



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA



FAFI

TRABAJO DE TITULACIÓN

Componente práctico del Examen de Grado de carácter Complexivo, presentado en la Unidad de Titulación de la Facultad, como requisito previo para obtener el título de:

INGENIERA COMERCIAL

TEMA:

**MARKETING DIGITAL EN EL ALMACEN DON PATO DE LA CIUDAD DE
BABAHOYO**

NOMBRE:

BUSTAMANTE SANTILLAN SHIRLEY GRACIELA

DOCENTE TUTOR:

ING.TULIO CAMACHO

PERIODO LECTIVO

DICIEMBRE - ABRIL 2022

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	4
DESARROLLO.....	5
JUSTIFICACIÓN.....	5
OBJETIVOS.....	6
OBJETIVO GENERAL.....	6
OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	6
SUSTENTOS TEÓRICOS.....	7
Marketing.....	7
Definición de Marketing.....	7
¿Qué es marketing digital?.....	8
Importancia del Marketing Digital en las Empresas.....	8
Redes Sociales (Social Networks).....	9
Consecuencias del mal uso del marketing digital.....	9
Intoxicación.....	9
¿Qué son las Fake News?.....	10
Pérdida de clientes.....	10
Suplantación de Identidad.....	11
Ventajas del marketing digital.....	11
Visibilidad.....	12
Fidelización de Clientes.....	12
Testeo de Productos y Servicios.....	12
Atención al Cliente.....	12
Contactos con influencers y colaboraciones profesionales.....	13
Avance en el embudo de ventas.....	13
Estudio de la Competencia.....	13
TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	14
Metodología de la investigación.....	14
Modalidad de investigación.....	14
Tipo de investigación.....	14
Métodos.....	14
Técnicas.....	15
Población y muestra de investigación.....	16

Población	16
Muestra	16
RESULTADOS OBTENIDOS.....	17
CONCLUSIÓN	18
BIBLIOGRAFÍA	19
ANEXOS	21

INTRODUCCIÓN

“La interacción es el punto que hace que estos medios pasen de ser tradicionales a sociales”. (Russo, 2018). Según Olivier, (2021) la herramienta marketing digital se sustenta como aquello que se encuentra ligado de estrategias inclinadas hacia la promoción de una marca en el internet, este último mencionado está incorporado a la vida cotidiana de tal manera que es de carácter inverosímil hacer cualquier cosa sin el. No es acaso el hecho inminente, que se ha convertido en algo casi imposible observar a las personas desconectadas de un dispositivo móvil, teniendo internet al alcance sus manos.

El marketing digital destacado de otra forma como mercadotecnia online el mismo que es traducido como mercadeo en línea, según Ortiz, (2022) el mismo se construye como una manera en la que el marketing usa los nuevos medios y canales publicitarios para que una organización se de a conocer en el mercado su funcionalidad debe ser de uso permanente para no quedarse fuera del mundo de vanguardia.

El almacén Don Pato ubicado en la calle 27 de mayo y 10 de agosto de la ciudad de Babahoyo, es un establecimiento dedicado a la venta de prendas y accesorios para personas de toda edad, además de la distribución y comercio de equipos de entretenimiento como bicicletas, triciclos guiadores, andadores, motos eléctricas, Scooters, artículos en la línea recién nacido de su propia marca y asociados. Y es uno de los entes que aplica el instrumento de mercadeo digital para ofrecer sus productos en el medio, sin embargo, debe de estar consciente del grado y aplicación en el mismo para consolidar solvencia al uso de las nuevas tecnologías fomentado el éxito así como también perpetuidad en el mercado.

Con el objeto de que esta investigación analítica otorgue al almacén Don Pato mas conocimientos del marketing digital y de esta manera puedan ofrecer con mas eficacia su marca se usa la línea de investigación de Sistemas de información y comunicación, emprendimiento e innovación, la misma que se encuentra ubicada dentro de las líneas de investigación de la Facultad de Administración Finanzas e Informática para la carrera de Ingeniería Comercial centrándose en la sub-línea de redes y tecnologías inteligentes de

software y hardware, además de Marketing y comercialización esta última que es la que mas se acoge al tema.

