



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN FINANZAS E INFORMÁTICA

PROCESO DE TITULACIÓN

NOVIEMBRE- ABRIL 2024

EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA

PRUEBA PRÁCTICA

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

LICENCIADA EN COMERCIO

TEMA:

“ESTRATEGIAS DE MARKETING EN LA CONSULTORÍA RD

EN LA CIUDAD DE BABAHOYO EN EL PERIODO 2023”

ESTUDIANTE:

BASTIDAS ARÁMBULO

KERLY

TUTOR:

ING. JORGE CAICEDO FLORES

INDICE

RESUMEN	1
ABSTRACT	2
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
JUSTIFICACIÓN	5
OBJETIVO GENERAL	6
OBJETIVO ESPECIFICO	6
LINEA DE INVESTIGACIÓN	7
ARTICULACIÓN DEL TEMA	7
MARCO CONCEPTUAL	8
MARCO METODOLÓGICO	20
RESULTADOS	22
DISCUSIÓN DE RESULTADOS	27
CONCLUSIONES	28
RECOMENDACIONES	29
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	30
ANEXOS	

RESUMEN

Este caso de estudio consiste en un análisis de la estrategia de marketing. En la Consultoría RD que se dedica a brindar servicios con experiencia en temas tributarios, abrir cuentas bancarias y pagos de western Unión de la ciudad de Babahoyo. Se formó mediante la línea de investigación “Gestión financiera, Administración, Tributación, Auditoría y Control” y se enmarca en la sublínea de “Marketing y Comercialización”

El presente trabajo aplica métodos de investigación a las diferentes exigencias de los clientes para enterarnos de sus preferencias y el procedimiento hipotético deductivo que nos permite analizar los datos obtenidos y crear un argumento al respecto. Además, se utilizaron las siguientes técnicas de investigación: entrevista al dueño de la empresa. Para desarrollar el trabajo fue necesario identificar los puntos débiles existentes en la empresa, tales como deficiencias en las estrategias de marketing, falta de publicidad y promoción de ventas, por eso la empresa quiere optimizar el proceso de marketing.

Palabras claves: Estrategia, Marketing, Publicidad, Redes sociales.

ABSTRACT

This case study consists of an analysis of the marketing strategy. In the RD consultancy that is dedicated to providing services with experience in tax issues, opening bank accounts and Western Union payments in the city of Babahoyo. It was formed through the research line “Financial Management, Administration, Taxation, Audit and Control” and is part of the “Marketing and Commercialization” subline.

This work applies research methods to the different needs of clients to find out their preferences and the hypothetical deductive procedure that allows us to analyze the data obtained and create an argument about it. In addition, the following research techniques were used: interview with the owner of the company. To develop the work, it was necessary to identify the existing weak points in the company, such as deficiencies in marketing strategies, lack of advertising and sales promotion, which is why the company wants to optimize the marketing process.

Keywords: Strategy, Marketing, Advertising, Social networks.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La consultoría RD brinda servicios de SRI tales como devolución de IVA, declaraciones, abre cuentas bancarias y pagos de western Unión. Esta empresa es conocida por sus clientes reales con buen servicio por lo que el plan de marketing debe estar diseñado para atraer clientes potenciales.

Dado que la Consultoría RD no tiene una estrategia de marketing, surgen problemas. La causa de estos problemas está relacionada con la falta de ciertas estrategias de marketing, por lo tanto, al no implementar esas estrategias y arriesgar la posición de la empresa al permitir que los competidores obtengan una ventaja.

Asimismo, otro de los problemas detectados en la empresa es el limitado equipo de trabajo que permanece disponible, lo que provoca retrasos en los servicios ofrecidos a sus clientes, aunque el trabajo realizado sea de calidad, en muchos casos se suelen producir retrasos.

El cual se decidió mejorar la calidad de servicios que no se ajustaban a lo dispuesto con los clientes, donde se establecerán diferentes estrategias de marketing trabajando en varios puntos para mejorar el servicio al cliente, mejoras técnicas, calidad de sus servicios y estrategias publicitarias para lograr mayores ventas y así garantizar y cumplir con las expectativas y satisfacer las necesidades del cliente.

