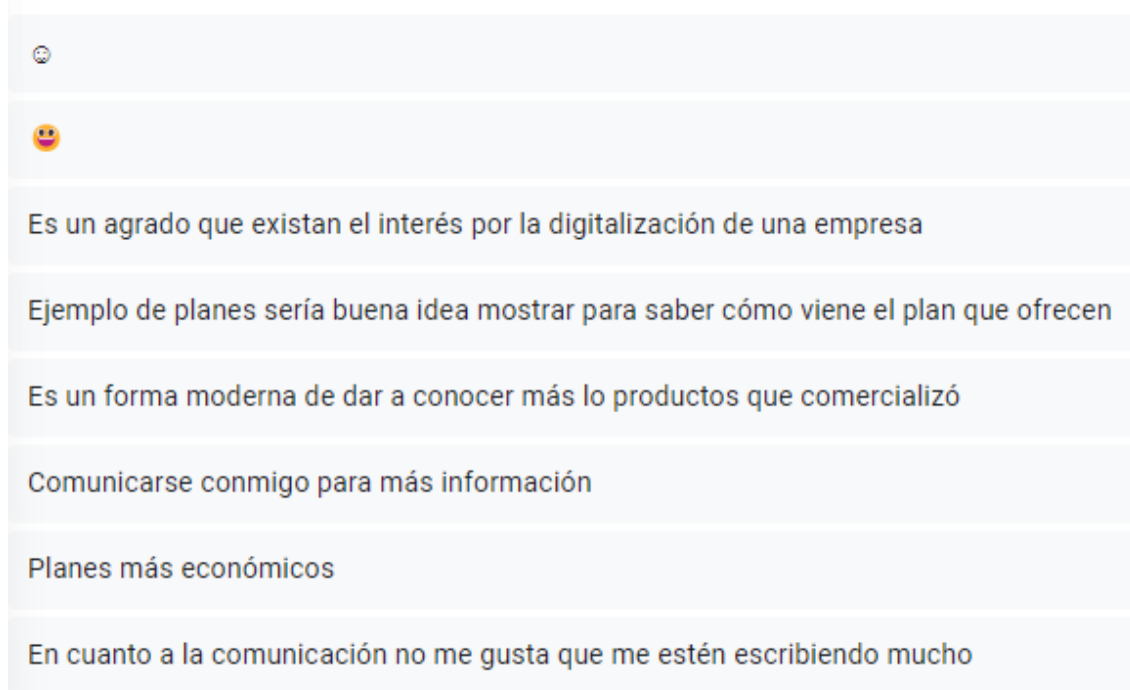


Figura 32 Comentarios de posibles clientes

Interpretación: en esta pregunta se dejó para que los posibles clientes que tenga la empresa, dejen su comentario o su crítica destructiva o constructiva en cuanto a lo que ofrece la empresa de ROI+ Agencia de Marketing Digital.

Conclusiones de las encuestas a posibles clientes.

Como se pudo observar dentro de cada una de las preguntas que se plantearon la mayoría de negocios pertenecen a un sector privado y se dedican a la comercialización de algún tipo de producto o un servicio dentro del mercado, además se puede dar a entender que los negocios o emprendimientos ya poseen lo que son las redes sociales, lo que ellos no poseen son personal capacitado para resolver esos problemas de posteos en redes sociales.

Por ende, la mayor parte de las personas que contestaron la misma dan a entender que sí podrían adquirir los servicios que otorga una Agencia de Marketing Digital, pero cada uno de

ellos presentan diferentes necesidades, entre los principales se puede contemplar que se necesita un manejo de redes sociales y seguido de eso es la creación de los post para las redes sociales, los cuales son dos cosas muy diferentes pero la propia agencia puede dar respuesta a cada uno de sus requerimientos.

Debemos tomar en cuenta que dentro de la presente encuesta se puso tres planes que contempla la empresa de ROI+, la cual la mayoría de negocios optó por tener un manejo de redes sociales económico y básico, una parte optó por un plan intermedio y completo, pero en algunos de los casos las personas se encontraban indispuestas con el precio que contempla cada plan, es decir que un segmento diferente del mercado desea planes más económicos y accesibles para ellos.

4.4 Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Asesoramiento y acompañamiento en cada etapa del emprendimiento o negocio. - Experiencia en varios ámbitos de negocios. - Personal altamente capacitado en temas específicos. - Existe un buen ambiente laboral. - Presta servicio de manejo de redes sociales las cuales elija el cliente. - Planes de servicio de marketing digital mejor estructurado que la competencia. 	<ul style="list-style-type: none"> - Crecimiento de emprendimientos y negocios electrónicos a nivel local y nacional. - Mercado mal atendido por la competencia. - Nuevas tendencias ecológicas. - Creación y uso de nuevas redes sociales en el medio.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - No posee planes personalizados para las empresas o emprendimientos locales y nacionales. - Falencias en algunos manejos de aplicativos. - Falta de personal en algunos campos dentro de la empresa. - Marca (logotipo) no llamativo para el mercado. - No posee material POP. - No genera estrategias de fidelización y de captación de clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> - El costo elevado de la canasta básica dificulta al acceso a una asesoría de marketing. - Lanzamiento de nuevas aplicaciones (redes sociales) al mercado. - Tiempos de ventas (duración con el cliente). - Niveles económicos bajos de emprendedores. - Mucha competencia a nivel nacional.