DESARROLLO

JUSTIFICACIÓN

El posicionamiento de una empresa en un mercado es una tarea muy ardua en la que muchas fallan y por esta situación desisten de seguir con su negocio dentro de un determinado sector comercial. Un plan o estrategia de precios puede significar el asentamiento y aceptación del público objetivo, para el cual está dirigido el proyecto comercial, pero incluir la herramienta del marketing digital dentro de una organización conlleva al desarrollo sobreevaluado de las ventas y a un posicionamiento en el mercado a través de la publicidad, que sobrelleva a la aparición de los modelos de excelencia que le permitirán a cualquier entidad mantenerse en el mercado por un prolongado tiempo.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Definir la importancia del marketing digital en el almacén Don Pato de la ciudad de Babahoyo.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Analizar temas referentes de marketing digital que contribuyan al conocimiento del almacén Don Pato.
- Desarrollar una estrategia de marketing a seguir: definiendo su público objetivo, usar las redes sociales, considerando la publicidad de búsqueda paga.

SUSTENTOS TEÓRICOS

Marketing

Mesquita, R. (2018), afirma que:

Marketing es la ciencia y el arte de explorar, crear y entregar valor para satisfacer necesidades de un mercado objetivo con lucro. El Marketing identifica necesidades y deseos no realizados. Define, mide y cuantifica el tamaño del mercado identificado y el lucro potencial (párrafo primero).

El marketing se ocupa de los clientes más que cualquier otra función de negocios. Aunque pronto exploraremos definiciones más detalladas de marketing, tal vez la definición más simple sea la siguiente: marketing es la gestión de relaciones redituables con los clientes. La doble meta del marketing es atraer nuevos clientes mediante la promesa de un valor superior y conservar a los actuales mediante la entrega de satisfacción (ARMSTRONG, G. & KOTLER, P. (2013), p. 5)

Definición de Marketing

“Marketing es una palabra anglosajona que quiere decir en español mercadotecnia. Ambas acepciones son correctas y en algunos países de Latinoamérica también se usa mercadeo” (FUENTE, O. (2019), párrafo. segundo).

“Proceso mediante el cual las empresas crean valor para sus clientes y generan fuertes relaciones con ellos para, en reciprocidad, captar valor de los clientes” (ARMSTRONG, G. & KOTLER, P. (2013), p. 5).

¿Qué es marketing digital?

El marketing digital es la aplicación de las estrategias de comercialización llevadas a cabo en los medios digitales. Todas las técnicas del mundo off-line son imitadas y traducidas a un nuevo mundo, el mundo online. En el ámbito digital aparecen nuevas características como la inmediatez, la irrupción de las redes sociales y las herramientas que nos permiten hacer mediciones reales (MD marketing digital, (2019), p. primero).

Otro autor define al marketing digital como:

“Una subdivisión del marketing, pero que ha ganado tanto peso que se ha convertido en el modelo de marketing por excelencia. Por ese motivo quiero que veamos primero que es el marketing” (FUENTE, O. (2021), párrafo. segundo).

Importancia del Marketing Digital en las Empresas

El Marketing Digital es esencial para tu negocio. Conocer qué es, sus principales canales y sus ventajas te ayudarán a diseñar las mejores estrategias a confiar en una agencia para que lleve a cabo todas las acciones relacionadas con el medio online (ESTRELLA, L. (2021), párrafo. segundo).

El marketing digital ayuda a orientar a las empresas hacia un público objetivo. Hoy día no se puede permanecer ajenos al mercado, los especialistas de marketing deben ser capaces de entender qué es lo que dice el mercado o entorno del mercado conocido como macro entorno (QUESTIONPRO, (2018), párrafo. sexto).

El marketing digital asiste a orientar a las empresas hacia un público objetivo. Hoy día no se puede perpetuarse ajeno al mercado, los expertos de marketing deben ser competentes

de concebir qué es lo que dice el mercado o entorno del mercado conocido como macro entorno.