“La estrategia de marketing se basa en un plan de marketing que determina las acciones a ejecutar y alcanzar sus objetivos.” El uso de la estrategia es necesario para ejecutar estrategia para lograr los objetivos a largo plazo.

Además, la capacidad de atraer nuevos clientes y retener a los clientes existentes, sin implementar su plan estratégico, la empresa no crecerá ni se desarrollará se enfrentará al riesgo de quiebra.

La falta de una estrategia de marketing en la Consultoría RD le impidió alcanzar el éxito esperado basado en años de actividad. Por lo tanto, este estudio tiene como objetivo desarrollar estrategias de marketing para expandir y popularizar la Consultoría RD en el mercado, por ello se están realizando esfuerzos para capacitar al personal y para mejorar su desempeño, por otro lado, se busca incrementar la productividad y con ello mejorar el servicio al cliente para mantener una buena relación con los potenciales clientes existentes y nuevos clientes.

JUSTIFICACIÓN

Es importante saber que hoy en día las estrategias de marketing son fundamentales para que un producto o servicio sea conocido. Es apropiado realizar este estudio de caso para la empresa de Consultoría RD para que su servicio se destaque entre sus competidores y así pueda ser más competitivo en el mercado. La realización de este estudio nos permitirá analizar las estrategias de marketing que aplicaremos en la Consultoría RD con el fin de conseguir una mejora en el rendimiento de sus servicios y su nivel de conocimiento, así como fidelizar a sus clientes.

La investigación se centrará en desarrollar estrategias de marketing que permitan el descubrimiento de nuevas oportunidades de mercado y la oportunidad de aumentar los servicios de la Consultoría RD para ser más rentables y también posicionarse en la competencia y satisfacer las necesidades del cliente.

Se utilizan técnicas de investigación para lograr los objetivos del estudio como las herramientas para recolectar información para medir la estrategia de marketing en la empresa mediante el uso de entrevistas. Mediante con los objetivos de este estudio de investigación nos permiten encontrar soluciones concretas a problemas de baja que afectan los resultados de la Consultoría RD en la ciudad de Babahoyo.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Plantear estrategias de marketing en la Consultoría RD en la ciudad de Babahoyo

OBJETIVO ESPECIFICO

- Conocer las herramientas de marketing que se van a utilizar en la empresa
- Identificar estrategias de marketing para el posicionamiento de la empresa dentro del mercado competitivo
- Analizar cómo influye el posicionamiento de la empresa para conocer el comportamiento del consumidor.

LINEA DE INVESTIGACIÓN

Este caso de estudio está relacionado con la investigación de carrera de comercio que se alinea con “Gestión financiera, Administración, Tributación, Auditoría y Control” se enmarca en la sublínea de investigación “Marketing y Comercialización”, ya que el problema central radica en la estrategia de marketing que permita analizar la competencia a la que se enfrenta y así poder promocionar y dar conocer sus servicios. Se concluye esta investigación está relacionado con el tema expuesto, a medida que se desarrollan estudios detallados sobre estrategias de marketing, y que se reconocen los aspectos claves que influyen en la empresa consultoría RD en la ciudad de Babahoyo.

ARTICULACIÓN DEL TEMA

Este caso de estudio está directamente relacionado con las actividades que se realizaron durante la práctica preprofesionales “Aplicación de procesos generales y administrativas en el sector público y privado” esta empresa proviene del sector privado y fue una base para su realización y preparación del campo de investigación ya que durante este proceso se desarrollan actividades relacionadas con la gestión administrativa y contable de empresas públicas y privadas, logrando así adquirir conocimientos que nos ayudaron a poner en práctica con la realización de este caso de estudio “Estrategia de marketing en la consultoría RD en la ciudad de Babahoyo en el periodo 2023”.

El conocimiento adquirido mediante el proyecto de práctica preprofesionales ayuda a saber qué buscar para que el negocio tenga rentabilidad en el mercado, así que arriesga sin miedo a fracasar aplicando estrategias y métodos y se desarrolle correctamente.

MARCO CONCEPTUAL

Consultoría RD con número de Ruc: 0503793960001 está ubicada en la ciudad de Babahoyo en la calle Eloy Alfaro entre General Barona y malecón 9 de octubre, es una empresa se especializa en devoluciones de IVA, declaraciones, tramites del IESS, apertura de cuentas bancarias y pagos primarios de Western unión. Es un distrito en donde mediante una renta se pone a disposición de beneficiarios, atención por parte de los empleados en cada asunto a emplear con equipos y accesorios de cómputo con acceso a Internet.