Tabla 31 FODA

5 CAPÍTULO V: PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN

A continuación, se presentarán las propuestas para nuestro proyecto de tesis.

5.1 Propuesta 1 Estrategia de imagen corporativa

5.1.1 Táctica 1: Rediseño de la marca.

- **Objetivo:** Generar una nueva imagen de la empresa ROI+ Agencia de Marketing Digital (para dar a conocer la marca)
- **Actividad:** Realizar el nuevo Branding, es decir el nuevo logotipo de la empresa en donde se puedan apreciar las nuevas tendencias que hay dentro del mercado, y lo más importante es que genere un impacto en la sociedad, y se pueda generar el efecto “WOW”, en cada uno de los clientes. (contratar al diseñador, se presentará el brief de diseño a la empresa)
- **Periodo:** la presentación del nuevo logotipo de la empresa se desarrollará en una semana y será presentado para su aprobación, con el objetivo de poner en las redes sociales.
- **Responsable:** Departamento de Marketing y Departamento de Diseño
- **Presupuesto:** \$75 dólares
- **Indicador:** la misma estrategia se va a analizar mediante los me gustas o comentarios que tengamos dentro de las redes sociales, además nos fijamos muy bien el público objetivo que nos dan las redes sociales.

A continuación, se mostrará el nuevo logotipo de la empresa ROI+ Agencia de Marketing Digital, en el cual él mismo explica cómo se diseñó:



Figura 33 Manual de Marca



Figura 34 Concepto topografía de la marca



Figura 35 Área de protección de la marca



Figura 36 Cromática del logotipo



Figura 37 Versiones de la marca

5.1.2 Táctica 2: Implementación de material publicitario para empleados

- **Objetivo:** Crear material tangible para la empresa/empleados.
- **Actividad:** Se procede con la realización de material de aplicaciones para la empresa ROI+ Agencia de Marketing Digital, en la cual van a constar de un diseño de una camiseta, tarjetas de presentación y hojas membretadas de la empresa las mismas harán uso el personal.

Dicho material que se entregue al personal, tendrá que utilizarlo todos los días, en horarios de oficina los mismos para que cuando un cliente llegue y desde el momento 0 se impacte con la imagen renovada de ROI+.

Implementos para 2 empleados	Costo
2 camisetas	\$26.00
2000 tarjetas	\$195.00
2000 hojas membretadas	\$300.00
Total	521.00

Tabla 32 Costo de implementos a empleados

- **Periodo:** los productos serán entregados con un tiempo máximo de un mes después de mandar a realizar los mismos.
- **Responsable:** Departamento de Marketing y Departamento de Diseño
- **Presupuesto:** 521.00 dólares para dos empleados.
- **Indicador:** la estrategia que se va a aplicar es que este material sea utilizado diariamente los empleados, además el material podrá ser entregado a los clientes en los momentos claves cuando sea del caso.

A continuación, se mostrará el material de aplicación para la empresa ROI+ Agencia de Marketing Digital:

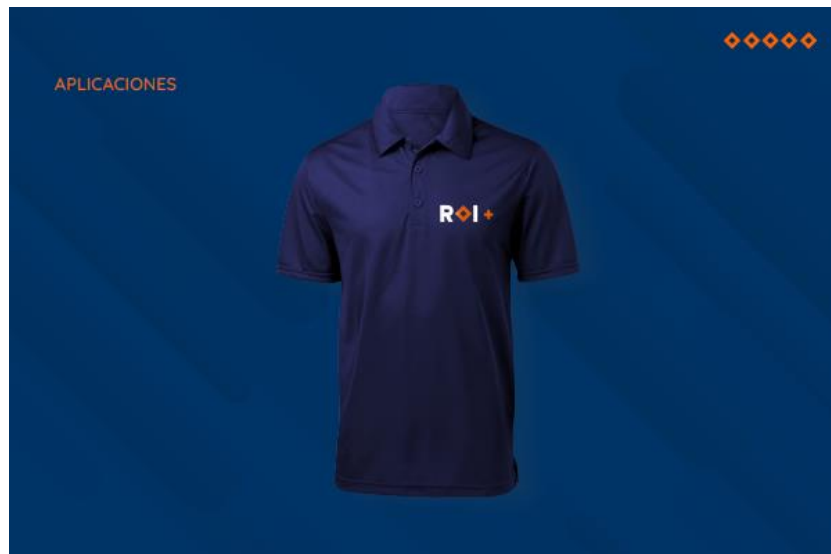


Figura 38 Camiseta con la marca

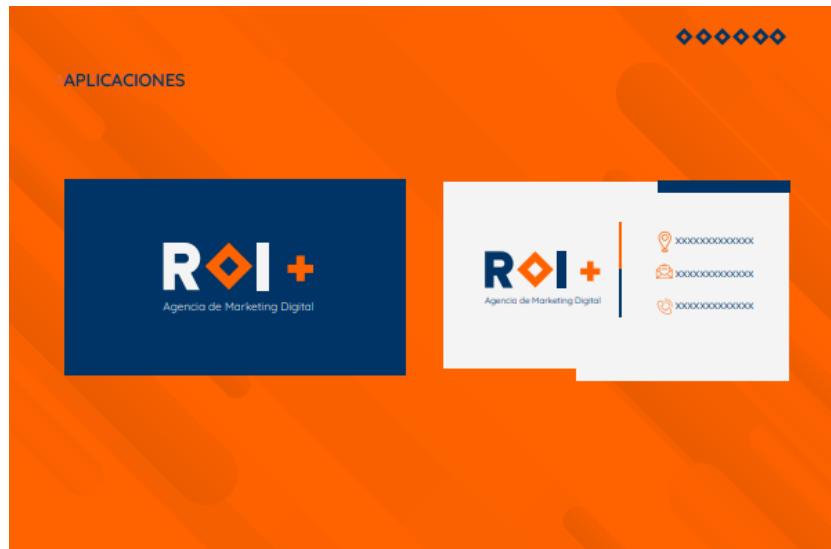


Figura 39 Tarjetas de presentación de la marca

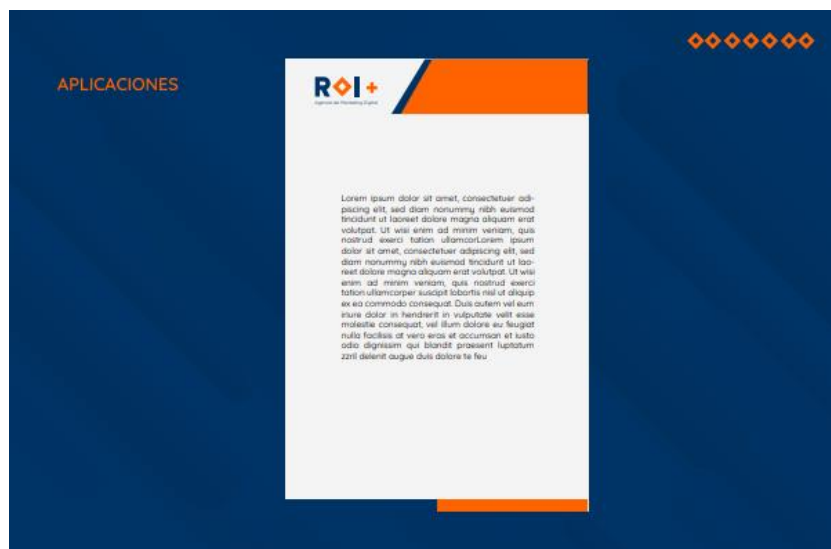


Figura 40 Hojas membretadas de la empresa

5.1.3 Táctica 3: Publicidad de nuevo logo en redes sociales

- **Objetivo:** Establecer la nueva imagen de ROI+ Agencia de Marketing Digital en redes sociales.
- **Actividad:** Se va a proceder a cambiar las fotos de portada y de perfil de la empresa de ROI+ Agencia de Marketing Digital, con la finalidad de que la nueva imagen ya se quede en la mente de los consumidores.

Además, se tiene previsto la cancelación de \$1 dólar diario dentro de las redes sociales de Facebook e Instagram el cual se pagará por una semana, con la finalidad de que las personas conozcan a la empresa y en futuros nos reconozcan por algún distintivo de la empresa o puedan comenzar a trabajar con nosotros. Una vez que se realiza el pago en las redes sociales se tendrá que segmentar al mercado que nos vamos a enfocar, en

nuestro caso la mayor parte de la segmentación será en negocios o emprendimientos a nivel nacional.

- **Periodo:** los mismos serán cambiados en cuanto la persona encargada de la empresa apruebe los nuevos diseños. Y en cuanto al pago en las redes sociales será por un periodo de una semana (7 días), la cual al final de la semana se medirá el impacto.
- **Responsable:** Departamento de Marketing y Departamento de Diseño
- **Presupuesto:** 30 dólares al mes para pago en redes sociales
- **Indicador:** la estrategia va a ser medida de acuerdo a las reacciones que tengamos de las personas dentro de las redes sociales, es decir mediante (me gusta, me encanta, me importa, me divierte, me asombra, me entristece, me enoja) esto en cuanto en la red social de Facebook, y en cuanto a la red de Instagram (me gusta), de esta manera podremos saber cuánta aceptación tenemos en el mercado.

A continuación, se mostrará los diferentes logos para la empresa ROI+ Agencia de Marketing Digital:



Figura 41 Logo Propuesta 1



Figura 42 Logo Propuesta 2



Figura 43 Logo Propuesta 3



Figura 44 Propuesta portada

A continuación, se mostrará cómo queda el nuevo logo de la empresa dentro de la red sociales Facebook:



Figura 45 Presentación en redes sociales propuesta 1



Figura 46 Presentación en redes sociales propuesta 2

5.2 Propuesta 2: Estrategias de posicionamiento de la marca dentro del mercado

5.2.1 Táctica 1: Creación de material POP

- **Objetivo:** Crear material POP para campañas publicitarias en el exterior y captación de nuevos clientes.
- **Actividad:** Se va a comenzar con campañas publicitarias en exteriores (parques, lugares de exposiciones, etc.), el cual contará con material POP para poder hacer activaciones y explicaciones sobre los planes que contemplamos dentro de ROI+ Agencia de Marketing Digital.