Siendo un intercambio en el proceso de planificar y ejecutar el desarrollo de un producto y/o servicio en el que intervienen elementos como; el mercado, las necesidades, los deseos y demandas del cliente, el valor de los productos y servicios, la calidad, la satisfacción además del intercambio de transacciones y relaciones comerciales.

Redes Sociales (Social Networks)

El término marketing de redes sociales o social media marketing (SMM) se refiere a todas las actividades y medidas que se utilizan en las redes sociales para la generación de oportunidades de negocio, aumentando el alcance y la lealtad de los clientes. La comercialización de las redes sociales puede ser vista como relaciones públicas y servicio al cliente. El primer objetivo es aumentar factores como el tráfico, el CTR y el alcance. El siguiente paso es construir lealtad a largo plazo de los clientes, las personas influyentes y el Marketing Viral. SMM puede ser parte de la Gestión de Relaciones con el Cliente y también incluye publicidad en redes sociales (RYTEWIKI, (2021), párrafo. primero).

Consecuencias del mal uso del marketing digital

Intoxicación

Es una expresión que poco a poco está entrando en la jerga cotidiana y se refiere al uso excesivo, superando el límite de la dependencia, de los aparatos digitales más comunes como las tabletas, los ordenadores y los teléfonos móviles. Un uso compulsivo y poco equilibrado de estos nuevos medios puede acarrear consecuencias más o menos graves,

tanto a nivel físico como a nivel psicológico, con síntomas y trastornos parecidos a los producidos por las clásicas intoxicaciones.

¿Qué son las Fake News?

El término Fake News quiere decir en inglés “noticia falsa”. Las fake news difunden información falsa deliberadamente. Intentan llamar la atención con contenido supuestamente “auténtico” para escandalizar a la opinión pública y manipularla. Este tipo de noticias son creadas tanto por individuos, como por grupos, que actúan en su propio interés o en nombre de otros. La difusión de desinformación tiene principalmente objetivos personales, políticos o económicos (DigitalGuide IONOS, (2020), párrafo. segundo).

Fake News en español significa “Noticias Falsas”. Como su nombre lo indica, son noticias que no son ciertas o que han sido sacadas de contexto. Este es un fenómeno que ha existido desde que el ser humano utiliza el lenguaje para comunicarse. Por ejemplo, los “chismes” generalmente son noticias falsas. Alguien inventó el chisme para su propio beneficio o para perjudicar a otra persona porque se molestó con esa persona. La diferencia es que las “Fake News o Noticias falsas” son chismes o mentiras que se difunden en Internet y en las redes sociales, como por ejemplo en el buscador de Google, Facebook o YouTube (Acevedo, C. (2020), párrafo. primero).

Pérdida de clientes

“La pérdida de clientes es una de las principales preocupaciones de las empresas, según una encuesta realizada por la consultora RMG&Asociados entre profesionales del marketing y la publicidad” (Redacción, (2010), párrafo. primero)

Suplantación de Identidad

La suplantación de identidad es un problema al que cada vez más gente se enfrenta. El crecimiento de internet, las redes sociales y, en general, el auge de la era digital, ha provocado que los hackers o agentes con intenciones maliciosas tengan cada vez más puertas abiertas para usurpar la identidad de otros (GrupoÁtico34, (Gru19), párrafo primero).

Ventajas del marketing digital

INFLUENCITY, (2018), afirma que:

Precisamente esa popularidad y uso masivo es lo que hace que también sean interesantes desde el punto de vista del marketing digital, ya que nos proporcionan una vía de conexión inmediata con millones de personas afines a nuestra marca, lo que nos ayuda a generar una comunidad entorno a ella de perfiles interesados en lo que les podemos ofrecer y en lo mismo que a nosotros nos interesa (párrafo segundo).

La social media presenta oportunidades de expansión de un negocio bajo las siguientes ventajas:

Comunicación al instante; pedidos inmediatos (Visibilidad).

Mejorar la marca personal

Análisis de la competencia

Fidelización de clientes.

