



CREACIÓN DE EMPRESA 1 50101

MITZVA-Marketing Digital

**PROYECTO “PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA PYMES EN LA CIUDAD DE
IPIALES”**

EDDIE JOHAAN ESCOBAR IBARRA

OCTUBRE 2020

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR

IPIALES



Compromisos del autor

Yo Eddie Johan Escobar Ibarra, identificado con C.C N° 1084847275, estudiante del programa Administración de Empresas, declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Eddie Johan Escobar Ibarra
CC 1084847275
Firma Virtual



Tabla de Contenido

Resumen Ejecutivo	4
Introducción	4
Objetivos	6
Objetivo general.....	6
Objetivos específicos	6
Claves para el éxito del proyecto	7
1. Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio	10
1.1 Objetivos de desarrollo sostenible	11
1.2 Teoría del valor compartido.....	11
1.3 Análisis del sector económico.....	11
2. Identificación del problema, necesidad, reto u oportunidad	13
Problemas que afectan a la comunidad, clientes y entorno	14
2.1 Árbol de problemas y objetivos	16
Formulación pregunta problema:	16
Árbol de objetivos:.....	17
Aplicación técnica de ideación seis sombreros.....	18
.....	18
Autoevaluación de la idea de negocio.....	22
Estructura de la idea de negocio:	23
3. Descripción de la idea de negocio.....	25
4. Innovación.....	26
Empresas que brindan soluciones al mismo problema que se encuentra en el mercado	27
.....	27
Alternativas de la idea de negocio	29
Idea más prometedora e innovadora.	29
5. Fuerzas de la industria.....	32
5.1 Contextualización de la empresa.....	32
5.2 Análisis de la demanda	32
5.3 Análisis de la oferta.....	33
Clasificación de empresas por tamaño económica en la Ciudad de Ipiales,.....	34
Análisis de la oferta.....	34
5.4 Análisis de la comercialización y proveedores	37
Principales características de la oferta	37
6. Segmentación del Mercado.....	39
Beneficios de la idea de negocio.....	39
Buyer Persona	41
Análisis del cliente ideal	42
a. Compañías que serían posibles clientes	42
b. Valores que destacan nuestro cliente ideal	42
c. Entorno de nuestro posible cliente ideal	42
d. Necesidades que presenta nuestro cliente ideal	43



Conclusiones frente a nuestro Cliente Ideal.....	43
Análisis de la competencia.....	44
1. Actores del mercado que ofrecen cosas similares a nuestro servicio.	44
2. Población total de personas o negocios que potencialmente podrían contratar un servicio similar al propuesto.	44
3. Cantidad de personas o negocios que deben suplir su necesidad con nuestro servicio.....	44
4. Empresas que presentan alto potencial de adquirir este servicio.	44
5. Personas o negocios que definitivamente suplirían sus necesidades con este	45
7. Lienzo propuesta de valor.....	46
Definición estratégica	47
Leyes referentes al proyecto propuesto.....	47
Diseño de concepto.....	49
Diseño en detalle.....	50
Cadena de distribución.....	50
Costos Producción	51
Precios servicios.....	51
Principales indicadores de Calidad	52
8. Diseño del producto	53
8.1 Ficha técnica	56
9. Ciclo de vida	57
Ubicación en la gráfica del ciclo de vida	57
10. Prototipo.....	59
10.1 Características del servicio.....	59
10.2 Características del prototipo.....	59
10.3 Interacción y evidencia del servicio con los clientes	61
11. Tabla 9 Modelo Running lean Canvas.....	64
12. Validación	65
Objetivos de la investigación	65
12.1 Objetivo principal	65
12.2 Objetivos específicos	65
12.3 Tipo de investigación.....	66
12.4 Diseño formulario de la Encuesta.	67
12.5 Muestra	69
13. Tabulación y análisis de la encuesta aplicada.....	69
14. Conclusiones y recomendaciones	78
15. Bibliografía	79



Resumen Ejecutivo

Las actuales actividades en los mercados evolucionan de una manera muy rápida y vemos como día a día nuevas herramientas digitales se crean para beneficio de personas o empresas, la innovación y la adaptación es la clave para el éxito de muchas empresas. Actualmente vemos ejemplos claros para el posicionamiento y renombre gracias a que el marketing digital es el “haz bajo la manga” para empresas muy grandes que cayeron en crisis total de su economía y estableciendo estrategias correctamente aplicadas tuvieron un resurgir en el sector empresarial.

La revolución de la tecnología arrasa con todo a su alrededor y es necesario ir a la vanguardia y aprovechar al máximo sus beneficios para ser más productivos y traer un aire muy fresco a la región.



Introducción

La creciente crisis que tanto afectó a las empresas, trajo mucha desesperación y dejó muchas personas en la quiebra absoluta, la desesperación por parte de los dueños o socios de empresas se vio reflejado al implementar muchas estrategias en las empresas donde la mayoría fracasó y donde surgieron estrategias poco conocidas como el marketing digital.

El marketing digital está revolucionando el mundo al prestar servicios a empresas que les es difícil ofrecer ciertos servicios o productos en los sectores a los cuales pertenecen. Si bien es cierto llevamos varios años mirando como el empleo de las redes sociales para uso comercial se ha incrementado considerablemente entre 2017 a 2020, las ventas, los negocios, contratos, servicios; son comunes en estas plataformas y nos muestra el avance que está teniendo la sociedad.

MITZVA marketing digital está proyectada para ser una empresa que ayude a las pequeñas y medianas empresas en la Ciudad de Ipiales, Nariño que estén pasando por un tiempo crítico o que quieran actualizarse implementando las herramientas tecnológicas y relacionarlas con sus empresas para obtener excelentes resultados, de manera que ayuden al avance de la economía en la región.



Objetivos

Objetivo general

Diseñar un plan de marketing digital para promover ventas, aumentar participación en el mercado y posicionamiento para pequeñas y medianas empresas en la Ciudad de Ipiales en el año 2026.

Objetivos específicos

- Definir las situaciones de las pequeñas y medianas empresas mediante las diferentes herramientas de análisis para establecer una estrategia correcta que logre un progreso en sus actividades.
- Identificar las estrategias de marketing digital y ejecutarlas en las empresas solicitantes.
- Identificar nuevas estrategias que estén disponibles en el entorno para aplicarlas de acuerdo a los diferentes mercados.



Claves para el éxito del proyecto

Muchas empresas a raíz de esta gran problemática, tuvieron que idear estrategias para solventar los problemas económicos, es importante recalcar que muchas de ellas se dieron a la búsqueda de cuáles serían las herramientas para la solución a sus problemas, es notable ver como la mayoría de empresas decidieron implementar entre sus estrategias, la implementación de Marketing digital, ya que si todas las personas se encuentran en cuarentena y por ende en sus casa les es imposible llegarles a ofrecer o hacer conocer sus servicios y productos sin riesgo de un contagio, por lo que estas herramientas permiten un negocio rápido y seguro.

El siguiente artículo afirma;

“En España, si comparamos la semana del 24 de febrero 2019 con la misma en 2020, existe un incremento del 60% para las ventas de consumibles online, y en Francia e Italia supera ya el 80%. En el caso de España se pasó de la fase 4 a la 5 en menos de una semana, y las tendencias de consumo se dirigían a cubrir tres tipos de necesidades: alimentación; salud (material deportivo); comodidad (equipamiento para el teletrabajo); y entretenimiento (contratación de plataformas, juegos para niños, videojuegos o programación digital), Las oportunidades de negocio en este nuevo ecosistema digital son infinitas, y es que sólo por el hecho de tener nuevos usuarios aprendiendo a utilizar herramientas online y empresas que se ven obligadas a buscar alternativas a la publicidad tradicional, esto abre una puerta inmensa para las agencias de marketing.”. Redacción Cuadernos de Seguridad. (2020 abril, 3), *El Covid-19 dispara los beneficios de los*



negocios que invierten en marketing digital. Recuperado de

<https://techlandia.com/13080017/como-citar-un-articulo-tomado-de-internet>.

Dándonos a entender que esta estrategia está teniendo grandes resultados y en países donde su economía no se ve muy afectada como países subdesarrollados.

La actual crisis económica, el alto nivel de desempleo, los escasos de productos de primera necesidad, traen desastres a gran escala que afectan el bolsillo de las personas y esto genera una búsqueda constante por parte de las empresas para que estas no desaparezcan, sino que buscan un impulso para poder “revivirlas” y es ahí donde nuestra idea de negocio quiere empezar a ejecutar su plan estratégico, trayendo consigo un resurgir de esas empresas que tal vez estén pasando por crisis y también creando conciencia de que las redes sociales y las herramientas tecnológicas son el nuevo diseño para el comercio y negocios, es por eso que en la Ciudad se está implementando las ventas usando Facebook o Instagram teniendo grandes resultados, también vemos que supermercados pequeños están brindando información de sus productos con catálogos virtuales y esto hace que las personas cómodamente puedan elegir el producto que desean y con una transferencia bancaria lo tengan en su casa.

Los grandes problemas de la mayoría de empresas en resumen es la falta de interacción con sus clientes, ofrecer sus servicios, publicidad, transacciones seguras, al no conocer las herramientas que pueden implementar, por lo que el Marketing Digital es la solución a todo eso.



IDEACIÓN

MARKETING DIGITAL



1. Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio

Según la idea de negocio del proyecto “Plan de Marketing digital para empresas”, tendría solución en varios sectores principales, ya que actualmente; el alza del desempleo, crisis económica, recorte de personal en muchas empresas, alza de costos, dificultad de envíos, falta de transporte y una gran responsabilidad frente a los cuidados de bioseguridad para evitar el posible contagio de COVID-19, son factores que están frenando la producción y avance de una región, por lo cual esta idea de negocios traerá consigo muchos alivios a las pequeñas, medianas y grandes empresas; implementando planes estratégicos enfocados en el área digital donde nuestros clientes adoptaran y centraran su actividad económica en herramientas que van a mejorar sus ingresos y de esta manera y a pesar de la actual crisis no se verán afectados.

Gracias a las estrategias digitales de las empresas, se evitarán muchos de los problemas que actualmente nos rodean, por ejemplo, se reducirá el contacto con otras personas dependiendo del tipo de empresa, puesto que todo sería vía internet o telefónico, de igualmente todo documento será diligenciado de forma digital, esto con el fin de proteger a cada persona y además estaríamos aportando mucho al medio ambiente, porque se reduce en gran porcentaje el papel que tristemente es algo que se desperdicia en las empresas.



1.1 Objetivos de desarrollo sostenible

“Fomentar el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo, y el trabajo decente para todos” (Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)), Este sería el objetivo que más se identificaría la empresa, porque, busca que muchas personas accedan, aprendan y apliquen al sector económico, mirando a las personas por igual y tener presente que cada persona es productiva en muchas áreas sin demeritar nada (raza, ideología, edad, estrato...etc.), dentro de los derechos, deberes y leyes correspondientes a cada lugar.

1.2 Teoría del valor compartido

La idea principal de esta empresa es la transformación y modernización de todas las empresas que nos contraten, ya que al adentrarse a la era digital y a partir de ahí tener una buena estrategia de marketing digital, traerá consigo; mayores ingresos, nuevas oportunidades, nuevos socios, ampliación y reconocimiento a nivel regional de las empresas.

1.3 Análisis del sector económico

Factores Políticos: Lo que comprende esta área para el emprendimiento a elaborar se rigen bajo las decisiones del gobierno actualmente en relación con las nuevas tecnologías, el Código Colombiano de autorregulación publicitaria, reserva uno de sus capítulos a la publicidad en medios digitales interactivos, atendiendo a la expansión creciente de medios y canales que se encuentran disponibles hoy en día para llegar a los consumidores. Así las cosas, el sector publicitario colombiano se compromete igualmente a mantener una conducta ética y responsable a través de los medios digitales.



Factores Económicos: Este es uno de los factores muy importantes ya que se puede decir que toda empresa se enfoca mucho y le permite analizar el sector al cual quiere entrar, en este análisis se puede observar que los medios digitales son “ahora un conductor clave del crecimiento global, ya que se espera que crezca un 36,5% del mercado, dado que se ha convertido en el gran motor de crecimiento en lo que a gasto publicitario se refiere. En procesos económicos, se espera una influencia en el futuro del sector publicitario en gran nivel por lo que el mercado en general y gracias a los medios digitales tendrá un gran aporte a la economía del país.