En cuanto a las exposiciones en parques y lugares de emprendimientos se llevará a cabo los 365 días del año en diferentes momentos, los cuales como siempre se ha tenido previsto se mantendrán para los meses de abril y noviembre, ya que dentro de los mismos dentro de la ciudad de Cuenca existen fiestas, y dentro de las fiestas hay muchas actividades en diferentes lugares. A continuación, se podrá detallar parcialmente cuándo y qué actividad se realizará dentro de la misma.

Mes	Actividad	Presupuesto
Abril Stand en ferias, todo el material detallado servirá para los días que se quede la feria en ese momento.	Dentro del stand vamos a tener material POP como el que se menciona a continuación: <ul style="list-style-type: none"> - Camisetas (12) = (\$156) - Flyer (2000) = (\$130) - Esferos (500) = (\$125) - Tazas (24) = (\$36+21) - Tarjetas de presentación (2000) = (\$195) - Kit de bienvenida (12) = (\$79.50) - Exhibidores en X (2) = (\$50) - Pago de puesto en feria (variación mínima \$50) 	Activada a realizar por \$842.5
Abril En conciertos	Primero ser auspiciante del concierto para que en varios momentos del mismo aparezca nuestra marca en las pantallas y los presentadores pueden decir varias veces el nombre de la empresa de ROI+ Agencia de Marketing <ul style="list-style-type: none"> - La actividad de ser auspiciante de conciertos (2) (\$300) - Kit de bienvenida (10) (\$79.50) - Membresías de un mes de manejo de redes sociales plan básico (2) (\$100) - Flyer (2000) (\$130) - Exhibidores en X (2) (se ocupan los mismos) 	Total, de la actividad \$609.5

	-	
Noviembre: Stand en ferias, todo el material detailed servirá para los días que se quede la feria en ese momento. Nos procederemos a colocar en ferias más conocidas como en El Portal Artesanal y Ferias del Otorongo en las siguientes fechas desde el 1 hasta el 5 del mismo mes.	Dentro del stand vamos a tener material POP como el que se menciona a continuación: - Camisetas (12) = (\$156) - Flyer (2000) = (\$130) - Esferos (500) = (\$125) - Tazas (24) = (\$36+21) - Tarjetas de presentación (2000) = (\$195) - Kit de bienvenida (12) = (\$79.50) - Exhibidores en X (2) Pago de puesto en feria (variación mínima \$50)	Total, de la actividad \$792.5

Tabla 33 Actividades propuesta 2

- **Periodo:** la vigencia de la campaña tendrá los 365 días del año, con la perspectiva que se presente cuando haya fechas especiales dentro de la ciudad, y si en su caso existan ferias, los productos serán entregados con un tiempo máximo de un mes después de mandar a realizar los mismos.
- **Responsable:** Departamento de Marketing y Departamento de Diseño
- **Presupuesto:** el presupuesto se detalla en cada una de las actividades que se vayan a desarrollar en cada evento que se organice.

- **Indicador:** la estrategia se medirá con el método de observación en lo que son ferias y exposiciones, las cuales se analizarán la cantidad demandada de usuarios que se encuentren en el stand, y otro indicador evaluativo será con los mensajes que reciba la agencia sobre temas de mayor información o lo principal que las personas ya deseen el servicio que está ofertando ROI+.

A continuación, se mostrará el material POP para la empresa ROI+ Agencia de Marketing Digital:



Figura 47 Propuesta carpeta



Figura 48 Propuesta exhibidor en X



Figura 49 Propuesta camiseta



Figura 50 Propuesta tarjetas de presentación



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcor>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum irure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te fe

ROI+Agencia de Marketing Digital
 @rolmas7
 096 342 7279

Figura 51 Propuesta hoja membretada

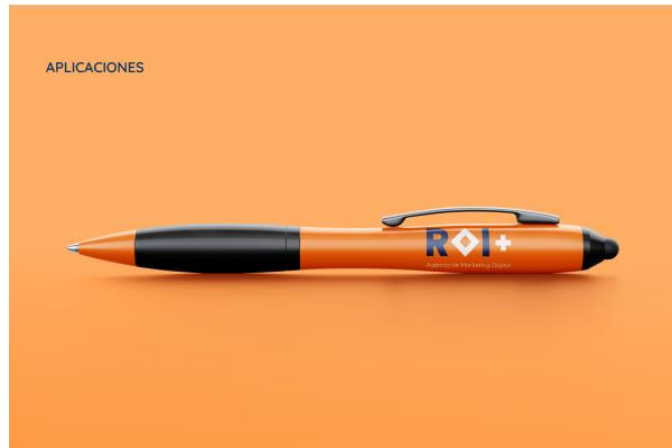


Figura 52 Propuesta de esfero



Figura 53 Propuesta de jarro

5.3 Propuesta 3: Estrategia de fidelización del cliente

5.3.1 Táctica 1: Creación de un kit de bienvenida

- **Objetivo:** Realización de un kit de bienvenida para los nuevos clientes que tendrá ROI+ Agencia de Marketing Digital.
- **Actividad:** Se procede con la creación del kit de bienvenida para los nuevos clientes que tenga la empresa, el mismo será entregado una vez firme el contrato, además podemos acotar que todos los productos que se van a dar estarán membretados con la marca de la empresa, el kit consta de lo siguiente:

Un jarro	Una libreta	Un esfero
Un alcohol	Una bolsa de papel	Tarjeta de bienvenida