Influir en el proceso de venta o Testeo de productos y servicios.

El valor del feedback directo Atención al cliente.

Contactos con influencers y colaboraciones profesionales.

Ayuda a las ventas o avance en el embudo de ventas.

Estudio de la competencia.

Visibilidad

“Capacidad de una marca, negocio u otro tipo de entidad de llegar a ser encontrado, visto y conocido por el mayor número de usuarios posible, particularmente aquellos que forman parte de su público objetivo” (HUMAN LEVEL, (2019), párrafo. segundo).

Fidelización de Clientes

La fidelización del cliente consiste en retener clientes ganados, que continúan comprando tus productos o servicios gracias a las experiencias positivas que han tenido con tu empresa. Para esto, es necesario un conjunto de interacciones satisfactorias, que desarrollarán una relación de confianza con la clientela a largo plazo (Muriel, A. (2020), párrafo. segundo).

Testeo de Productos y Servicios

El test de producto es una técnica de investigación de mercado que puede llevarse a cabo durante todo el ciclo de vida del producto, desde el momento previo a su lanzamiento, una vez validada la idea de negocio, hasta su presencia ya en el mercado con el objetivo de identificar oportunidades de mejora e incorporar la voz del consumidor en todas las fases del proceso (León, N. (2019), párrafo. octavo).

Atención al Cliente

El servicio al cliente, conocido también como servicio de atención al cliente es una herramienta de marketing, que se encarga de establecer puntos de contacto con los clientes,

a través de diferentes canales, para establecer relaciones con ellos, antes, durante y después de la venta (Da Silva, D. (2020), párrafo. tercero).

Contactos con influencers y colaboraciones profesionales.

La tarea principal del influencer marketing consiste en identificar a los influencers relevantes para la marca o empresa, contactarlos y construir una relación comercial con ellos. De esta forma, las empresas pueden integrar influencers en su estrategia de comunicación y utilizarlos como multiplicadores del mensaje y de los objetivos publicitarios de la empresa. Antes de discutir el papel y los mecanismos del influencer marketing es importante aclarar qué es realmente un influencer (Digital Guide IONOS, (2017), párrafo. quinto).

Avance en el embudo de ventas.

El embudo de ventas es la forma en que una empresa planea y establece procesos para ponerse en contacto con los diferentes usuarios y así llegar a cumplir un objetivo final, que bien puede ser la conversión de clientes, lograr un registro, cerrar una venta, entre otros (Guiraldo, V. (2017), párrafo. primero).

Estudio de la Competencia.

“El análisis de la competencia te permite identificar tus puntos fuertes y débiles para anticiparse a las amenazas del mercado, y comprender globalmente lo que te hace diferente desde el punto de vista del cliente” (QUESTIONPRO, (2021), párrafo. cuarto).

TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Metodología de la investigación

Analítico- sintético, aquel método de investigación que consiste en la disgregación de un todo, descomponiéndolo en sus fragmentos o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos y después relacionar cada reacción mediante la elaboración de una síntesis general del fenómeno estudiado.

Modalidad de investigación

Es cualitativa, se procede la indagación experimental mediante la técnica de la observación del objeto de estudio, además se tiene en consideración los factores con causa y efecto de la falta de los controles de calidad en una entidad para la mejora continua en la productividad de la misma.

Tipo de investigación

Documental, una técnica de investigación cualitativa que se encarga de recopilar y seleccionar información a través de la lectura de documentos, libros, revistas, grabaciones, filmaciones, periódicos y bibliografías.

Métodos

Se toma en cuenta los métodos descriptivos que detallan los movimientos que se desarrollan con frecuencia; el analítico, interpreta la información obtenida, por otro lado, el método inductivo asume el rol de determinar los hechos basados en la evidencia que dé como resultado conclusiones que permitan dar a conocer los problemas, causas y efectos

que presenta la empresa. A su vez el bibliográfico extrae conceptos de diversos autores que conllevan a la interpretación adecuada del estudio.