Factores sociales: Dado que el proyecto está pensado en ejecutarse en la ciudad de Ipiales, Nariño, el estudio social se enfocó en esta región, la cual presenta una fuerte tendencia de crecimiento en los últimos años, lo que da una fuerte competencia por las empresas, en cuanto al estilo de vida y las tendencias de consumo, debido a ser una zona fronteriza se presta mucho para la creación de empresas en todos los ámbitos, por lo cual las personas de la ciudad tendrán un mayor poder adquisitivo, por lo que el consumidor, buscará un servicio mucho más eficiente, que satisfaga sus deseos, la mayor población se encuentra concentrada en Ipiales, siendo un epicentro del comercio de los municipios que lo rodean, por lo que es un buen lugar para el posicionamiento de cualquier empresa.

Factores Tecnológicos: Este factor primordial en este tipo de empresas, dado que todo el servicio que se pretende dar a las personas rodea la tecnología. el proceso de innovación a la cual las empresas apuestan para tener una ventaja competitiva y sobresalir entre sus competidores, lo que le permite hacer lanzamientos en el mercado de nuevos servicios o mejorados productos, en el sector publicitario, existen diversas herramientas tecnológicas que hacen de esta una plataforma competitiva, entre ellos el más común son los medios digitales, ya que gracias a esto pueden hacer publicidad masiva y es lo que se encuentra en auge en estos momentos.



Factores Ecológicos: Este factor es muy importante en muchas empresas, pero en lo que respecta a la idea de emprendimiento que se tiene planeado de “Plan de marketing digital para empresas”, no lo interviene debido a que todo el servicio que se presta es de carácter netamente digital por lo que no afecta ni tienes cambios en el ambiente ecológico que nos rodea.

Factores Legales: En este sector no esta tan restringido, y se encuentra regido por el artículo 20 de la constitución Política del 91 y por el Código Colombiano de autorregulación publicitario, la cual exige que todas las personas pueden expresarse libremente por lo cual le respeta el derecho a las personas de dar su opinión y mostrarse tal cual son, adicional a esto, estipula las reglas que se deben tener en una publicidad de comparación, y donde se afirma que se debe tener una competencia leal y ecuánime.

2. Identificación del problema, necesidad, reto u oportunidad

Para las empresas en la ciudad de Ipiales, las ventas han tenido un cierto declive en comparación a los años anteriores, una razón muy notable es el aumento de la competencia y esto genera que la competitividad también aumente, por lo que las empresas buscan una solución frente a esos problemas que están afectando sus ingresos mensuales. Es claro ver como muchas de las empresas ya adoptaron estrategias digitales y están apostando por las ventas online, publicidad electrónica y cierre de negocios por plataformas virtuales y es ahí donde la necesidad de estrategias triunfantes ante esos problemas crece más y más en las empresas de la región, creando una oportunidad de la implementación de este proyecto, trayendo consigo herramientas para que estas empresas las adopten y así generar confianza con nuestros clientes.

Un pilar importante para el desarrollo de nuestras estrategias es el aumento de usuarios de internet que crece a pasos agigantados en el mundo, la actualización de las empresas de internet



en su red y en el préstamo de sus servicios hacen que la velocidad aumente y por consiguiente hacen más fácil ejecutar nuestras ideas. También es importante tener en cuenta que no solo es saber manejar de cierta manera las redes sociales como Facebook o Instagram que son las más comunes donde se mira productos o servicios que la gente ofrece, es necesario conocer varias áreas del marketing digital siendo un tema súper amplio y donde las herramientas son enormes para la ejecución de las estrategias, por lo que para poder ser aplicadas correctamente en una empresa hay que tener un conocimiento de cada una de ellas y es ahí donde este proyecto puede empezar a ejecutarse.

Es por eso que la idea de ofrecer servicios de planes estratégicos para las empresas en la ciudad de Ipiales en marketing digital, llega como respuesta ante la gran necesidad de una actualización y renovación del mercadeo, incluyendo herramientas totalmente virtuales que traerán posicionamiento a cada una de las empresas que las adopten.

Problemas que afectan a la comunidad, clientes y entorno

El principal problema que afecta a la comunidad es el atraso frente a otras regiones del país donde la “moda” tecnológica es más común que acá y se puede ver que grandes inversiones por parte de las empresas es a su área de mercadeo y más específicamente en el área de marketing digital, para un ejemplo claro están las multinacionales de electrodomésticos donde el marketing digital invade las redes sociales, portales web, buscadores y esto nos muestra que la inversión por parte de una empresa sea grande o pequeña es muy importante en esta era.

Por parte de los clientes, el problema que se llega a identificar sería la desconfianza al ser una estrategia relativamente nueva y que comprende varios temas, falta de conocimiento por parte de las personas de la tecnología, negocios altamente conservadores en sus estrategias.

En el entorno un gran problema es la competencia desleal por parte de otras empresas de servicios de mercadeo y aprovechando la oportunidad y alta demanda que esto genera, las páginas de marketing digital gratuitas, actualización en plataformas de la competencia.

Tabla 1

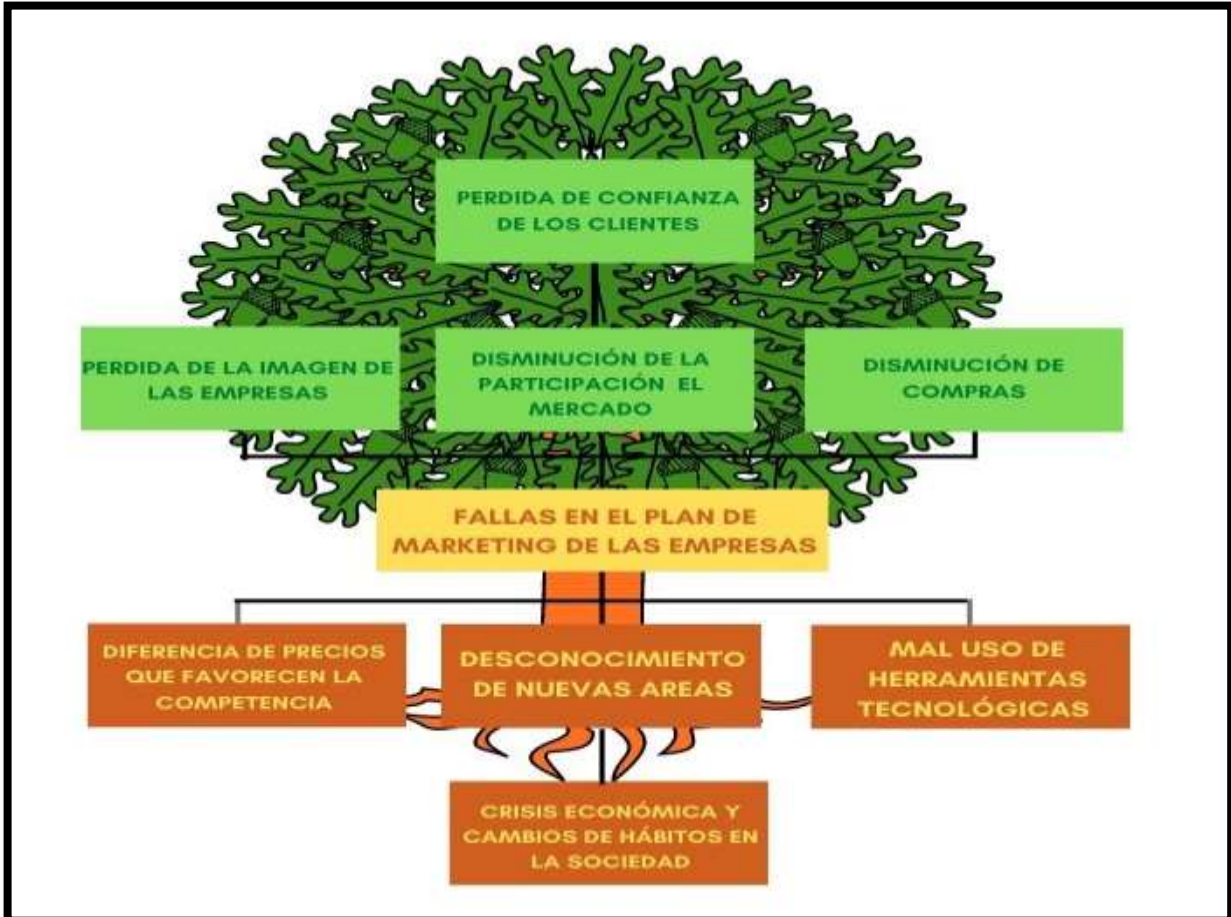
Esquema de problemas

CRITERIO	PROBLEMA 1	PROBLEMA 2	PROBLEMA 3
	Falta de conocimiento de estrategias digitales	Fallas en el plan de marketing de las empresas	Desconociemito para saber llegar al cliente por parte de las empresas
Conocimiento o experiencia	5	5	5
Asesoramiento de un experto (si se requiere, ¿lo tenemos?)	5	5	
Alcance (técnico ¿tenemos las herramientas?, ¿Podemos desplazarnos para evaluar el problema? ¿tenemos acceso a información?, ¿puedo darle alguna solución?)	4	4	5
Tiempo (Posible solución)	2	4	5
Costos (posible solución)	4	5	3
Impacto ¿es trascendental? ¿Representa un desafío para ustedes?	4	4	4
¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo de problemas?	3	4	4
TOTAL	27	31	26

Nota. Fuente, elaboración propia

2.1 Árbol de problemas y objetivos

Imagen 1



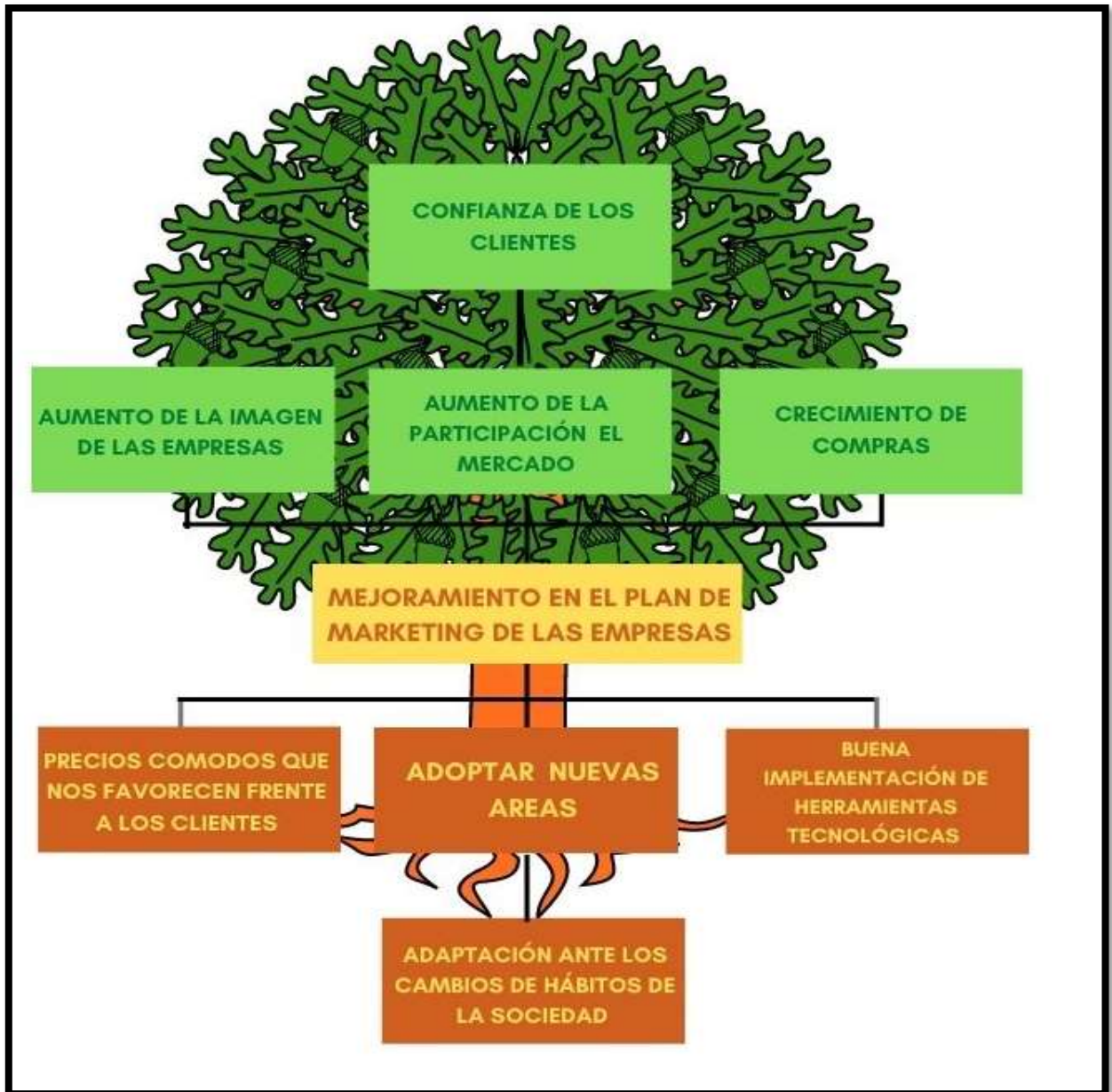
Nota. Fuente propia

Formulación pregunta problema:

¿Qué herramientas implementar para el mejoramiento del plan de marketing para las pymes en la ciudad de Ipiales?