Tabla 34 Implementos del kit de bienvenida

- **Periodo:** la vigencia de esta campaña estará los 365 días del año.
- **Responsable:** Departamento de Marketing y Departamento de Diseño
- **Presupuesto:** A continuación, se detallará el valor que tendrá el kit de bienvenida:

Producto	Precio
Jarro	\$1.50
Libreta	\$0.70
Esfero	\$0.15
Alcohol envase	\$0.60
Alcohol liquido	\$0.50
Bolsa de papel	\$0.50
Tarjeta de bienvenida	\$0.50
Stickers de la marca	\$3.50
Total	\$7.95

Tabla 35 Costos del kit de bienvenida

- **Indicador:** se medirá con la reacción que tenga el cliente es decir su estado de ánimo una vez que en las instalaciones de la empresa se le entregue el kit de bienvenida se medirá de la siguiente manera:
 - Muy satisfecho
 - Neutral
 - Nada satisfecho

A continuación, se mostrará los materiales que comprenda el kit de bienvenida para la empresa ROI+ Agencia de Marketing Digital:



Figura 54 Propuesta tarjeta de bienvenida



Figura 55 Materiales dentro del kit



Figura 56 Kit final

5.3.2 Táctica 2: Presente por fechas especiales a clientes

- **Objetivo:** Crear un presente para nuestros clientes en fechas especiales como:
 - Cumpleaños
 - Aniversarios con la empresa
- **Actividad:** Se va a realizar un pequeño pastel la cual será enviado hasta su domicilio, con un pequeño mensaje de felicidades de parte de ROI+ Agencia de Marketing Digital. El presente contendrá:
 - Un pastel pequeño
 - Un recipiente para el pastel

- Una funda de regalo
- Un aplique de “Feliz Cumpleaños”
- Una tarjeta
- **Periodo:** esta estrategia estará vigente los 365 días del año.
- **Responsable:** Departamento de Marketing.
- **Presupuesto:** a continuación, se detalla el costo de la estrategia:

Producto	Precio
Torta	\$5.00
Recipiente	\$0.50
Funda de regalo	\$1.68
Aplique	\$1.11
Tarjeta	\$0.50
Delivery	\$1.50
Stickers de la marca	\$3.50
Total	\$13.79

- **Indicador:** la estrategia se analizará mediante la satisfacción al cliente o no, cuando él se contacte con la empresa a agradecer sobre el presente que se le envió.

A continuación, se mostrará el presente por el cumpleaños de un cliente de la empresa ROI+ Agencia de Marketing Digital:



Figura 57 Materiales del kit fechas especiales



Figura 58 Kit final fechas especiales

5.3.3 Mensajes de felicitaciones en fechas especiales mediante las redes sociales.

- **Objetivo:** Festejar a cada uno de nuestros clientes mediante las redes sociales y mensajería privada.
- **Actividad:** Se procede a hacer una pequeña publicidad para nuestros clientes la cual tendrá como finalidad ponerlos dentro de nuestras redes sociales y dedicarles unas palabras de parte de la empresa de ROI+ Agencia de Marketing Digital en su fecha especial.
- **Periodo:** la presente actividad tendrá una duración de 365 días.
- **Responsable:** Departamento de Marketing y Departamento de Diseño
- **Presupuesto:** esta es una estrategia la cual no va a tener costo alguno.
- **Indicador:** Se medirá mediante la reacción de nuestro cliente sea por un mensaje, un comentario o una reacción en las redes de parte de nuestro cliente, al momento de ver su fotografía y si felicitación dentro de las redes sociales.

A continuación, se mostrará la tarjeta de cumpleaños que se postearan dentro de las redes sociales y se adjuntará como mensaje para cada uno de nuestros clientes.



Figura 59 Propuesta de publicidad en redes sociales

5.4 Propuesta 4: Nuevos planes de marketing digital

5.4.1 Táctica 1: Creación de nuevos planes publicitarios para ROI+ Agencia de Marketing Digital

- **Objetivo:** Analiza nuevos planes de manejo de redes sociales, los cuales se adaptan a las necesidades que tiene el mercado y a su nivel económico.
- **Actividad:** Se procede con la creación de los nuevos planes los cuales tendrán un bajo costo y algunos beneficios los cuales ayudarán a que su negocio se pueda posicionar dentro de las redes sociales, de una manera orgánica.
- **Periodo:** las misma se encontrará en el mercado en un lapso de 10 meses.
- **Responsable:** Departamento de Marketing y Departamento de Diseño
- **Presupuesto:** Se tiene un presupuesto de \$21 dólares por semana para el pago en redes sociales es decir que se va a segmentar al público al cual nos vamos a enfocar para que les llegue la publicidad exactamente al mismo.
- **Indicador:** Se podrá medir esta táctica mediante mensajes de clientes los cuales deseen más información de los planes, dichos mensajes se podrán contemplar en las redes sociales (Facebook, Instagram), como en el WhatsApp empresarial.