Este caso revela los problemas actuales que afectan la situación financiera de la empresa, con bajas cifras de ventas que han causado gran preocupación entre directivos y empleados que buscan estrategias para revertir los valores negativos que hacen que la situación financiera de la empresa se deteriore.

Una de las mayores desventajas de una empresa es la falta de marketing y por tanto esto afecta al negocio en el sentido de que no puede atraer clientes potenciales y por lo tanto no puede fidelizar a los clientes.

La mercadotecnia o lo que llamamos Marketing es una táctica que toda compañía debe efectuar en sus métodos de incremento global, muchas empresas manejan técnicas de marketing para obtener sus objetivos sin siquiera darse cuenta. El marketing no es más que la relación entre fragmentos que forjan beneficio equitativo, varias personas no saben que es exactamente el marketing y cuando se les pregunta lo reducen como ventas, en tanto que otros lo precisan como una publicidad.

En su totalidad las contestaciones son acertadas, pero son sólo una parte de lo que representa marketing, ya que también puede ser comercialización de productos o servicios,

diseño de packaging (todo el transcurso de empaquetar y embalar un producto) o creación de páginas de destino.

También conocido como mercadotecnia, esta disciplina se ocupa del estudio del comportamiento del mercado y las necesidades de los consumidores dando un análisis comercial corporativo de la empresa con el objetivo de atraer, captar, retener y fidelizar, satisfaciendo los deseos de los clientes y solucionando sus problemas. (Cyberclick, 2023)

Definir marketing no es una tarea sencilla ya que abarca diversos aspectos y alcances. Por ello, diversas instituciones y autores nos han dado sus propias definiciones a lo largo de los años. También podemos definir el marketing como el proceso mediante el cual una empresa encuentra un mercado, lo analiza, desarrolla estrategias para servirlo mejor y las implementa. El marketing es el vinculado de movimientos que admiten a una compañía a localizar mercados y luego atenderlos. (Carrasco, 2020)

Las estrategias de marketing también se utilizan para lograr una nueva posición de la empresa en el mercado y con ello aumentar las ventas mediante publicidad a los clientes o consumidores y con la ayuda de nuevos vendedores. Donde se puedan lograr objetivos específicos y esforzándose por diferenciarse de la competencia proporcionando productos de alta calidad y un excelente servicio y soporte al cliente. Esto se logra a través de estrategias de seguridad como la comunicación, la publicidad y por qué no utilizar herramientas para posicionarse en el mercado. (Baque, 2020)

Consultoría RD carece de estrategia de marketing ya que no permite atraer suficientes clientes para mantener un nivel apto de ventas, entonces por otro lado, si no logran atraer clientes estos no darán lealtad hacia la empresa, porque la empresa no tiene

una estrategia de fidelización de clientes, ya que no se ha desarrollado ninguna estrategia de fidelización de clientes, a causa de que no se realiza un seguimiento adecuado de los usuarios, no podemos conocer la satisfacción del cliente respectivo sobre los servicios que ofrece la empresa.

Esta empresa es poco conocida entre los interesados y el mercado porque la empresa no realiza publicidad ni promociones, por lo que la popularidad de la empresa entre los clientes se logra gracias al boca a boca de usuarios que ya han asistido a esta tienda para realizar una diligencia.

El no tener publicidad origina todos estos contratiempos en contra del bien de la empresa, ya que esta es un conglomerado de habilidades de relación diseñadas para soluciones comerciales con una audiencia de consumidores potenciales. Empleando recursos oculares, disonantes o cartas, la publicidad está concertada para cautivar y conservar el interés de una audiencia y convencerla para que adquiera un producto o obtenga un servicio. (Hubspot, 2023)

También de impulsar una asistencia o beneficio, la publicidad asimismo busca ensanchar las comercializaciones, acrecentar la comprensión de nuevos conjuntos objetivos o convertir una marca en la elección predilecta entre la clientela a través de propuestas y otras dinámicas.