Árbol de objetivos:

Imagen 2



Nota. Fuente propia



Aplicación técnica de ideación seis sombreros



Sombrero blanco:

El marketing digital es una estrategia que se está aplicando a la mayoría de empresas, se enfoca principalmente en todos los medios digitales, partiendo de la idea de que “Si una empresa no está en internet, no existe”, por lo que es una opción casi obligada para que las técnicas off-line que muchas empresas actualmente tienen aplicadas, sean cambiadas, ya que son limitadas e impiden al cliente disfrutar de una manera más rápida el servicio o producto que se necesita.

Estas nuevas estrategias se destacan por la inmediatez de sus herramientas, consiguiendo un servicio muy cómodo para los clientes, por ejemplo; si antes los distribuidores hablando en un ámbito de comercialización, eran los productores quienes tenían el poder de la opinión, y ahora todo se enfoca principalmente y únicamente en el usuario, quien es el que tiene el poder de buscar y encontrar todo aquello que necesita a la facilidad de un clic, usando herramientas como buscadores (Google, Bing, Yahoo, etc.), todo esto y sumando la oportunidad de que el usuario pueda leer comentarios y puntuaciones sobre el producto o servicio que se necesita.

El marketing digital aplicado como una estrategia para las empresas es una ayuda inmensa y se fue creando a raíz de la alta demanda por parte de los usuarios para encontrar una manera más rápida de adquirir un servicio y por parte de las empresas buscar una manera más cómoda y que genere gran impacto en las personas, las herramientas que esta estrategia ofrece son casi que infinitas ya que cada día se suma una aplicación, una página web, un blog, una



herramienta nueva y esto hace que las técnicas que se puedan aplicar a una empresa sean muchísimas hasta encontrar la más adecuada.



Sombrero rojo:

Al emprender estas estrategias se podría observar que el aplicar herramientas totalmente nuevas para los dueños de las empresas, se produciría cierta desconfianza y talvez un rechazo ante estas propuestas, el buen funcionamiento y productividad de una empresa que ha aplicado por muchos años estrategias y que encima son efectivas, son factores que debemos tener en cuenta, ya que al exponer las empresas a una nueva actualización y adoptar nuevas técnicas en sus empresas como es el marketing digital pues es muy complicado porque estas personas van a elegir sus estrategias conservadoras, por otra parte muchos dueños de negocios son personas que ni siquiera tienen una red social, es más, no tienen un Smartphone de gama baja con el que podrían oír de estas estrategias para ser aplicadas en sus negocios.



Sombrero negro:

Incluir estas herramientas a una Ciudad donde la mayoría de empresas son de muchos años de fundación y sus dueños son personas que no confían en las nuevas estrategias y más si son virtuales, debido a que se escucha en las noticias, radio, tv o periódico como muchas empresas han perdido gran cantidad de dinero al adoptar nuevas estrategias que solo los llevo a la ruina, también como muchas empresas sufrieron desfalcos inmensos de dinero al ser estafados



por personas al concluir negocios por internet. Esto genera una gran desconfianza por parte de las empresas ya que si quieren entablar o iniciar un negocio a una persona que requiere de sus servicios o productos y ni siquiera los conocen y se les recomienda usar las redes o plataformas virtuales para cerrar este tipo de negocios, tendrán presente que en cualquier momento podrían ser víctimas de estafadores.



Sombrero amarillo:

Por primera vez tendremos la oportunidad de despejar tantas dudas que existen sobre las herramientas que ofrece el marketing digital como principal estrategia para las empresas y al ver que en las empresas que se adoptó esta opción y están obteniendo grandes resultados como en el número de usuarios y de ventas debido al posicionamiento que estas estrategias traen, también al ver el favoritismo entre las personas de la región que prefieren a ciertas empresas, siendo resultado de una gran maniobra publicitaria virtual, donde la mayoría de la población en la ciudad se dio cuenta del producto o servicio que se ofrece por parte de estas empresa. Esto hará que todas esas empresas que aún tienen esa desconfianza de escoger estas técnicas, se decidan a hacerlo.



Sombrero verde:

Como principales estrategias para que la comunidad acepte adoptar estas estrategias en sus empresas, está el inculcar los conceptos básicos que rodean el marketing digital, para que las personas se familiaricen con esta nueva era, también por parte de esta empresa se puede ofrecer prototipos de las herramientas como digitalización de la imagen corporativa que comprende un nuevo logo, colores empresariales, imágenes y videos publicitarios a manera de portafolio de nuestros servicios para que las personas que quieran contratarnos nos conozcan y observen el gran impacto que generaría un buen uso de estas herramientas. También se podría mostrar antiguos clientes y el plan de estrategia que decidimos en aquellas empresas para que los nuevos clientes tengan un mayor grado de confianza para aceptarnos.



Sombrero azul:

En resumen, se puede afirmar que el “Plan de marketing digital para pymes en la Ciudad de Ipiales”, es una estrategia que puede tener una gran acogida por parte de las empresas teniendo en cuenta las grandes oportunidades que tenemos por encima de las falencias que se pueda tener, se considera que siempre la mayoría de empresas quieren un avance y es la oportunidad perfecta para que este proyecto sea ofrecido, por otro lado las personas que hacen parte de un pequeño porcentaje mínimo, que son los que definitivamente tendrían esas inconformidades en nuestro plan estratégico, se los consideraría clientes futuros ya que al ser una ciudad pequeña y esperando los



buenos resultados que generen nuestros servicios en las empresas, el voz a voz llegaría a ellos y es posible que de manera más confiada nos acepten.

Autoevaluación de la idea de negocio

Tabla 2

INTERÉS/DISPOSICIÓN AFIRMACIONES	ESCALA DE VALORACIÓN				
	(F)				(V)
la idea de negocio que tengo se ajusta a lo que yo siempre he querido hacer	1	2	3	4	5
No me incomodaría decir a otros que me dedico a esta actividad.	1	2	3	4	5
Estoy dispuesto a dedicar el tiempo que sea necesario para desarrollar el negocio	1	2	3	4	5
Considero que en seis (6) meses puedo tener el negocio funcionando	1	2	3	4	5
Nº TOTAL DE AFIRMACIONES VALORADAS EN:	0	0	0	1	5

Elaborado por: Jonathan Moreno R./Coordinador de servicio de atención al emprendedor

Tabla 3

	A	B	C
Total de afirmaciones valoradas en 1:	0	1	0
Total de afirmaciones valoradas en 2:	0	2	0
Total de afirmaciones valoradas en 3:	0	3	0
Total de afirmaciones valoradas en 4:	1	4	4
Total de afirmaciones valoradas en 5:	4	5	20
		TOTAL	24

Interpretación del puntaje total

Más de 20 puntos, por lo que la idea de negocio es realmente la que nos interesa y por consiguiente seguiremos trabajando bajo esta propuesta.



Estructura de la idea de negocio:

Tabla 4

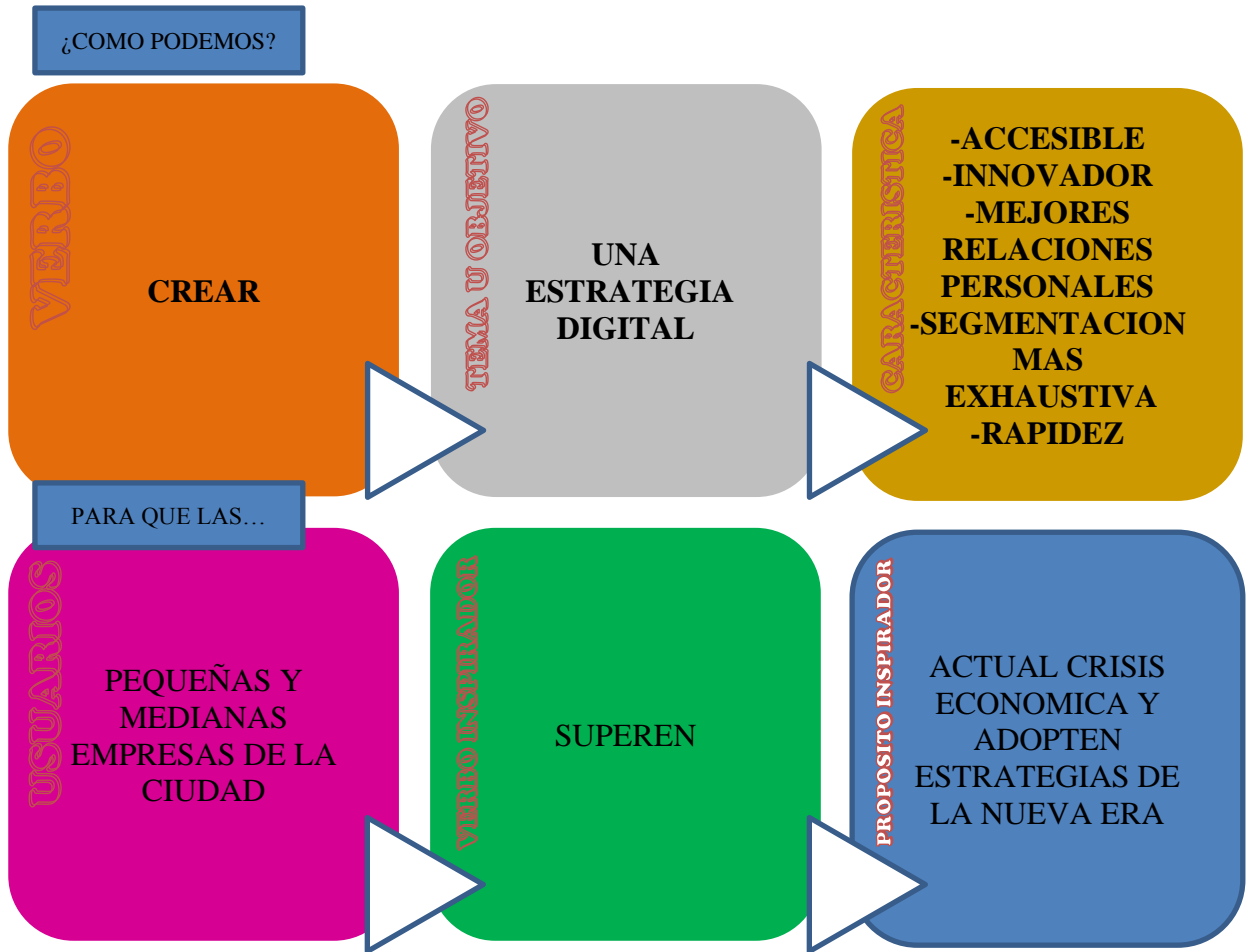
Estructura de la idea

¿Cuál es el producto o servicio?	El servicio es un plan de Marketing digital para pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Ipiales
¿Quién es el cliente potencial?	Toda empresa que este afectada por la actual crisis
¿Cuál es la necesidad?	La crisis actual por parte de la pandemia genero grandes problemas a nivel de empresas ya muchos no saben cómo ofrecer sus productos o servicios
¿Cómo funciona el producto o servicio?	Se analiza el problema de la empresa, se observa que herramientas digitales son las más apropiadas para el desarrollo de la estrategia (creación de redes sociales, publicación del servicio o producto, publicidad audio visual en la mayoría de las plataformas, anuncios. Entre otras) y se procede a aplicarlas después de ser aprobadas por nuestros clientes
¿Por qué lo preferirían?	La aplicación de estas estrategias se mira en una parte del gran entorno que rodea al marketing digital, se observa que las redes



	<p>sociales y principalmente Facebook con Marketplace está siendo utilizado por las personas, pero se desconoce que hay muchas más herramientas que necesita de personas expertas en el tema para su correcta aplicación y es ahí donde nos escogerían, ya que en la ciudad de Ipiales no existen una empresa que se enfoque netamente al marketing digital u diseñar un plan de marketing digital</p>
--	--

3. Descripción de la idea de negocio





4. Innovación

El marketing digital se convierte en una herramienta importante con la que se beneficiaran a muchas empresas que necesitan de un impulso para el éxito de sus empresas, mejorando el desempeño con ayuda de formatos interactivos, redes sociales, la distribución digital y la comunicación inmediata. Por lo anterior al ser un área que abarca muchas partes, las alternativas se centrarían en un solo servicio o algunos clientes focalizados, a continuación, las posibles alternativas basadas en la idea de negocio principal son:

1. Desarrollo de publicidad, se centraría solamente en las imágenes corporativas de las empresas solicitantes, y el principal servicio sería el de realizar trabajos gráficos según sea la necesidad de las empresas, como, por ejemplo, afiches publicitarios, logos, videos informativos, infogramas de productos o servicios.