A continuación, se mostrará los planes que se propusieron para la empresa ROI+ Agencia de Marketing Digital:



PLAN



PRECIO:
49.99

BENEFICIOS

- 9 ARTES
- 4 HISTORIAS
- MANEJO DE REDES SOCIALES Y CREACIÓN DE COPYS



Figura 60 Plan 1



PLAN

PRECIO:
75



BENEFICIOS

- 12 ARTES
- 5 HISTORIAS
- MANEJO DE REDES SOCIALES Y CREACIÓN DE COPYS
- FOTO DE PORTADA Y PERFIL



Figura 61 Plan 2



Figura 62 Plan 3

5.4.2 Táctica 2: Plan de social media

- **Objetivo:** Analiza las nuevas publicaciones que va a tener la empresa de ROI+ Agencia de Marketing Digital.
- **Actividad:** Se procede con la nueva creación del material digital, la misma deberá constar diferentes tipos de información que pueda hacer que a la gente le llame la atención y entre en nuestra página a seguir con la observación y de dicha observación pueda pedir más información y comenzar a trabajar con nosotros.

Cabe recalcar que los temas que van a salir dentro de las redes sociales más a menudo llevarán los siguientes títulos seguidos de la información: **“Sabias que”**, **“ROI+ te informa”**, **“Ten en cuenta los siguientes TIP’S”**, dentro de los mismos tendrán que tener imágenes llamativas y textos llamativos.

Después de hacer el post dentro del copy nos vamos a mantener con el siguiente **#ROI+**, con la finalidad de que ese # nos identifique dentro de las redes sociales y en la parte inferior del mismo deberá primero contener los siguiente: **#ROI+**, **#ROI+marketing** **#ROI+AgenciadeMarketingDigital**

- **Periodo:** las misma se encontrará en el mercado en un lapso de 365 días.
- **Responsable:** Departamento de Marketing y Departamento de Diseño
- **Presupuesto:** No se detalla un precio ya que el propio negocio tiene que realizar la publicidad del mismo

- **Indicador:** Se podrá medir esta táctica mediante mensajes de clientes los cuales deseen más información de los planes o los tip's que ofrecemos, dichos mensajes se podrán contemplar en las redes sociales (Facebook, Instagram), como en el WhatsApp empresarial. De igual manera se podrá llevar el control mediante las reacciones que tenemos dentro de las redes sociales y los alcances que tengamos dentro del mismo.

A continuación, se mostrará la propuesta del plan de social media para la empresa ROI+ Agencia de Marketing Digital:



Figura 63 Contenido de social media

5.5 Flujo económico de la empresa

A continuación, se mostrará los costos fijos, los costos de la campaña, y finalmente la cantidad de clientes que debemos tener para cubrir todos los gastos mencionados.

Se menciona los gastos los cuales la empresa debe cubrir mensualmente, es decir la empresa necesita \$840 dólares para cubrir gastos generales de la empresa como son los siguientes:

Gastos Fijos			
	Empleado 1	Empleados 2	Total
Sueldo	200	200	400
Arriendo			300
Luz			50
Agua			50
Internet			40
			840

Figura 64 Costos fijos empresa

Las propuestas antes mencionadas corren con los siguientes gastos, los cuales a medida del tiempo y medida que se obtenga el factor económico se podrán ir implementando de poco a poco en el mercado.

Propuesta 1	
Tactica 1	75
Tactica 2	521
Tactica 3	30
Propuesta 2	
Tactica 1	2244,5
Propuesta 3	
Tactica 1	7,95
Tactica 2	13,79
Propuesta 4	
Tactica 1	21
Total	2913,24

Figura 65 Costo propuestas

Para poder cubrir todos los gastos mensualmente debemos tener la siguiente proyección de clientes para poder operar normalmente dentro de la empresa

Cientes	Plan	Total
6	150	900

Cientes	Plan	Total
20	50	1000

Figura 66 Cantidad de clientes

5.5.1 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Planificación	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto
Elaboración del Anteproyecto						
Inicio de investigación y desarrollo del capítulo I						
Recopilación de datos y desarrollo de la información capítulo II						
Investigación de estrategias según tendencia actual						
Realización de conclusiones y recomendaciones						
Revisión del proyecto concluido						

Tabla 36 Cronograma de actividades

6 CONCLUSIONES

En resumen, de esta investigación presentada anteriormente tuvo como objetivo principal realizar un Plan Estratégico para la empresa ROI+ Agencia de Marketing Digital la misma se dirige a los negocios y empresas de la ciudad de Cuenca, los datos recopilados nos permitieron conocer la situación actual de la empresa dando como resultado enfocarnos en las actividades como son los objetivos de promocionar, aumentar el número de clientes de acorde a las proyecciones propuestas.

La metodología cualitativa y cuantitativa que se empleó en este caso dio información necesaria para poder llegar a conclusiones verídicas las mismas que servirán de ayuda a que el negocio pueda crecer día a día, además se contemplan varios significados nuevos que encontramos dentro del mercado como ¿Qué es un plan de marketing?, seguido de eso se puede observar que se habla de un mix de marketing el cual es un pilar fundamental dentro de un negocio.

Se pudo observar que, dentro del análisis del diagnóstico, la empresa contempla algunas fortalezas y debilidades que gracias a las estrategias que se plantean todas esas debilidades se convertirán en fortalezas y las fortalezas cada día se irán mejorando para una mayor satisfacción al cliente, así mismo se tendrán amenazas y oportunidades las cuales de poco a poco se tendrán que ir cubriendo para que la empresa pueda llegar a ser un competidor potencial en el mercado.