Los dirigentes de RD insisten en que no se hace publicidad ni marketing debido al escaso conocimiento del tema, lo que requeriría contratar profesionales en la materia o, a su vez, capacitar a los empleados de la empresa, lo que implicaría realizar estas campañas de marketing, que podrían llegar a costar más dinero que los gastos del negocio.

Debido a la falta de promoción, Consultoría RD no logra posicionarse en la mente de los consumidores, lo que afecta la fidelidad de los clientes hacia la empresa o marca, debido a que la compañía no realiza un seguimiento de sus usuarios para saber cuál es su nivel de satisfacción con los servicios prestados.

El propósito de la promoción es promover e informar productos, servicios, bienes o ideas para que la clientela los perciba y los atraiga de consumirlos. Las promociones son ejecutadas por organizadores, que son personas comprometidas de promocionar servicios por medio de la comunicación con el consumidor.

La promoción es una diligencia publicitaria que manipula diversas destrezas para promocionar sus productos, servicios y trabaja para convencer al público y agrandar las comercializaciones. (significados, 2020)

Tipos de marketing

Este concepto de marketing global, también conocido como mercadeo, ha acompañado muchos cambios y acontecimientos ocurridos en la sociedad a lo largo de los años. Por eso es tan estudiado porque está en constante cambio y actualización. Esta lista es bastante extensa, pero a continuación veremos los principales tipos de marketing y qué hay detrás de cada uno. (Nostrum, 2024)

Marketing tradicional o fuera de línea

El primer tipo de marketing del que hablaremos es el marketing offline. Se refiere a todas las actividades que se desarrollan fuera de Internet, por eso también se le llama tradicional. Estos incluyen anuncios en periódicos, argumentos de venta o telemercadeo. Aunque la digitalización es popular ahora, sigue siendo un método de marketing

ampliamente utilizado porque se integra bien con todas las herramientas digitales y amplía su funcionalidad.

Marketing digital

Es exactamente lo contrario de lo anterior. Esto se aplica a todas las estrategias implementadas en línea. Esto incluye marketing de contenidos o redes sociales.

Primordialmente el objetivo en el tiempo de 1990 era reubicar la publicidad habitual a las zonas web, sin embargo, en un grado bastante definido. No obstante, el desarrollo tecnológico lo han convertido en una herramienta imprescindible para cualquier negocio, ya que cualquier usuario tiene la capacidad de compartir información online con el resto del mundo, haciendo de este método de marketing uno de los más utilizados en la actualidad.

Marketing externo

Se refiere principalmente a las prácticas positivas que utilizan las empresas para adquirir nuevos clientes. También conocido como marketing intrusivo, actualmente está siendo cuestionado porque en varias situaciones puede tener el efecto contrario al deseado, desanimando a los consumidores y creando una imagen negativa de la marca.

Mercadotecnia interna

Lo contrario al caso anterior es el inbound marketing. Este tipo de marketing se utiliza como estrategia para atraer consumidores, convertirlos en clientes potenciales y luego en clientes reales.

Marketing de contenidos

Surgió como consecuencia del incremento del mercadeo digital y el inbound marketing. La mercantilización de contenidos implica ofrecer contenido relevante y valioso

a los consumidores. El objetivo es atraerles y hacerles comprar, y al mismo tiempo crear una imagen positiva de la marca. Algunos formatos clave son blogs, infografías o seminarios web.

Email marketing

Es una importante herramienta de marketing digital. Con ellos se pueden enviar contenidos y ofertas vía correo electrónico, acercándolos a los consumidores y permitiéndoles alcanzar directamente sus objetivos de compra.

Marketing de medios sociales

Este ejemplo de marketing se manipula especialmente para anunciar, analizar y relacionarse con el público. También le permiten crear anuncios que fortalezcan aún más la relación de su empresa con los consumidores.

Seo y Sem

Estas son estrategias de marketing en motores de búsqueda. SEO (Search Engine Optimization) se refiere a las técnicas utilizadas en las páginas web para mejorar de forma natural su posición en los resultados de búsqueda. El término SEM (Search Engine Marketing) se refiere a la práctica de aumentar la visibilidad de un sitio web a través de campañas publicitarias en los motores de búsqueda.

Neuromarketing

El objetivo de este tipo de marketing es medir la actividad neuronal de un cliente o grupo objetivo cuando se expone a diferentes campañas o anuncios. El objetivo es explicar el comportamiento humano a partir de su acción neurobiológica para alcanzar todas las determinaciones que obtiene una persona a la hora de comprar bienes.