2. Marketing digital solo en redes sociales, las redes sociales son lugares donde a diario se organizan negocios, y abordar de manera masiva con una buena calidad de publicidad, podría ser una alternativa que nuestros clientes tendrían en cuenta al momento de adoptar estrategias para beneficios de sus empresas.

3. Paquetes publicitarios para empresas, se ofrecería planes a tipo de membresías, donde según sea el valor contratado, dependerá de la cantidad de publicidad, por ejemplo, el servicio de un valor básico mensual comprendería publicidad audiovisual, cierta cantidad de imágenes publicitarias, cierta cantidad de videos publicitarios y un rango mayor de valor contratado se podría incluir a parte de lo anterior, además de mayor número de trabajos, tendrían el derecho a publicidad pagada en redes sociales donde aparecieran en los principales buscadores de web, publicidad de Facebook, videos en YouTube, etc.



4. Creación y mantenimiento de páginas web o blogs empresariales, si bien es cierto muchas páginas web de empresas al igual que blogs están abandonados por parte de los encargados asignados de las empresas, este servicio cobraría a bajo costo para la creación, mantenimiento y administración de estos sitios que actualmente son muy importantes para las empresas.

Empresas que brindan soluciones al mismo problema que se encuentra en el mercado

Siendo una estrategia relativamente nueva en esta región de Colombia y con la actual crisis económica, hay varias empresas de diseño gráfico que implementaron en sus ofertas las de marketing digital por lo que en la ciudad de Ipiales donde se quiere implementar esta idea de negocio solo se encuentra empresas de diseño gráfico que contienen un marketing digital en sus servicios pero no de una manera centrada a empresas, por lo que las empresas que se considera competencia están en la Ciudad de Pasto.

A continuación, se nombran las potenciales competencias y los servicios que ofrecen.

Información recuperada de, Las 10 mejores Empresas de Marketing en Nariño (s.f). n/a,

Departamento <https://narinoepartamento.infoinfo.com.co/busqueda/marketing>:

Idea Marketing

Consultoría en Marketing Asesoría en Marketing y Comunicación Diseño web Email Marketing Social Media CRM Publicidad en Internet Capacitación y cursos en internet. Estrategia de Marketing Plan de Marketing



Mel Pasto

Piezas gráficas y audiovisuales con fines publicitarios, impresos, merchandising, Creación e implementación de estrategias y campañas publicitarias cross media con fines de posicionamiento de marca y ventas.

Digital studio

Empresa especializada en fotografía y video profesional para redes sociales, en edición de video, transfer de vhs, beta, v8, estampados de camisas, mug, reloj, cojines, lapiceros, elaboración de carnet, alquiler de togas.

PANDORA Estudio Gráfico

Dedicados al Diseño en comunicación visual proyectados a transmitir conceptos e ideas innovadoras que ayudarán a pequeñas, medianas y grandes empresas a difundir mensajes visuales que darán identidad única a una marca, bien o servicio a través del Diseño Gráfico como: Diseño de imagen Corporativa, Diseño de Sistemas Señaléticas, Diseño Web, Diseño Editorial y diseño edición de video y fotografía digital. También en diseño publicitario: impresión de pendones, pasacalles, vallas, avisos, tarjetas de presentación, volantes, plegables, afiches, papelería comercial.

Entre otras más empresas que no aparecen referencias en internet, pero se dedican en su mayor parte a la publicidad para empresas, son las que se posicionan como la mayor competencia directa hacia nuestra idea de proyecto.



Alternativas de la idea de negocio

El marketing digital es la nueva herramienta que está revolucionando las estrategias de las empresas, ya que está claro que si una marca no está en la web simplemente no existe. Las redes sociales como Facebook, LinkedIn, Instagram, WhatsApp, Snapchat, Twitter, son las nuevas formas para llegar al cliente, además de la gran influencia de estas redes sociales en la comunidad también es necesario contar con un sitio web y por supuesto un correo electrónico empresarial.

Al haber varias empresas que ya implementan marketing digital, el punto de diferencia está en la necesidad que esta idea de negocio quiere cubrir y es que el marketing digital implementado en una empresa, crea inmediatamente la satisfacción del cliente, porque, con un solo clic puedes generar un buen negocio de manera rápida y sencilla. Como sabemos bien, vivimos en un mundo donde todo lo queremos lo más pronto, por lo que estas herramientas son las adecuadas para una rápida acción en el conocimiento de la necesidad por parte de los clientes y al atender sus requerimientos.

Idea más prometedora e innovadora.

Teniendo en cuenta las alternativas de este proyecto y tomando de cada una lo bueno y desechando lo que no se acopla con la idea original, se considera que la mejor para la ejecución de esta idea y siendo consecuentes con la base de nuestra idea de negocio, que se fundamenta en las nuevas tecnologías para beneficios de las empresas de la región, entonces consideramos que el elemento claves para el éxito de este proyecto se enfoca en la experiencia del cliente, por lo que la empresa al momento de empezar a trabajar se enfocara en posibles clientes potenciales para implementar servicios de marketing digital.

Identificar y seguir la ejecución del proyecto bajo el elemento que se basa en la experiencia del cliente, servirá como referencia clave para que las empresas nos vean como una



herramienta útil para el posicionamiento de sus marcas. Al generar un marketing basado en estrategias y contenidos digitales, potenciara las relaciones con nuestros clientes, al momento de ver indicadores de que nuestro plan está dando resultados, estos indicadores serian:

Visitas a la página web, blog

Palabras claves en los buscadores

Descargas de contenido desde los sitios web

Solicitud de requerimientos

Recomendación, menciones, tendencias en redes sociales

Seguidores

Visitas a las fanpage de las diferentes redes sociales

La combinación es perfecta cuando la información, tecnología y la informática se utilizan como factor competitivo dentro de organizaciones. Solo por nombra un punto importante a destacar sobre la estrategia que tenemos, es el uso de redes sociales dentro de las empresas para sus ventas y la importancia de estas que queremos implantar en nuestros clientes siendo un pilar importante en el ámbito de las comunicación y alcance de negocios en muchos más mercados y regiones.

INVESTIGACIÓN DEL MERCADO Y PROTOTIPO

ZV
MIT

MARKETING DIGITAL



5. Fuerzas de la industria

5.1 Contextualización de la empresa

Nombre de la empresa: MITZVA, “Marketing Digital”

Actividad económica: Empresa de servicios digitales, principalmente enfocados a estrategias de marketing digital

Tamaño: microempresa

Lugar de ubicación: Ipiales, Nariño

5.2 Análisis de la demanda

El mercado objetivo para el proyecto “Plan de marketing digital para empresas”, se focaliza inicialmente a pequeñas y medianas empresas (pymes), corporaciones y personas que desarrollan actividades comerciales en la Ciudad de Ipiales, Nariño y los municipios y pueblos de su alrededor, en diversos sectores de la economía (grafico 1).

5.3 Análisis de la oferta

Gráfico 1

Sectores de la economía de Ipiales



Nota. Fuente: Censo General 2017. Alcaldía Municipal de Ipiales. Cámara de Comercio de Ipiales. Informe del movimiento del Registro Público. Departamento de planeación y estudios económicos. P.13.

Para la evaluación de mercado también es necesario la cantidad de empresas que están registradas ante la Cámara de Comercio de Ipiales, así se tiene una idea clara del margen de respuesta al momento de ofrecer nuestros servicios.

Tabla 1

Clasificación de empresas por tamaño económica en la Ciudad de Ipiales,

Nariño

No.	TAMAÑO	CANTIDAD	%
1	PEQUEÑAS EMPRESAS	1400	75.0
2	MEDIANAS EMPRESAS	344	19.0
3	GRANDES EMPRESAS	115	6.0
TOTAL		1859	100.0

Nota. Fuente: <http://www.ipitimes.com/pbot3.htm>

Tomando como referencia el porcentaje del sector terciario (grafico 1), mirando el aumento en ese sector y más en las áreas de comunicación y tecnología es clara que la demanda está en la necesidad de la implementación y la adaptación de la nueva era tecnológica enfocada netamente a las empresas, sus productos y servicios.

Análisis de la oferta

Es necesario hacer referencia a que las estrategias, marketing y algunos de los datos que a continuación se exponen son hipotéticos y también son resultado de preguntas a sus productos y servicios tomando un rol de cliente, por lo que los análisis que se puedan determinar no serían 100% reales, debido a que la actual crisis actual (pandemia), reduce en gran manera este tipo de investigaciones a nuestros principales competidores, mas sin embargo hay datos de manera superficial y que se puede recoger por varios canales, como llamadas telefónicas y redes sociales, por lo que nos puede generar una leve idea que igualmente será muy productiva para la realización de este proyecto.



Se identifica en resumen que varias de las empresas correspondientes a este sector manejan unas estrategias similares para el posicionamiento de sus empresas, como son la publicidad en medios digitales y en sectores de la ciudad.

Por otro lado, el valor de sus servicios varia en cuanto al marketing digital, que es lo que nos compete analizar, teniendo como valores fijos en un rango de \$80.000 pesos y \$150.000 pesos para realización de una imagen corporativa y la creación de publicidad audio visual en rango de \$30.000 pesos y \$200.000 pesos; dependiendo de las exigencias del cliente. Por lo que nos lleva a la conclusión que los valores de los servicios para este tipo están estandarizados y nos sirve de gran manera para encontrar nuestra propuesta en precios para nuestros clientes.

A continuación, se nombran las potenciales competencias y los servicios que ofrecen. Información recuperada de, Las 10 mejores Empresas de Marketing en Nariño (s.f). n/a, Departamento <https://narinoepartamento.infoinfo.com.co/busqueda/marketing>:

Idea Marketing

Consultoría en Marketing Asesoría en Marketing y Comunicación Diseño web Email Marketing Social Media CRM Publicidad en Internet Capacitación y cursos en internet. Estrategia de Marketing Plan de Marketing

Mel Pasto

Piezas gráficas y audiovisuales con fines publicitarios, impresos, merchandising, Creación e implementación de estrategias y campañas publicitarias Cross media con fines de posicionamiento de marca y ventas.



Digital studio

Empresa especializada en fotografía y video profesional para redes sociales, en edición de video, transfer de vhs, beta, v8, estampados de camisas, mug, reloj, cojines, lapiceros, elaboración de carnet, alquiler de togas.

PANDORA Estudio Gráfico

Dedicados al Diseño en comunicación visual proyectados a transmitir conceptos e ideas innovadoras que ayudarán a pequeñas, medianas y grandes empresas a difundir mensajes visuales que darán identidad única a una marca, bien o servicio a través del Diseño Gráfico como: Diseño de imagen Corporativa, Diseño de Sistemas Señaléticas, Diseño Web, Diseño Editorial y diseño edición de video y fotografía digital. También en diseño publicitario: impresión de pendones, pasacalles, vallas, avisos, tarjetas de presentación, volantes, plegables, afiches, papelería comercial.

Entre otras más empresas que no aparecen referencias en internet, pero se dedican en su mayor parte a la publicidad para empresas, son las que se posicionan como la mayor competencia directa hacia nuestra idea de proyecto.



5.4 Análisis de la comercialización y proveedores

Principales características de la oferta

Tabla 2

Competidor	Producto	Precio	Servicio	Ubicación
			(Ventaja competitiva)	
Idea Marketing	Estrategias enfocadas a empresas-Publicidad audiovisual	\$80.000 a \$150.00	Tamaño de la empresa, antigüedad	Pasto
Mel Pasto	Estrategias enfocadas a empresas-Publicidad audiovisual	No ofrece estos servicios	Tamaño de la empresa, instalaciones	Pasto
Digital studio	Estrategias enfocadas a empresas-Publicidad audiovisual	\$95.000 a \$200.000	Tamaño de la empresa	Tuquerres
PANDORA Estudio Gráfico	Estrategias enfocadas a empresas-Publicidad audiovisual	\$100.000	Tamaño de la empresa	Ipiales

Fuente, elaboración propia



Tabla 3

Principales proveedores para ejecución de un plan de marketing digital

Nombre Proveedor	Precio (Dolar)	Localización geográfica
Pagina web en wordpress. Servidor Bluehost	\$20,00	PLATAFORMA VIRTUAL
email marketing	\$15,00	PLATAFORMA VIRTUAL
MOZ (gestión de seo)	\$99,00	PLATAFORMA VIRTUAL
SpyFu(análisis de inversión en publicidad)	\$39,00	PLATAFORMA VIRTUAL
Derechos de Fotos e Imágenes	\$99,00	PLATAFORMA VIRTUAL
Google Analytics, Webmaster Tools	\$0,00	PLATAFORMA VIRTUAL
Hubspot CRM	\$0,00	PLATAFORMA VIRTUAL

Fuente. Elaboración propia



6. Segmentación del Mercado

Beneficios de la idea de negocio

1. Uno de los principales beneficios es que focaliza en un público objetivo dependiendo del servicio o producto que se quiera vender, teniendo una relación más personalizada y rentable.