Técnicas

La técnica que se aplican para esta investigación es:

- Una entrevista dirigida al gerente del almacén Don Pato del Cantón Babahoyo para que explique como maneja su nivel marketing digital y la importancia que cree que tiene el mismo.

Instrumentos

Los instrumentos que permiten recopilar la información necesaria en esta investigación comprende un cuestionario que consta de 10 interrogantes, que se aplica al gerente administrativo almacén Don Pato del Cantón Babahoyo éstas se realizarán a través de preguntas abiertas que exterioricen un panorama para que ayude a generar la interpretación de los datos de manera clara y concisa con respecto de como maneja y la importancia que cree que tiene el marketing digital el cual se perfiló del subsiguiente carácter:

Entrevistado: Gerente del Almacén Don Pato Del Cantón Babahoyo.

Entrevistador: Shirley Bustamante Santillán.

1. ¿Conoce usted la relevancia del marketing digital en las empresas?
2. Cree usted que es importante el uso de marketing digital en las entidades comerciales.
3. Aplica usted el marketing digital en su almacén.
4. Menciona algunos de los aspectos esenciales del marketing digital.

5. ¿Cómo sobrelleva las estrategias de marketing digital su almacén?
6. ¿Qué campañas has realizado?
7. Tiene usted experiencia gestionando redes sociales.
8. ¿Cuáles son algunas formas de aumentar el tráfico a un sitio web?
9. ¿Qué red social te parece más efectiva? ¿por que?
10. Usted contrata a alguien que esté calificado en términos de marketing digital.

Agradezco fundamente su respuesta.

Población y muestra de investigación

Población

La población que se tiene en consideración es al personal interno haciendo participe de la colaboración de gerente del almacén Don Pato del Cantón Babahoyo.

Muestra

Para esta investigación se toma como muestra al gerente administrativo del almacén Don Pato de Babahoyo.

RESULTADOS OBTENIDOS

Las compañías que conciben el marketing digital son las que dicen con su mensaje: te percibo, te atiendo y me importas; a través de la entrevista realizada se ha destacado que es importante el mercadeo online en las entidades y que el conocimiento del mismo pone a fin la concertación de muchos objetivos operacionales en las entidades. Mencionaba el Sr. Patricio Defaz gerente propietario del almacén de Don Pato, que una de sus mas grandes campañas publicitaria fue la percibida en pandemia del año 2020, cuando muchas empresas no sabían como salir adelante en medio de la incertidumbre, ellos simplemente tomaron valor y se focalizaron en dar a conocer que sus productos estaban en el mercado y que sus clientes no debían temer porque el almacén tenia la disponibilidad de atender sus necesidades de manera digital; cada estrategia empleada sin conocimiento previo para la venta de sus productos hoy por hoy sigue vigente y han crecido en view, seguidores y hasta reconocimiento. Y de la cual después de esta investigación documental se tiene en consideración que se necesita saber mas del tema de marketing digital para permanecer firme en el mercado y sobre todo ante la competencia e este mundo globalizado con oportunidades escasas no se debe dejar pasar ni el mas mínimo desajuste.

CONCLUSIÓN

El marketing ya no es materia de lo que sabes producir, sino de qué historias sabes contar a través de un contenido proyectar a tu audiencia las cualidades del producto o servicio. Sin duda alguna, es de vital importancia tener un sistema de marketing digital bien establecido en el medio, se evidencia que actualmente en mundo de las social network es impredecible para la sociedad. Y por tanto si tu emprendimiento desea una posesión en el mercado debe constar con su respectiva plataforma digital.

Un buen uso de las redes sociales conlleva a una eficaz y transparente garantía de los seguidores y es lo que se necesita para la obtención de ventas. Con una simple función la de ofrecer al cliente un asesoramiento oportuno respecto de los artículos ofertados e integrarlo al compromiso de ser parte de la fidelización a la entidad pese a la competencia.