La falta de formalidades con cualquiera de las agencias públicas o privadas, ha abatido las ventas de la empresa a medida que se ha reducido la cartera de productos. Por lo tanto, los clientes optan por comprar productos de la competencia porque tienen una cartera de productos o servicios más amplia.

Cartera de Productos

(Silva, 2021) Nos dice que una estrategia de cartera de productos, a menudo organizada en formato matricial, también revela cómo opera la empresa y el potencial de ganancias de sus productos principales. Este tipo de información que proporciona la matriz de cartera es fundamental para todos aquellos interesados en el desarrollo de la organización, incluidos socios comerciales e inversores.

Uno de los asuntos más valiosos a la hora de concretar un producto de la cartera de productos es su correcto análisis. Para ello, es necesario comprender ciertos conceptos para comprender qué dimensiones tiene. (Retail, 2022)

Amplitud

Es decir, el número de líneas de servicios de una determinada empresa.

Longitud

En este sentido, estamos hablando del número total de servicios que ofrece la empresa.

Profundidad

Se define como el número de variantes de cada servicio a ofrecer.

Consistencia

Por último, también es necesario comprender la coherencia. Este concepto se encarga de analizar similitudes entre diferentes líneas de servicios. Para ello se tienen en cuenta los componentes como el costo, los conductos de comercialización o la constancia de uso.

Pero una empresa que si implementó una estrategia de retención de clientes que brindara atención personalizada, lo que se podría convertir en un cliente que se convirtió en un cliente habitual y potencial.

(Sydle, 2022) Nos comunica que la lealtad del cliente se refiere a compradores que han hecho negocios con una empresa y quieren regresar porque tuvieron una buena experiencia con la marca. Los clientes leales elegirán su organización incluso si hay otras organizaciones que ofrecen productos y servicios similares. Hacerlo requiere una serie de prácticas y estrategias que conquisten a los clientes y los mantengan haciendo nuevos negocios e incluso recomendando la empresa a otros.

Incluso si su empresa ofrece una amplia gama de servicios de calidad atrae a clientes con regularidad, es importante innovar siempre y encontrar nuevas formas de destacar. Sin embargo, no basta con mejorar la calidad de sus soluciones, porque la fidelidad es un paso más allá de la satisfacción. Esto se debe a que el simple hecho de estar satisfecho con un servicio no impide que un consumidor elija un competidor para su próxima adquisición.

Por tanto, la preferencia de los compradores debe ser un servicio bien ofertado, debe hacer y diferenciarse de la competencia, es decir, la empresa debe ofrecer servicios

personales mientras brinda promoción y supervisión. Así, los clientes pueden entender la satisfacción que les aporta un buen servicio.

Por otro lado, la falta de aplicaciones sociales de la empresa hace que no pueda publicar información y promocionar oportunidades, beneficios, o tendencias que ofrece en el mercado. Consecuentemente, los consumidores no se dan cuenta de cuántos bienes desemejantes puede brindar la compañía y sus peculiaridades. Porque al instaurar un perfil en una red social o plaza web, logra publicitar los servicios brindados, facilitando al ser conocida y a su vez darse a entender a los consumidores.

Habilidad de Marketing

La habilidad del marketing se describe al vinculado de diligencias que se llevan a cabo íntimamente y externamente de la compañía para informar un mensaje importante con un objetivo determinado, como alcanzar y transformar los clientes potenciales en consumidores de los servicios de la compañía o notificar una primacía profesional sobre los adversarios o mercados que rivalizan con ellos. Son métodos, planes de acción que describen procedimientos diseñados para permitir a una empresa alcanzar propósitos de marketing determinados en temporal, moderado o extenso plazo (ORT, 2021).

La falta de una estrategia de marketing significa que la empresa no atrae clientes potenciales para que compren sus productos, no realiza un seguimiento de los clientes para determinar su satisfacción con los productos adquiridos y no realiza promociones. A medida que el volumen de ventas disminuya, también afectará sus ventas.