2. La implementación de este tipo de estrategia de marketing digital permite a las empresas un alcance mucho más extenso, gracias a las diferentes plataformas digitales que están al alcance de cualquiera persona sin importar la ubicación donde esté.

3. Al contrario de otros medios de implementación de estrategias en marketing comunes, este tipo de estrategias requieren una cantidad de inversión mucho menor, debido a que muchas de las herramientas que se utiliza en su mayoría son gratuitas.

4. Resultados estadísticos en tiempo real, gracias a los diferentes indicadores que nos ofrecen las plataformas digitales, permitirán a las empresas ver de manera más detallada el impacto de su producto o servicio en el mercado.

5. Posicionamiento para empresas, al crear las estrategias de marketing digital y al ser llamativas para los usuarios crean una buena imagen de la marca, hará que las personas generen muchas visitas, likes, recomendaciones y se obtendrá que las empresas se comiencen a popularizar entre las personas.

6. Compras más rápidas y fáciles, ya que al aprovechar que muchas entidades bancarias también ofrecen herramientas para sitios web, los clientes están solo a un clic de completar una compra.



7. La necesidad de los clientes se resumen a un motor de búsqueda, donde ahí encuentran su producto o servicio requerido y de acuerdo al posicionamiento de las empresas, estas podrán lograr un cliente.

8. Los clientes de las empresas se encuentran en las redes sociales, gracias a que en estos tiempos la mayoría de personas tienen una red social, será más fácil para las empresas encontrar su público objetivo.

9. Un principal beneficio y ventaja es crear branding por parte de las empresas al adoptar estrategias de marketing digital, lo que hará que las personas se acuerden de las marcas y esto permitirá que en un futuro los requieran de acuerdo a la necesidad que surjan.

10. La diferencia de ofertar productos y servicios adoptando estas estrategias está en que es permanente a una tienda física, por lo que los productos y servicios están a disponibilidad de compra 24/7.

11. Desarrolla la marca de las empresas, al tener sitios web llamativos, redes sociales llamativas y canales que relacionen más con los clientes, otorgará un valor significativo a las empresas.

12. Una de las grandes herramientas de esta implementación, es que es segmentable, al disponer de muchas herramientas, se podrá enfocar los esfuerzos a un público objetivo dependiendo de la empresa.

13. Permite que empresas pequeñas estén a la altura de otras más grandes ya que las herramientas que se brinda por parte del marketing digital son iguales para todo, solamente se necesita una buena implementación y es ahí donde esta propuesta de proyecto entraría a trabajar.

14. Una buena implementación de estas herramientas, dejaría a las empresas mejor posicionadas frente a otras que optaron por estrategias de marketing comunes.

15. El marketing digital nos ofrece implementar nuevas estrategias en tiempo real e incluso cambiarlas de manera que no afecte en gran manera la estrategia como tal.

Buyer Persona

Tabla 4

Cuadro buyer persona

 <p>Carlos</p>	<p><u>MIEDOS, FRUSTRACIONES Y ANSIEDADES</u></p> <p>El principal miedo es no tener para abastecer las necesidades de la familia, ya que los gastos en alimentos, colegio, servicios, impuestos cada día son mas altos y las ventas siempre son difíciles de lograr sino es con un gran esfuerzo</p>	<p><u>DESEOS, NECESIDADES, ANHELOS, SUEÑOS</u></p> <p>Siempre su sueño fue el tener un supermercado en el barrio y que sea muy conocido en la region para que sus clientes esten en varias ciudades.</p> <p>La falta de conocimiento a nuevas eras le ha impedido establecer nuevos canales para ofrecer sus productos.</p> <p>El mayor deseo es ver a el y su familia con una estabilidad economica que le alcance para cubrir todas sus necesidades y tener mas de una comodidad</p>
<p><u>DEMOGRÁFICOS Y GEOGRÁFICOS</u></p> <p>Vive en Ipiales, Nariño Hombre de 37 años Ingresos mensuales \$2,000,000 aproximadamente Vendedor de Frutas y verduras en en la Ciudad y los municipios cercanos Casado y Padre de familia de 1 niño</p>	<p><u>¿Qué esta tratando de hacer y porqué es importante para ellos?</u></p> <p>La constante lucha por superarse esta a diario en su mente, realizando sus ventas con la mejor actitud a pesar de los problemas que enfrenta</p>	<p><u>¿Cómo alcanzan esas metas hoy? ¿Hay alguna barrera en su camino?</u></p> <p>El establecio un plan para mejorar sus ventas y es un buen diseño de imagen corporativa y considera que es el inicio de una gran marca, ya que antes lo conocian de voz a voz y ahora su representacion se destaca en el nombre de su empresa y su logo que es muy acogido por parte de sus clientes, una de sus grandes barreras es el buscar los clientes ya que muchas veces es perdida de tiempo y son gastos como los de la gasolina que hacen que las ganancias no sean altas.</p>
<p><u>FRASES QUE MEJOR DESCRIBEN SUS EXPERIENCIAS</u></p>	<p>"La vida es muy difícil, pero esta en el levantarse y agradecer a este mundo por permitirnos luchar y demostrar que siempre se puede"</p>	
<p><u>¿EXISTEN OTROS FACTORES QUE DEBERIAMOS TENER EN CUENTA?</u></p>	<p>Carlos le gusta mucho salir los domingos a pasear con su familia, le gusta la comida rapida en especial los perros calientes, le encanta las redes sociales y tiene 1200 seguidores en Instagram ya que en sus viajes al vender toma unas fotos espectaculares de paisajes y momentos especiales</p>	

Fuente. Elaboración propia



Análisis del cliente ideal

a. Compañías que serían posibles clientes

Al ser un servicio y una necesidad que está creciendo poco a poco las pymes de la Ciudad de Ipiales y sus regiones cercanas son nuestro principal cliente, y al ser un servicio netamente digital y virtual es más fácil suplir la demanda de estas, teniendo como referencia los números que nos indica la *Clasificación de empresas por tamaño económica en la Ciudad de Ipiales (Tabla 1)*.

b. Valores que destacan nuestro cliente ideal

Como principales valores que destacan a nuestro cliente ideal están:

1. Capacidad para contratar nuestros servicios ya que reconoce su necesidad y acepta que una ayuda profesional es lo que más necesita para bien de su empresa
2. Es rentable ya que al creer en nosotros además de pagar nuestros servicios sin ningún problema, nos hace buenas referencias ante más personas, permitiendo que nuestra empresa tenga un reconocimiento extra.
3. Su negocio a pesar de tener algunas fallas, es un negocio rentable y esto hace que se un cliente potencial para nosotros.
4. Es un comprador recurrente de nuestros servicios.
5. Se fideliza a muchas más personas través del cliente ideal debido

c. Entorno de nuestro posible cliente ideal

En cuanto a factores que afecten de buena o mala manera los principales objetivos de nuestros clientes está uno de los más relevantes y problemáticos que se encontró y es la



competencia desleal por parte de la competencia, afectando la imagen de nuestros clientes como empresas.

d. Necesidades que presenta nuestro cliente ideal

La necesidad que presentan las empresas en la Ciudad tomándolas como nuestro cliente ideal es la urgencia de adoptar nuevas formas de estrategias en sus métodos de marketing.

Conclusiones frente a nuestro Cliente Ideal

Teniendo como referencia el cuadro Buyer persona (Tabla 4), se considera que el cliente ideal para logro de sus objetivos establecidos como empresa, necesita de ayuda y nosotros como empresa apoyaríamos esta iniciativa con las diferentes estrategias de marketing digital; un punto a favor es el de que nuestro cliente ideal tiene gran apoyo en sus redes sociales en este caso Instagram y apoyados en esa gran ventaja a partir de ahí se empezaría a elaborar una campaña publicitaria donde los seguidores vean que se ofrecen buenos productos con la ventaja de que se solicita pedidos incluso tienen la oportunidad de pagar anticipadamente para que su producto llegue en menor tiempo, por parte de nuestro cliente tendremos la satisfacción de que ahora el tendrá mayor tiempo ya que el aumento considerable de sus ventas y clientes, le permite organizar rutas para su correspondiente entrega, también los gastos perdidos que anteriormente tenía al tener que ir a buscar clientes, se ahorrarán y servirán para comprar más mercancía y aumentar sus ventas, todo esto con el fin de que nuestro cliente tenga un buen resultado en la implementación de estas estrategias y así cumpla sus sueños poco a poco donde en un futuro vea la posibilidad de crear puestos de ventas, y por ende nos recomiende y así aumentar el nivel de popularización en la región.



Análisis de la competencia

1. Actores del mercado que ofrecen cosas similares a nuestro servicio.

Estas son las principales empresas que ofrecen un servicio similar:

- Idea Marketing
- Mel Pasto
- Digital studio
- PANDORA Estudio Gráfico

2. Población total de personas o negocios que potencialmente podrían contratar un servicio similar al propuesto.

Teniendo en cuenta la tabla de empresas registradas ante cámara de comercio en la ciudad de Ipiales (tabla 1) y focalizando a las pequeñas y medianas empresas puesto que son las que pueden ser más vulnerables ante una actual crisis, se tomaría el 94% de las empresas teniendo en cuenta que el 6% son empresas grandes.

3. Cantidad de personas o negocios que deben suplir su necesidad con nuestro servicio.

Las empresas que actualmente están pasando por una crisis y necesitan una ayuda pronta para que sus empresas no se van afectadas.

4. Empresas que presentan alto potencial de adquirir este servicio.

Las empresas que afectadas por las nuevas tecnologías quieran adoptar estas opciones, ya que al no saber hacerlo requieren de una empresa que los haga.



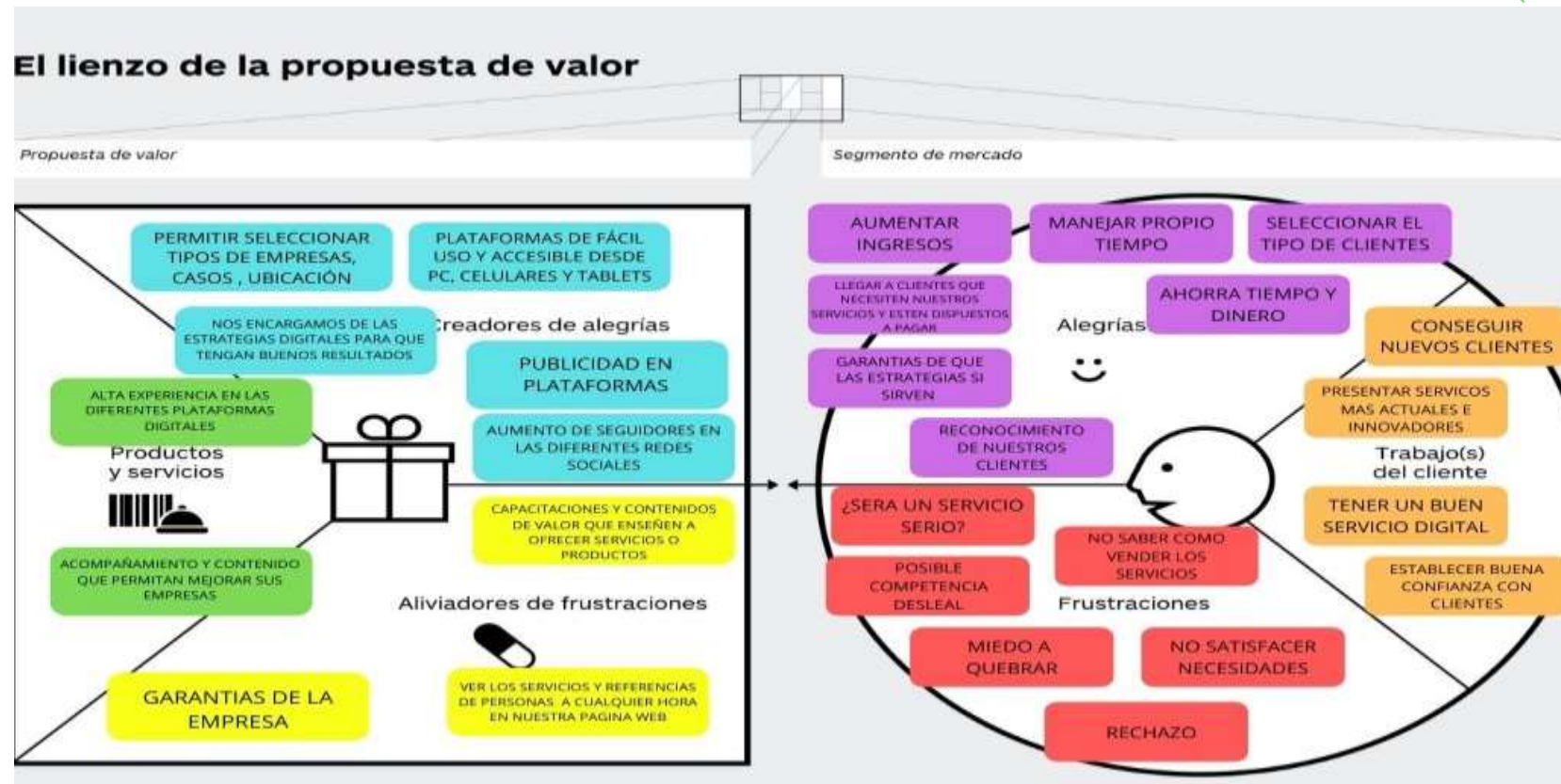
5. Personas o negocios que definitivamente suplirían sus necesidades con este