BIBLIOGRAFÍA

- Acevedo Rodríguez, C. (31 de 05 de 2020). *¿Qué son las Fake News?* Obtenido de UNAMGLOBAL.UNAM.MX: <https://unamglobal.unam.mx/que-son-las-fake-news/>
- ARMSTRONG , G., & KOTLER, P. (2013). *Fundamentos de marketing* (Decimaprimera edición ed.). México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Da Silva, D. (01 de 06 de 2020). *¿Qué es atención al cliente? Definición, elementos e importancia para las empresas en la actualidad.* Obtenido de Blog de zendeks: <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-atencion-al-cliente/>
- Digital Guide IONOS. (09 de 02 de 2017). *Los influencers: los embajadores de tu marca en el marketing online.* Obtenido de Digital Guide IONOS: <https://www.ionos.es/digitalguide/online-marketing/redes-sociales/los-influencers-y-su-papel-en-el-marketing-online/>
- DigitalGuide IONOS. (27 de 07 de 2020). *¿Qué son las fake news? Definición, tipos y métodos para identificarlas.* Obtenido de DigitalGuide IONOS: <https://www.ionos.es/digitalguide/online-marketing/redes-sociales/que-son-las-fake-news/>
- ESTRELLA, L. (26 de 04 de 2021). *LA IMPORTANCIA DEL MARKETING DIGITAL DEL 2021.* Obtenido de CVIMSA EDUCACIÓN CONTINÚA: <https://cvimsaedu.com/blog/blogmarketing/>
- FUENTE, O. (26 de 06 de 2019). *Definición de Marketing ¿Qué es el Marketing Moderno?* Obtenido de IEBS: <https://www.iebschool.com/blog/marketing-marketing/>
- FUENTE, O. (21 de 09 de 2021). *Marketing Digital: Qué es y sus ventajas.* Obtenido de IEBS: <https://www.iebschool.com/blog/que-es-marketing-digital-marketing-digital/>
- Garcia, E. L., Vieira, V. A., & Pereira Borges, C. (2020). Marketing Investment Information: Differentiation Resource or Secret? *Revista de Administração Contemporânea*, 13.
- Guiraldo, V. (06 de 02 de 2017). *Embudo de ventas: significado, ventajas y aplicación y diferencias con el embudo de marketing.* Obtenido de Rockcontent: <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-un-funnel-de-ventas/>
- HUMAN LEVEL. (23 de 08 de 2019). *¿Qué es la visibilidad en marketing digital y cómo medirla?* Obtenido de HUMAN LEVEL: <https://www.humanlevel.com/diccionario-marketing-online/visibilidad>
- INFLUENCITY. (23 de 10 de 2018). *Ventajas de las redes sociales para hacer marketing.* Obtenido de INFLUENCITY: <https://influencity.com/blog/es/ventajas-de-las-redes-sociales/>

- León, N. (28 de 01 de 2019). *Test de concepto y test de producto: valida tu idea y minimiza riesgos*. Obtenido de WE ARE TESTER:
<https://www.wearetesters.com/investigacion-de-mercados/test-de-concepto-y-test-de-producto-valida-tu-idea-y-minimiza-riesgos>
- MD marketing digital. (2019). *¿QUÉ ES Y CÓMO FUNCIONA?* Obtenido de MS marketing digital: <https://www.mdmarketingdigital.com/que-es-el-marketing-digital>
- Mesquita, R. (23 de 07 de 2018). *¿Qué es Marketing? Una guía completa del concepto, tipos, objetivos y estrategias*. Obtenido de rockcontent:
<https://rockcontent.com/es/blog/marketing-2/>
- Muriel, A. (24 de 07 de 2020). *Fidelización del cliente: concepto, importancia, consejos y métricas*. Obtenido de RDstation: <https://www.rdstation.com/es/blog/fidelizacion-del-cliente/>
- Ortiz, A. (2022). *¿Qué es el marketing digital o marketing online? Estrategias y herramientas*. *Inboundcycle*, 18-20.
- PERALTA, E. O. (2021). *Marketing Digital: Aprende Todo lo que Necesitas Saber Hoy*. *Genwords*.
- QUESTIONPRO. (30 de 09 de 2018). *Importancia del marketing digital para las empresas*. Obtenido de QUESTIONPRO:
<https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-el-marketing-digital/>
- QUESTIONPRO. (22 de 03 de 2021). *Análisis de la competencia: Qué es y cómo realizarlo*. Obtenido de QUESTIONPRO:
<https://www.questionpro.com/blog/es/analisis-de-la-competencia/>
- Redacción. (11 de 06 de 2010). *La pérdida de clientes es una preocupación para las empresas*. Obtenido de MARKETING DIRECTO:
<https://www.marketingdirecto.com/marketing-general/publicidad/la-perdida-de-clientes-es-una-preocupacion-para-las-empresas>
- Russo, I. C. (16 de 03 de 2018). *claudioinacio.com*. Recuperado el 28 de 11 de 2021, de *claudioinacio.com*: <https://claudioinacio.com/>
- RYTEWIKI. (2021). *Marketing de Redes Sociales*. Obtenido de RYTEWIKI.