Por último, se puede decir que cada una de las estrategias planteadas anteriormente, fueron pensadas y meditadas cada una de ellas, para que la empresa se pueda ser reconocida dentro de la ciudad y con el paso del tiempo poder ser conocidos a nivel nacional, cada una de las estrategias mencionadas aportarán un porcentaje de publicidad de la misma, para poder llegar a cumplir el objetivo que se desea debemos ser constantes en la aplicación de las mismas.

7 RECOMENDACIONES

¿Cuáles recomendaciones pueden darse para ayudar a solucionar el problema?

7.1 A nivel institucional

Se recomienda a la empresa, que ofrezca capacitaciones continuas a sus colaboradores para que los mismos puedan estar al tanto de las nuevas redes sociales y como es el uso de cada una de ellas, además que dentro de los departamentos agregue a más colaboradores para que todos los trabajos futuros puedan salir con un nivel excelente.

7.2 A nivel técnico

Se aconseja a la empresa, que se lea todo el Plan de Marketing, para que de una manera se pueda fidelizar a los clientes que tiene por el momento y con las nuevas estrategias de posicionamiento para la empresa y con las mismas estrategias de fidelización a clientes futuros.

7.3 A nivel teórico

Se puede indicar que el jefe y los colaboradores de la empresa dediquen tiempo a la lectura en cuanto a nuevos conocimientos que hay dentro del área de Marketing Digital, además incluyendo que deberían leer las nuevas palabras que existen dentro del mercado ya que con el paso del tiempo las definiciones de las mismas puedan variar en su redacción, y con esas lecturas mínimas se encontraría a la empresa a un nivel competitivo dentro del mercado.

8 ANEXOS

A continuación, se adjunta el link de la Ley de Comunicación, en la cual detalla cómo se deberá hacer las publicidades dentro de las redes sociales.

Link:

https://drive.google.com/file/d/1yaOTo1QA7EK2cpkb8_cEWdDdWuTHr0A/view?usp=sharing

Se adjunta el cuestionario de satisfacción a clientes de la empresa y el cuestionario de captación a nuevos clientes

- Clientes empresa

Formulario de Satisfacción del Cliente

Determinar el nivel de satisfacción que tienen los clientes con el trabajo realizado por ROI+ Agencia de Marketing Digital

**Obligatorio*

1. Nombre de la empresa *

2. Nombre del representante legal *

3. Actividad económica a la cual se dedica *

Selecciona todos los que correspondan.

- Privada
- Publica
- Comercialización
- Producción de consumo masivo
- Servicios médicos
- Producción de ropa
- Otro: _____

4. Usted conoce la empresa ROI+ Agencia de Marketing Digital *

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No

5. Si su respuesta anterior era "Si", como conoció a la empresa ROI+ Agencia de Marketing Digital *

Selecciona todos los que correspondan.

- Recomendaciones
 Facebook
 Instagram
 Publicidad (flyer)

6. ¿Qué opina usted de los servicios que brinda ROI+ Agencia de Marketing Digital? *

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
Nada Satisfecho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy Satisfecho

7. Los planes que brinda ROI+ Agencia de Marketing Digital están de acuerdo a sus necesidades *

Selecciona todos los que correspondan.

- Sí
 No

8. Los post/artes que oferta ROI+ Agencia de Marketing Digital cubren sus expectativas en cuanto a la información brindada *

Selecciona todos los que correspondan.

- Si
 No

9. Los planes que brinda ROI+ Agencia de Marketing Digital son accesibles económicamente para su empresa *

Selecciona todos los que correspondan.

- Sí
 No

10. ¿Qué sugerencia daría usted al plan digital que tiene actualmente? *

11. El plan de la empresa ROI+ Agencia de Marketing Digital, cumplen con sus requerimientos en tiempos y diseños *

Selecciona todos los que correspondan.

- Sí
 No

12. La información que recibe usted de ROI+ están de acuerdo con sus expectativas empresariales y publicitarias *

13. La comunicación entre la empres ROI+ Agencia de Marketing Digital y su empresa es la adecuada *

Selecciona todos los que correspondan.

- Sí
 No

14. El personal de ROI+ Agencia de Marketing Digital es atento y soluciona problemas de manera inmediata *

Selecciona todos los que correspondan.

- Sí
 No

15. Usted cree que el personal de ROI+ Agencia de Marketing Digital está capacitado para desarrollar sus actividades *

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

16. Cuál de los siguientes planes usted escogería para renovar el contrato *

Marca solo un óvalo.



Plan 1



Plan 2



Plan 3

17. Realice un comentario o sugerencia a ROI+ *

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

Google Formularios

- Captación de nuevos clientes

ROI+ Agencia de Marketing Digital

Buen día:

Reciba un cordial saludo de parte de ROI+ Agencia de Marketing Digital, la presente es para que nos ayude contestando la siguiente encuesta.

De antemano le agradecemos su tiempo y colaboración, éxitos en sus funciones.

***Obligatorio**

1. Nombre de la empresa *

2. Nombre del representante legal *

3. Actividad económica a que se dedica *

Marca solo un óvalo.