Servicio

las empresas que alcanzarían sus objetivos implementando nuestras estrategias serian todas ya que el marketing digital es la nueva manera de para posicionar marcas y los resultados en su mayoría son efectivos, debido a que la mayoría de las personas se encuentran en la red de internet.

7. Lienzo propuesta de valor

Gráfico 1



Definición Propuesta de valor: La Innovación, el compromiso, la creatividad y el Servicio son las claves estratégicas para la satisfacer las necesidades de nuestros clientes.



Definición estratégica

Leyes referentes al proyecto propuesto

Este proyecto de empresa al basarse en sus servicios con el marketing digital se enfrenta muchas veces a tratar las comunicaciones electrónicas, por lo que se hace necesario seguir unas normas estrictas y ceñirse al marco legal del marketing digital ya que hay que proteger los datos y aplicar una política de marketing legal.

Por lo que las siguientes son algunas leyes que regulan este tipo de servicios:

Ley 57 de 1985, que contiene las principales disposiciones en materia de publicidad y acceso a documentos públicos. *Tomado de*

(2014).<https://www.mintic.gov.co/portal/inicio>

/Micrositios/Rendicion-de-Cuentas/Normatividad/6260:Normatividad

Ley 489 de 1998, que obliga a las entidades públicas a fortalecer sus sistemas de divulgación de información. *Tomado de (2014).*<https://www.mintic.gov.co/portal/inicio>

/Micrositios/Rendicion-de-Cuentas/Normatividad/6260:Normatividad.

Ley General de Publicidad (LGP) que afecta a todas las comunicaciones realizadas en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional con el fin de conseguir la contratación de bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones. Por lo tanto, entra de lleno en todo lo que tiene que ver con la actividad del marketing digital. *Tomado de, Carlos C. (2013) Cómo cumplir las leyes que afectan al marketing digital, <https://www.sage.com/es-es/blog/como-cumplir-las-leyes-que-afectan-al-marketing-digital/>.*

Ley de Competencia Desleal (LCD), donde, por ejemplo, marca que en cada comunicación comercial que se envíe a terceros debe quedar constancia para el



consumidor de cómo puede dejar de recibir dichas comunicaciones, sin importar el medio por el que se ha recibido dicha comunicación. *Tomado de, Carlos C. (2013)*

Cómo cumplir las leyes que afectan al marketing digital,

<https://www.sage.com/es-es/blog/como-cumplir-las-leyes-que-afectan-al-marketing-digital/>.

Ley Orgánica de protección de datos de carácter personal (LOPD). Es una de las más importantes y donde han surgido más problemas, en muchos casos por desconocimiento, por el tratamiento de los datos personales de los consumidores. Se consideran datos personales los que están asociados a una persona o permitan hacerlo, y aquí van desde el DNI, a datos médicos, académicos, correo electrónico o teléfono.

Tomado de, Carlos C. (2013) Cómo cumplir las leyes que afectan al marketing digital, <https://www.sage.com/es-es/blog/como-cumplir-las-leyes-que-afectan-al-marketing-digital/>.

Código Colombiano de autorregulación publicitaria Según Ximena Tapias, este código establece “La responsabilidad de todos aquellos profesionales que, a través de los distintos medios, expresan opiniones, informan, comentan sobre sucesos, dan a conocer la existencia de bienes, productos y servicios, muestran tendencias y, de alguna manera, influyen en las decisiones de vida de los demás y en el ejercicio de su libertad es entonces inmensa y supone una conciencia ética” 41 En relación con las nuevas tecnologías, el Código reserva uno de sus capítulos a la publicidad en medios digitales interactivos, atendiendo a la expansión creciente de medios y canales que se encuentran disponibles hoy en día para llegar a los consumidores. Así las cosas, el sector publicitario colombiano se compromete igualmente a mantener una conducta ética y



responsable a través de los medios digitales.⁴² Como se puede apreciar, en la parte política y legal, este sector no está tan restringido, y se encuentra regido por el artículo 20 de la Constitución Política del 91 y por el Código Colombiano de Autorregulación Publicitaria, la cual exige que todas las personas pueden expresarse libremente por lo cual le respeta el derecho a las personas de dar su opinión y mostrarse tal cual son, adicional a esto, estipula las reglas que se deben tener en una publicidad de comparación, y donde se afirma que se debe tener una competencia leal y equánime. CARDOZO, Angélica. “Así es el nuevo código colombiano de autorregulación publicitaria”. En: Revista Pym. [Sitio Web] Bogotá D.C CO. Sec. Inicio. {Consultado 19, Enero, 2019}. Disponible en <http://www.revistapym.com.co/destacados/asi-nuevo-codigo-colombiano-autorregulacionpublicitaria.html>.

Diseño de concepto

Los siguientes elementos son los requeridos para la ejecución de este proyecto

Tabla 5

Página web en wordpress. Servidor Bluehost
email marketing
MOZ (gestión de seo) SpyFu(análisis de inversión en publicidad)
Derechos de Fotos e Imágenes
Google Analytics, Webmaster Tools
Hubspot CRM

Fuente. Elaboración propia

Diseño en detalle

Gráfico 2

Estructura proceso del servicio de plan de marketing digital para pymes



Fuente tomado como ejemplo de Plan de Marketing Digital para TBL The Bottom Line Maridueña. A.Elaboración propia

Cadena de distribución



Fuente. Elaboración propia



Tabla 6

Costos Producción

HERRAMIENTAS	COSTO MENSUAL
Equipo	\$10.000
Herramientas MD	\$50.000
Publicidad	\$0
TOTAL	\$60.000

Fuente. Elaboración propia

Teniendo en cuenta que los valores pueden variar según el tipo de estrategia que se necesite y se pueda considerar contratar diferentes herramientas de marketing digital como se establecen los precios en la tabla 3. También aclarando que un solo pago del servicio que se requiera sirve para infinidad de veces usadas en el mes, por lo que es una gran ventaja y ahorro.

Precios servicios

Gráfico 4

Estrategia de Marketing Digital Mensual Básica	Estrategia de Marketing Digital Mensual Avanzada	Estrategia de Marketing Digital Mensual Intensiva	Estrategia de Marketing Digital Mensual Corporativa
\$250.000 mensuales	\$400.000 mensuales	\$600.000 mensuales	\$1'000.000 mensuales

Fuente. Elaboración propia

Los precios anteriormente propuestos estos sujetos a cambios dependiendo de factores (época del año, ubicación, tipo de empresa), por lo que no son precios fijos, además que esta empresa tiene como objetivo establecer estrategias personalizadas por lo que el valor varía en cada uno de nuestros clientes.

Tabla 8

Principales indicadores de Calidad

Indicadores	Descripción
TOTAL DE VISITAS A LA WEB	Se hace un recuento mensual de visitas en las diferentes plataformas
POSICIONAMIENTO	Determinar el impacto de las estrategias en el mercado
DESCARGAS DE CONTENIDO DESDE SITIO WEB	Conteo de descargas solicitadas en las paginas web realizadas para las empresas
FORMULARIOS DE SOLICITUD DE REQUERIMIENTOS	Generar un espacio en las plataformas digitales para que los usuarios recomienden, se quejen o feliciten a las empresas
RECOMENDACIONES EN REDES SOCIALES	Según el nivel de satisfacción de las personas, indicar si es bueno o malo el servicio o producto que se ofrece
TEMAS Y CONTENIDOS DESTACADOS	Mensualmente destacar temas y contenidos referentes a situaciones o acontecimientos importantes para las empresas
REDES SOCIALES(SEGUIDORES, ENGAGEMENT, COMPARTIR, MENCIONES, REFERENCIAS)	Revisar las estadísticas de las redes sociales mensualmente para establecer si se necesita nuevas estrategias
BOLETIN Y CAMPAÑAS DE E-MAIL	Tasa de apertura, click, nivel de compromiso
INFORME DE DESEMPEÑO	Informe mensual de resultados a para determinar el cumplimiento de objetivos
% DE CLIENTES NUEVOS ATRAIDOS POR LAS CAMPAÑAS	Gestión de datos, que arroja el porcentaje de nuevos clientes resultado de nuestras estrategias

Fuente. Elaboración propia



8. Diseño del producto

Imagen 3
Brochure de la empresa



Fuente. Elaboración propia



QUIENES SOMOS?

SOMOS UNA EMPRESA DE PUBLICIDAD ENFOCADA EN EL MARKETING DIGITAL QUE SE ENCARGA DE ENCONTRAR PARA TU EMPRESA LAS MEJORES ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD



CREATIVOS

GENERANDO IDEAS Y SOLUCIONES PRÁCTICAS PARA TUS PROYECTOS

INNOVADORES

GENERANDO PROPUESTAS QUE ROMPEN ESQUEMAS



EFICIENTES

LLEGAMOS AL PUNTO LOGRANDO TUS OBJETIVOS





NUESTROS SERVICIOS +

ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS

La comunicación es un elemento vital para cualquier proyecto.

- PUBLICIDAD
- DISEÑO
- DISEÑO WEB
- BRANDING
- COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL
- PUBLICIDAD AUDIO VISUAL





8.1 Ficha técnica

Imagen 4



MITZVA PLAN ESTRATEGICO DE MARKETING DIGITAL PARA EMPRESAS



- Aumenta la visibilidad de tu empresa**
 - Promociona mejor tus productos o servicios
 - Potencia tus ventas a través de la red
 - Creamos sitios web como necesitas
 - Linkbuilding de calidad
 - Rentabilidad de inversión
 - Garantía del servicio
- Características**
 - Diseño gráfico profesional
 - Diseño y análisis profundos para ahorrar costos
 - Formulario de contacto/pedido
 - Publicidad masiva en plataformas digitales

ESTRATEGIAS ECONOMICAS
Tenemos los mejores planes para que potencies tus productos y servicios a los mejores precios

DISEÑO RESPONSABLE
Diseño adaptado a todo tipo de plataformas digitales para mejorar el posicionamiento de tu empresa

OPTIMIZAICON SEO
Sé el primero en las listas de búsqueda para que tu empresa sea una de las mas conocidas

MITZVA
7739116-3135264967



9. Ciclo de vida

Gráfico 4

Ubicación en la gráfica del ciclo de vida



Fuente. Tomado de <https://robertoespinosa.es/2018/11/04/ciclo-de-vida-de-un-producto#/>

Según la gráfica del ciclo de vida el servicio que estamos planteando esta apenas en su fase inicial ya que es una iniciativa nueva por lo que está en los primeros pasos de la fase de introducción debido a que todavía el proyecto no es lanzado al mercado.