ANEXOS

Con el propósito de explicar el margen de importancia del marketing digital en el almacén Don Pato del Cantón Babahoyo se realiza una entrevista:

Entrevistado: Gerente del Almacén Don Pato Del Cantón Babahoyo.

Entrevistador: Shirley Bustamante Santillán.

1. ¿Conoce usted la relevancia del marketing digital en las empresas?

No, a fondo, sin embargo, me parece que es una estrategia que permite la solvencia en entidades.

2. Cree usted que es importante el uso de marketing digital en las entidades comerciales.

Si, por supuesto esta herramienta hace que se conozcan mejor los productos.

3. Aplica usted el marketing digital en su almacén.

Si.

4. Menciona algunos de los aspectos esenciales del marketing digital que usted aplica en el almacén.

- Marketing de contenidos.
- Escribir titulares fascinantes.
- Búsqueda pagada.
- Publicidad en redes sociales.

5. ¿Cómo sobrelleva las estrategias de marketing digital su almacén?

En si realizamos propagandas digitales, además de colaborar con famosos que promocionen nuestra marca PITO 87, bebe cohete en línea R/N, trabajamos mas con Facebook e Instagram y realizamos envíos a toda provincia del ecuador

6. ¿Qué campañas has realizado?

De hecho la campaña publicitaria mas grande fue en el 2020 con pandemia COVID necesitábamos que las ventas reaccionaran y se implemento esto del marketing digital con fuerza desarrollamos más publicidad, manejamos mejor nuestras redes sociales, tratábamos de llegar a cada lugar remoto con nuestras líneas y así se dio a conocer con mayor renombre nuestros servicios y la calidad de los productos que ofrecemos. Y desde ese entonces aplicamos campañas por temporadas desde día de reyes, carnaval, día de las madres, del padre, del niño, navidad, fin de año y cada eventualidad que se presente la adaptamos.

7. Tiene usted experiencia gestionando redes sociales.

Si, aparte de manejar mis redes sociales también estoy al pendiente de las del local.

8. ¿Cuáles son algunas formas de aumentar el tráfico a un sitio web?

A pues eso lo lleva al pendiente Alison, quien es la chica encargada de eso pero, creo yo que se da cuenta por los algoritmos en la web.

9. ¿Qué red social te parece más efectiva? ¿por qué?

Obvio Instagram, porque se caracteriza por ser una red social basada en imágenes que los usuarios comparten con el resto de la comunidad. Una alternativa fresca y divertida que ofrece una enorme interacción con el público objetivo y mayor visibilidad para tus productos o servicios.

10. Usted contrata a alguien que esté calificado en términos de marketing digital.

Agradezco fundamentalmente su respuesta.

Si, porque esta persona esta enfocada únicamente en esta parte y la publicidad requiere de tiempo y paciencia además, se necesita de un profesional en el ámbito que realice a cuenta cabal las respectivas funciones. Pues yo no estoy capacitado al 100 como para desempeñar esas funciones y se que debo conocer mas del tema como propietario así como también mis trabajadores.