- Privada
- Publica
- Comercialización
- Producción de consumo masivo
- Servicios médicos
- Producción de ropa
- Otro: _____

4. Usted realiza publicidad o manejo de redes sociales *

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No

5. Usted dispone de personal capacitado para gestionar sus redes sociales *

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

6. Conoce alguna empresa que oferte planes de marketing digital en la ciudad de Cuenca *

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

7. Si su respuesta anterior era "Sí" coloque el nombre de la empresa

8. Usted contrataría a una empresa que le maneje sus redes sociales *

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

9. ¿Cuál sería los servicios de marketing digital que su empresa puede necesitar? *

Marca solo un óvalo.

- Manejo de redes sociales
 Creación de post
 Capacitación a los empleados
 Sesiones fotográfica
 Creación de animaciones
 Otro: _____

10. Un servicio de marketing digital debe cumplir las expectativas publicitarias *
señale las mas importantes

Marca solo un óvalo.

- Tiempos
 Diseños
 Innovación
 Creatividad
 Otro: _____

11. La comunicación entre su negocio y la empresa de marketing digital debe ser *
de manera directa, rápida y efectiva

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
Poco	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Mucho

12. ¿Cuál de los siguientes planes que usted escogería? *

Marca solo un óvalo.

PLAN

PRECIO: 49.99

BENEFICIOS

- 9 ARTES
- 4 HISTORIAS
- MANEJO DE REDES SOCIALES Y CREACIÓN DE COPYS

ROI+

The advertisement for Plan 1 features two smartphones, one displaying a social media interface. The background is white with a grid of green dots in the top left and bottom right corners. A red starburst contains the price '49.99'. The text 'PLAN' is in red at the top. The benefits are listed in black. The ROI+ logo is in the bottom right.

Plan 1

PLAN

PRECIO: 75

BENEFICIOS

- 12 ARTES
- 5 HISTORIAS
- MANEJO DE REDES SOCIALES Y CREACIÓN DE COPYS
- FOTO DE PORTADA Y PERFIL

ROI+

The advertisement for Plan 2 features three smartphones. The background is white with a grid of red dots in the top left and bottom right corners. A red starburst contains the price '75'. The text 'PLAN' is in red at the top. The benefits are listed in black. The ROI+ logo is in the bottom right.

Plan 2

PLAN

PRECIO: 99.99

BENEFICIOS

- 15 ARTES
- 6 HISTORIAS
- MANEJO DE REDES SOCIALES Y CREACIÓN DE COPYS
- FOTO DE PORTADA Y PERFIL
- ASESORAMIENTO EN MARKETING

ROI+

The advertisement for Plan 3 features one smartphone. The background is white with a grid of red dots in the top left and bottom right corners. A red starburst contains the price '99.99'. The text 'PLAN' is in red at the top. The benefits are listed in black. The ROI+ logo is in the bottom left.

Plan 3

13. Los precios de los planes son accesibles económicamente para su empresa *

Marca solo un óvalo.

Sí

No

14. Comentario

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

Google Formularios

9 BIBLIOGRAFÍA

- Alegra, E. (s.f.). *Escuela Emprendedores*. Obtenido de <https://escuela-emprendedores.alegra.com/marketing/caracteristicas-ecommerce/>
- Alonso, L. (12 de Septiembre de 2019). *Marketing Ecommerce*. Obtenido de <https://marketing4ecommerce.net/las-4-p-del-marketing-mix-historia-variantes-evolucion/>
- Cárdenas, J. (18 de Abril de 2020). *rockcontent*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/historia-del-comercio-electronico/>
- editorial, E. (12 de Abril de 2022). *lifeder*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/tic-tecnologias-informacion-comunicacion/>
- Ekos . (09 de Febrero de 2021). Obtenido de <https://www.ekosnegocios.com/articulo/en-2021-el-comercio-electronico-mantendra-un-crecimiento-sostenido-en-ecuador#:~:text=En%202021%2C%20el%20comercio%20electr%C3%B3nico%20mantendr%C3%A1%20un%20crecimiento%20sostenido%20en%20Ecuador,-martes%209%20febrer>
- El Comercio*. (03 de Febrero de 2021). Obtenido de <https://www.elcomercio.com/tendencias/tecnologia/zuckerberg-cambios-facebook-censura-cifrado.html#:~:text=Mark%20Zuckerberg%2C%20cofundador%20y%20director%20ejecutivo%20de%20Facebook%2C%20dio%20a, en%20Utah%2C%20en%20Estados%20Unidos>
- Fernández, Y. (08 de Febrero de 2022). *Xataka Basics*. Obtenido de <https://www.xataka.com/basics/alternativas-a-facebook-9-redes-sociales-todo-tipo-que-puedes-probar>
- Gonzáles, R. M. (2001). *Marketing en el siglo XXI*.
- Kotler, P., & Armstrong , G. (2013). *Fundamentos del marketing*. Mexico.
- Ministerio de Trabajo . (s.f.). Obtenido de <https://www.trabajo.gob.ec/teletrabajo/#:~:text=Es%20la%20prestaci%C3%B3n%20de%20servicios,instalaciones%20del%20lugar%20donde%20labora>
- Ovalle, M. (09 de Agosto de 2021). *Kushki* . Obtenido de <https://www.kushkipagos.com/blog/a-un-ano-del-boom-del-e-commerce-en-la-pandemia-esto-es-lo-que-aprendimos>
- Ramirez, C. (06 de Marzo de 2020). *Futurite* . Obtenido de <https://futurite.com/blog-marketing-digital/por-que-el-comercio-electronico-es-lo-de->