VALIDACIÓN

ZV
MIT
A

MARKETING DIGITAL



10. Prototipo

10.1 Características del servicio

Como principal característica del servicio de plan de marketing digital para pequeñas y medianas empresas en la Ciudad de Ipiales, Mitzva quiere generar en los clientes una confianza y fidelidad, brindando un excelente servicio de manera muy personalizada y no solo un plan de marketing estandarizado y ya planteado. La importancia de profundizar en el análisis de la búsqueda del problema por el cual estén pasando nuestros clientes, hace que encontremos una solución más efectiva al ejecutarla y este será nuestro punto de referencia frente a otras empresas que solo establecen servicios a manera general sin ver el porqué de las falencias en las empresas.

10.2 Características del prototipo

MITZVA quiere darse a conocer como una de las agencias publicitarias más importantes de la región, siendo una empresa donde el valor de las personas será siempre lo más importante y es de ahí que se quiere fortalecer la relación entre las partes con características únicas y diferentes a las de otras agencias. Entre las cuales tenemos:

1. Su principal fin es el de promocionar y ayudar a empresas a enseñar de una manera más accesible productos o servicios; teniendo en cuenta que lo que queremos es generar una gran influencia en la ideología de los clientes para que los resultados sean favorables.
2. Persuadir el público de nuestros clientes; los planes estratégicos de marketing digital que ofrece MITZVA tiene el fin de crear una confianza en nuestros clientes



- de que nuestro servicio es mejor que otras empresas y que principalmente resolverá la necesidad que se requiere.
3. Creatividad innovadora; crear campañas estratégicas muy visibles que permitan llamar la atención de un público objetivo.
 4. Un buen precio para los clientes; para que los precios no sean muy altos previamente se realiza un análisis estipulando cual es la estrategia que se va a ejecutar y a partir de ahí se hace un costo muy acorde a nuestro cliente.
 5. Originalidad; a pesar de que el área publicitaria es muy saturada MITZVA pretende ser diferente en sus productos y la relación con el cliente.
 6. Variedad de recursos creativos; videos impactantes, imágenes que generan una apreciación por parte de las personas, publicidad llamativa, y todo lo que nos permita dar a conocer nuestra creatividad.
 7. Diseño de estrategias personalizadas; la principal característica de nuestro servicio es profundizar en las necesidades de nuestros clientes dándonos como resultados según en el análisis una estrategia de marketing más acorde y así obtener unos muy buenos resultados.
 8. Publicidad ética; principalmente nuestro servicio ante todo debe ser ejemplar, reflejando los valores que identifican la empresa y la responsabilidad que de esto depende, también manteniendo una cordialidad con la competencia y nunca caer en una deslealtad.

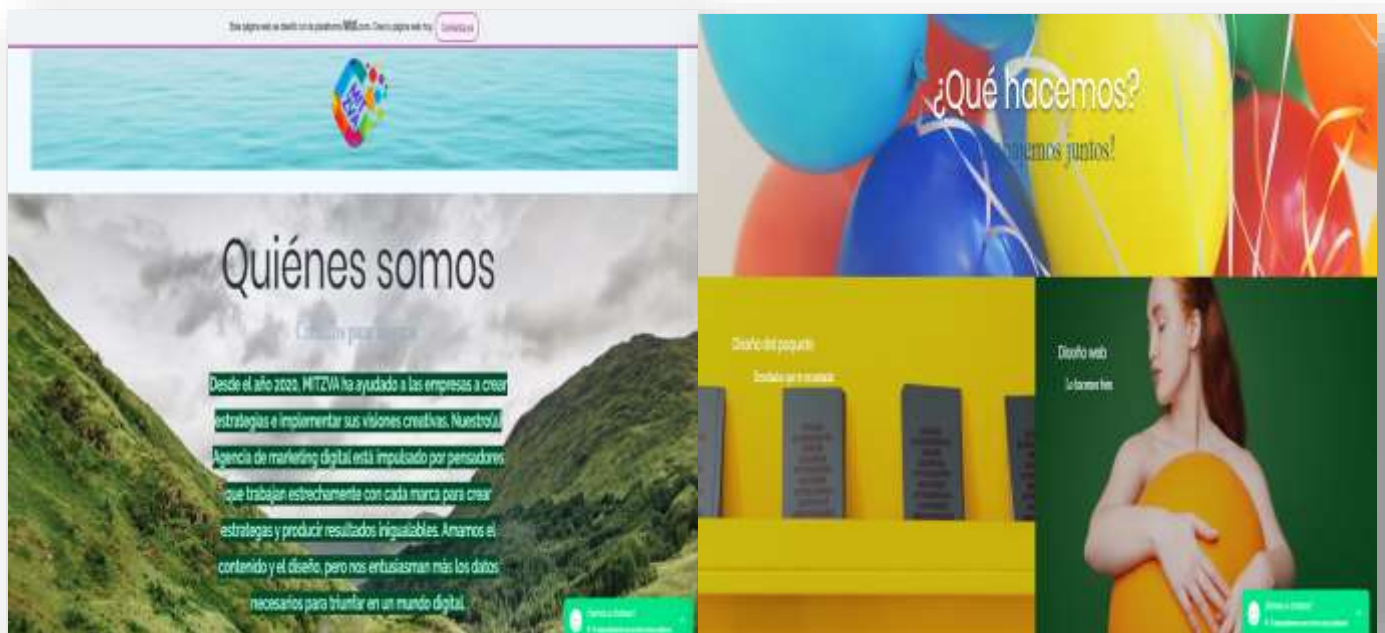
10.3 Interacción y evidencia del servicio con los clientes

MITZVA tiene varios medios para que nuestros clientes quieran ver qué servicios ofrecemos, aprovechando los nuevos canales de comunicación presentamos a continuación los diferentes canales para que nuestros clientes nos ubiquen más fácilmente:

- **PAGINA WEB:**

LINK: <https://eddye93.wixsite.com/website>

Imagen 5. IMÁGENES DEL SITIO WEB.



- **PAGINA FACEBOOK**

LINK: <https://www.facebook.com/MITZVAmA-109618454300766>

Imagen 6. IMÁGENES DEL SITIO.



- VIDEO PRESENTACIÓN PROYECTO

LINK: <https://www.youtube.com/watch?v=VB7WidwFLHE&feature=youtu.be>

Imagen 7. IMÁGENES DEL VIDEO.



- EMAIL COPORATIVO

LINK: mitzvamg@gmail.com



11. Tabla 9 Modelo Running lean Canvas

<p>Problema</p> <p>Para las empresas en la ciudad de Ipiales, las ventas han tenido un cierto declive en comparación a los años anteriores, una razón muy notable es el aumento de la competencia y esto genera que la competitividad también aumente, por lo que las empresas buscan una solución frente a esos problemas que están afectando sus ingresos mensuales</p>	<p>Solución</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Su principal fin es el de promocionar y ayudar a empresas a enseñar de una manera más accesible productos o servicios 2.Persuadir el público de nuestros 3. Creatividad innovadora; crear campañas estratégicas muy visibles que permitan llamar la atención de un público objetivo 	<p>Propuesta de Valor única</p> <p>Somos una empresa con gran creatividad e innovación en el marketing digital, con gran talento humano hacemos que el producto o servicio de nuestros clientes sea una tendencia en el mercado en el que se estipule, posicionando las empresas y permitiendo que estas surjan ante eventuales crisis y frente a sus competidores</p>	<p>Ventaja especial</p> <p>MITZVA ofrece una asesoría integral a nuestros clientes que nos permite generar relaciones entre ambas partes más sólidas con el único fin de que nuestros clientes obtengan una estrategia totalmente personalizada y efectiva.</p>	<p>Segmento de clientes</p> <p>Medianas y pequeñas empresas en la ciudad de Ipiales, que buscan solución efectiva, por la situación actual frente a la pandemia</p>
	<p>Métricas Clave</p> <p>Para las mediciones necesitamos: computadores, suscripciones a páginas de analíticas web, diseñadores, community managers, visitas web, likes en paginas y cantidad de seguidores en las redes sociales de la empresa.</p>		<p>Canales</p> <p>El aprovechamiento al máximo de las tecnologías nos permitirá llegar a nuevos clientes, al ser una era digital y que el 90% de la población disponga de un celular y una red de internet hace que el alcance de nuestra idea de negocio sea en gran manera, por lo que disponemos de redes sociales, correo electrónico y pagina web para que nuestros clientes puedan ubicarnos de una manera muy fácil.</p>	
<p>Estructura de costos</p> <p>Pago de personal, mantenimiento de equipos pago suscripciones y/o compra de dominios web, inversión en relaciones publicas y eventos de nivel, pagos publicitarios, pagos recursos digitales, software. pago internet y los servicios necesarios.</p>		<p>Fuentes de ingresos</p> <p>Los servicios a nuestros clientes serán de manera personalizada, por lo que los valores en precio de nuestros servicios van a variar y esto depende de factores como: Ubicación, Estrato, Necesidad, Tiempo de contratación del servicio (único servicio o servicio mensual). Reuniendo todos estos datos, se procede a una evaluación donde miraremos cual es la mejor estrategia el precio que se va a cobrar.</p>		

Fuente: Elaboración propia



Gracias al análisis en modelo Canvas se permitió identificar cual es la sección que queremos validar en nuestra propuesta y es el Problema que se identificó y con la ayuda de las preguntas de las encuestas que se diseñaron será de gran ayuda para la ejecución de este proyecto.

12. Validación

Para la validación de nuestra idea de negocio y siendo consecuentes con el análisis de lean Canvas, se determinó que la sección será la del problema, ya que a partir de ahí queremos esclarecer cuan importante es que las empresas pequeñas y medianas estén dispuestas a implementar estas nuevas estrategias que como empresa queremos ofrecer.

Objetivos de la investigación

12.1 Objetivo principal

Analizar el impacto que ha tenido el aumento de competencia en el mercado y la necesidad de implementar estrategias para las pequeña y medianas empresas en la Ciudad de Ipiales.

12.2 Objetivos específicos

1. Conocer la necesidad de implementar nuevas estrategias de marketing para las empresas debido al aumento de competencia en el sector.
2. Determinar el tiempo y la intensidad de uso de las nuevas tecnologías.



3. Examinar el nivel de convicción al implementar herramientas digitales por parte de las pymes de la Ciudad de Ipiales.

12.3 Tipo de investigación

El tipo de investigación que se eligió para el análisis del mercado es de manera cuantitativa de manera que nos arroje datos estadísticos que permitan definir los objetivos y de esta manera ayuden para la determinación de este proyecto. A continuación, se observa el modelo de la encuesta:

12.4 Diseño formulario de la Encuesta.



ENCUESTA PROYECTO DE INVESTIGACION PARA "PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA PYMES EN LA CIUDAD DE IPIALES"

1. ¿Que significado le da usted al internet?

- a. Herramienta
- b. Comunicación
- c. Aprendizaje
- d. Investigación

2. ¿Cuanto tiempo pasa conectado en internet?

- a. Menos de 5 horas
- b. De 5 a 15 horas
- c. 15 a 30 horas
- d. mas de 30 horas

3. ¿Que dispositivo por lo regular usa para conectarse a internet?

- a. PC de escritorio
- b. Portátil o Laptop
- c. Celular
- d. Tablet

4. ¿Que actividad realiza en internet?

- a. Correo electrónico
- b. Noticias
- c. Investigación y lectura
- d. Redes sociales

5. ¿Cual es el medio de comunicación digital del que recibe publicidad?

- a. Correo electrónico
- b. Redes sociales
- c. Mensajes de texto
- d. Pagina web

6. ¿Identifique de 1 a 5, siendo 1 correspondiente al nivel máximo de convicción y 5 el menor; Cree usted que es necesario la implementación y la adaptación de la nueva era de la tecnología, enfocada netamente a las empresas, sus productos y servicios.?

- a. 1
- b. 2
- c. 3
- d. 4
- e. 5

7 ¿Cree usted que la falta de conocimiento a las nuevas tecnologías afecta en cierta manera las ventas de productos o servicios de su empresa?

- a. Si
- b. No

8 ¿En los últimos años se ha observado un aumento significativo en la competencia, las ventas de su empresa se ven afectadas?

- a. Si
- b. No

9 ¿Al aumentar la competencia, ha intentado implementar estrategias de ventas en sus empresas para que esas falencias sean superadas?

- a. Si
- b. No

10 ¿Cree usted que el Marketing digital es una herramienta muy útil para implementarlo en las empresas ?

- a. Si
- b. No

NOMBRE: _____

DIRECCIÓN: _____

TELÉFONO: _____

CORREO ELECTRONICO: _____



12.5 Muestra

La población usada para determinar la muestra de la investigación son el total de habitantes de la Ciudad de Ipiales, para tener como referencia de una manera más a fondo la importancia de las nuevas tecnologías.

Margen: 5%

Nivel de confianza: 99%

Población: 123.341 (Ipiales)

Tamaño de muestra: **657**

$$n = \frac{z^2(p*q)}{e^2 + \frac{z^2(p*q)}{N}}$$

Ecuación Estadística para Proporciones poblacionales

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza deseado

p= Proporción de la población con la característica deseada (éxito)

q= Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)

e= Nivel de error dispuesto a cometer

N= Tamaño de la población

13. Tabulación y análisis de la encuesta aplicada

A continuación se procede a analizar las diferentes gráficas que arrojó la encuesta, aclarando que por motivos de salubridad y protección debido a la actual pandemia se decidió hacer una encuesta en el Corregimiento de San Juan perteneciente a la Ciudad de Ipiales a 50 personas de las que la gran mayoría son dueños de pequeñas y medianas empresas en el Corregimiento y la Ciudad de Ipiales, también la aplicación de la encuesta se hizo de manera presencial ya que la mayoría de personas manifestaron la imposibilidad de realizarla de manera virtual al desconocer de la manera de uso de la misma.

Análisis de resultados

Tabla 10

¿Que significado le da usted al internet?	
Respuesta	Nº de personas
a. Herramienta	20
b. Comunicación	11
c. Aprendizaje	10
d. Investigación	9
total	50

Gráfico 5



Fuente. Elaboración propia

El 40% de la población cree que el significado de internet refiere a una herramienta, por lo que nos da a entender que este porcentaje de la población encuestada determina que el internet sirve para muchas cosas, pero también como una herramienta importante y por el mismo motivo seria una gran herramienta en ayuda para las empresas.

Tabla 11

¿Cuanto tiempo pasa conectado en internet?	
Respuesta	Nº de personas
a. Menos de 5 h.	33
b. De 5 a 15 h.	12
c. 15 a 30 h.	2
d. Más de 30 h.	3
total	50

Gráfico 6



Fuente. Elaboración propia

El 66% de la población pasa menos de 5 horas navegando en internet, siendo así un tiempo prudente y normal del tiempo que se pasa en horas de internet permitiendo así en algún momento de su estadía en la web recibir publicidad de interés.

Tabla 12

¿Que dispositivo por lo regular usa para conectarse a internet?	
Respuesta	Nº de personas
a. PC de escritorio	2
b. Portatil/Laptop	5
c. Celular	40
d. Tablet	3
total	50

Gráfico 7



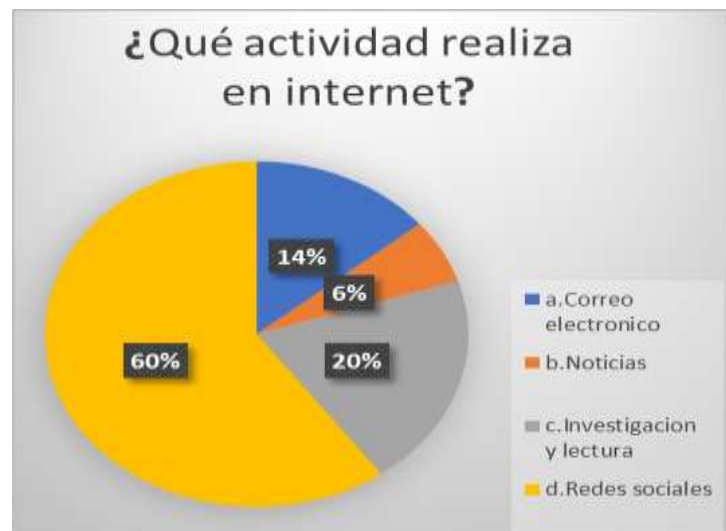
Fuente. Elaboración propia

El 80% de la población usa regularmente un celular para conectarse a internet, y es consecuente a lo que a simple vista se observa en el entorno, siendo el celular el dispositivo de mayor uso por parte de las personas y también siendo así un gran conductor para que el mensaje de publicidad llegue de forma masiva.

Tabla 13

¿Qué actividad realiza en internet?	
Respuesta	Nº de personas
a. Correo electrónico	7
b. Noticias	3
c. Investigación y lectura	10
d. Redes sociales	30
total	50

Gráfico 8



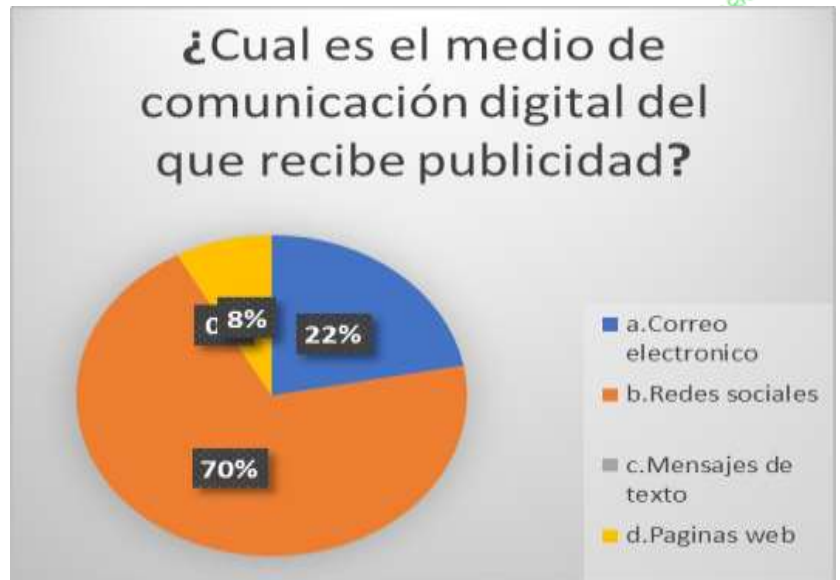
Fuente. Elaboración propia

El 60% de la población realiza sus actividades en ver redes sociales, teniendo como referencia el porcentaje observamos que mas de la mitad de la población encuestada, pasa mas tiempo en redes sociales las cuales son un canal muy importante para implementar publicidad audiovisual que permitan dar a conocer servicios o productos.

Tabla 14

¿Cual es el medio de comunicación digital del que recibe publicidad?	
Respuesta	Nº de personas
a. Correo electrónico	11
b. Redes sociales	35
c. Mensajes de texto	0
d. Páginas web	4
total	50

Gráfico 9



Fuente. Elaboración propia

El 70% de la población recibe publicidad en redes sociales, respecto a la gráfica anterior (Gráfica 8), confirmamos que las redes sociales es un medio donde la publicidad es masiva y muy efectiva en la mayoría de las veces.

Tabla 15

¿Identifique de 1 a 5, siendo 1 correspondiente al nivel máximo de convicción y 5 el menor; Cree usted que es necesario la implementación y la adaptación de la nueva era de la tecnología, enfocada netamente a las empresas, sus productos y servicios.?	
Respuesta	Nº de personas
a.1	36
b.2	9
c.3	3
d.4	1
e.5	1
total	50

Gráfico 10



Fuente. Elaboración propia

El 72% de la población concuerda en que es necesario una actualización frente a nuevas eras tecnológicas, debido a que mucha de la competencia ya implementó herramientas digitales y se puede evidenciar en las diferentes plataformas donde se puede observar sus marcas.

Tabla 16

¿Cree usted que la falta de conocimiento a las nuevas tecnologías afecta en cierta manera las ventas de productos o servicios de su empresa?	
Respuesta	Nº de personas
a. SI	47
b. NO	3
total	50

Gráfico 11



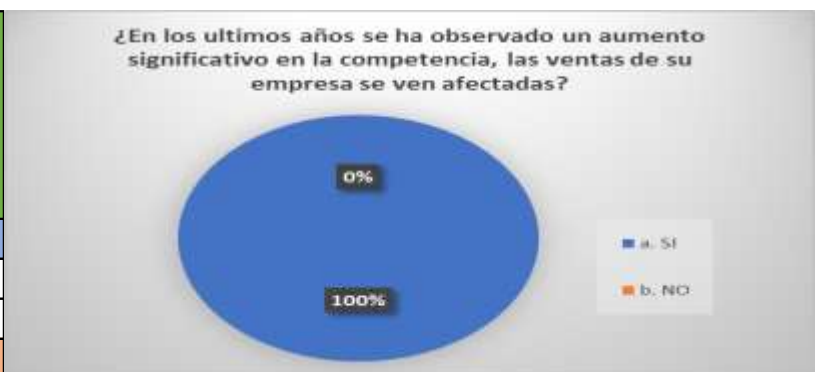
Fuente. Elaboración propia

El 94% de la población considera que la falta de conocimiento de las nuevas áreas tecnológicas impide un crecimiento a nivel de empresa ya que no pueden implementar estrategias que en este punto de la actualidad son necesarias.

Tabla 17

¿En los últimos años se ha observado un aumento significativo en la competencia, las ventas de su empresa se ven afectadas?	
Respuesta	Nº de personas
a. SI	50
b. NO	0
total	50

Gráfico 12



Fuente. Elaboración propia

Es claro la respuesta en esta pregunta al tener un 100% de la población encuestada, teniendo en común todos que las empresas se ven afectadas por el aumento

de competencia en la Ciudad de Ipiales al aumentar el comercio y la venida de extranjeros al ser una Ciudad fronteriza con Ecuador.

Tabla 18

¿Al aumentar la competencia ha intentado implementar estrategias de ventas en sus empresas para que esas falencias sean superadas?	
Respuesta	Nº de personas
a. SI	18
b. NO	32
total	50

Gráfico 13



Fuente. Elaboración propia

En esta pregunta podemos ver que el 64% de los encuestados no han implementado alguna estrategia para evitar que la crisis llegue a afectarlos y esto se debe a falta de conocimiento, tiempo o un presupuesto para implementar estrategias.

Tabla 19

¿Cree usted que el marketing digital es una herramienta muy util para implementarlo en las empresas?	
Respuesta	Nº de personas
a. SI	41
b. NO	9
total	50

Gráfico 14



Fuente. Elaboración propia

Es notable el porcentaje de personas que están de acuerdo con herramientas de marketing digital como estrategias eficientes en un 82% frente a un 18% que pueden ser personas que desconozcan del tema de marketing digital.

Concluimos con el estudio de mercados, asegurando y afirmando que la idea de implementar las nuevas herramientas tecnológicas a las empresas, traerán consigo un avance tanto a nivel de empresa como de región, puesto que el posicionamiento, el reconocimiento, y el ejemplo que adoptarán cada uno de nuestros clientes será de renombre para la región sur de Colombia, al incluir en sus estrategias herramientas totalmente digitales, por las que grandes empresas en Colombia y el mundo ya usan y son ejemplos reales de avance y adaptación.



14. Conclusiones y recomendaciones

La necesidad actual del mercado por incluir en sus estrategias las herramientas digitales como base para un buen posicionamiento de sus marcas, cada vez está más bien recibido por parte de las personas ya que las redes sociales, noticias, videos promueven la importancia de actualizarse en todos los aspectos y en el sector empresarial no será la excepción.

Es trascendental usar el reconocimiento de las empresas migrándolas a plataformas digitales involucrándolas en más tecnología e internet, teniendo en cuenta que muchas de las empresas no han invertido totalmente en un buen plan de marketing digital y usando eso a favor para lograr un mejor posicionamiento.

Es importante recomendar a los departamentos de mercadeo de las empresas, tutorías o cursos sobre las nuevas tecnologías para que las empresas con sus empleados acojan y se familiaricen con los nuevos términos de las herramientas tecnológicas, así también para que las personas de una forma autónoma apliquen sus conocimientos a beneficio de las empresas

La relación con el cliente debe ser un pilar importante para las empresas y al saber usar herramientas digitales para fortalecer estas relaciones debe ser una estrategia obligatoria y adoptada por todos los integrantes de las empresas para que ese canal sea afianzado y así potenciar esta base que es muy importante



15. Bibliografía

Sawhney M., Wolcott R., Arroniz I., 2007, Cuadro 3, Las doce formas de innovar para las empresas, Harvard Deusto business review.

Aulesia J., (2017). El entorno digital: cómo incide en el marketing actual, Revista de Negocios del IEEM. 20(2).

Redacción Cuadernos de Seguridad. (2020 abril, 3), El Covid-19 dispara los beneficios de los negocios que invierten en marketing digital. Recuperado de <https://techlandia.com/13080017/como-citar-un-articulo-tomado-de-internet>.

PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA LA CORPORACION DE SERVICIOS TBL S.A. Área de marketing, Encuesta interna Corporación de servicios TBL S.A

Maridueña. A., Plan de Marketing Digital para TBL The Bottom Line.

Carlos C. (2013) Cómo cumplir las leyes que afectan al marketing digital, <https://www.sage.com/es-es/blog/como-cumplir-las-leyes-que-afectan-al-marketing-digital/>.