Según (Hernandez, 2022) un problema de las estrategias de marketing es cualquier problema que enfrenta una marca al promocionar y vender sus productos o servicios. Los

problemas de marketing pueden causar dificultades a una marca. Por lo tanto, requieren atención inmediata para operaciones comerciales rentables. Los problemas más frecuentes de la estrategia de marketing son:

Bajo conocimiento de la marca:

Si un cliente potencial nunca ha oído hablar de su empresa o sus productos, puede resultar difícil generar interés y realizar una venta. Esto suele suceder con marcas que no utilizan las redes sociales y otros canales de comunicación.

Baja tasa de retención de clientes:

Con el tiempo, una base de clientes estancada puede tener un impacto negativo en la rentabilidad debido a la reducción de las ventas y la reducción de los clientes existentes.

Mala generación de clientes:

Las empresas deben encontrar constantemente clientes recientes para continuar siendo competitivas y eficaces. No obstante, si su desarrollo es inútil o nulo, puede implicar dificultoso hallar nuevos consumidores.

Pésimo servicio al cliente

Los consumidores que poseen una experiencia mala con una compañía poseen más probabilidades de volver o recomendar otras compañías. Esto significa que un mal servicio al cliente puede tener una gran conmoción en los negocios.

Fallo de sistematización del mercadeo

La sistematización del marketing proporciona que las marcas obtengan a los consumidores y ejecuten una búsqueda de la virtud de sus acciones de marketing. Si su sociedad no maneja recursos automatizados, puede trascender y ser dificultoso conservar

una buena imagen ya que los competidores pueden llegar a mejorar la tecnología para establecer campañas de marketing triunfantes.

Sitio web obsoleto o inútil

Los consumidores suelen manejar el sitio web de la compañía para conseguir más indagación. Si su sitio web no informa efectivamente su ofrecimiento de valor único, los clientes pueden rebuscar productos y servicios en otro lugar.

La estrategia propuesta no es legítima.

Los valores exagerados o inferiores pueden perjudicar las ganancias. Las compañías requieren hallar destrezas de precios seguras para extender las ganancias sin desistir de ser competitivas.

Dirección errada

Si no se orienta al público de manera apropiada, puede implicar dificultoso adquirir clientes viables y acrecentar las ventas. Las sociedades deben pensar escrupulosamente en su público objetivo para poder elaborar campañas de marketing efectivas.

Carencia de creación

Las técnicas y habilidades de marketing se alteran con el tiempo, pero varias empresas no se conservan al día con las últimas directrices. Esto los puede colocar en desventaja competitiva.

Insuficiencia de presupuesto

Las compañías suelen poseer recursos condicionados, lo que alcanza a limitar su disposición para arrojar campañas de marketing triunfantes. Sin una subvención

provechosa, se puede involucrar y ser difícil llegar a la clientela y establecer clientes viables.

La falta de una estrategia de marketing puede afectar significativamente a la viabilidad y éxito de nuestro negocio. Es esencial transformar tiempo y los medios económicos en desarrollar y crear estrategias para acentuar, cautivar y conservar clientes.

Recuerde que el mercadeo digital es un campo dispuesto y en incesante cambio.

Actualizarse y adaptarse a las nuevas tendencias es la clave del éxito en este mundo digital.

(Medium, 2023)

MARCO METODOLÓGICO

El enfoque utilizado en este trabajo de investigación es exploratorio ya que la investigación se llevará a cabo en Consultoría RD y, por lo tanto, será útil para identificar cursos de acción alternativos. Este nivel facilitará la resolución de problemas, permitirá entrenar hipótesis, seleccionar los métodos a utilizar y así mejorar la comprensión de la empresa sobre el tema de investigación.

Método analítico

Este enfoque implica verificar toda la información seleccionada, incluida la información de estudios de campo y la información citada de fuentes bibliográficas. A través del análisis de los resultados de las observaciones, incluido el logro de los objetivos de este estudio y la implementación de las conclusiones y recomendaciones relevantes de este estudio.

Método Deductivo

Permite descifrar e investigar los datos obtenidos durante la investigación con el objetivo principal de identificar y responder a los objetivos planteados y confirmar las hipótesis planteadas en la investigación.

Herramientas de investigaciones.

Entrevista

Se efectuó un cuestionario encaminado hacia los empleados de la Consultoría RD, para obtener la información que se requiere y así a su vez poder revelar las limitaciones de esta misma.

Muestra

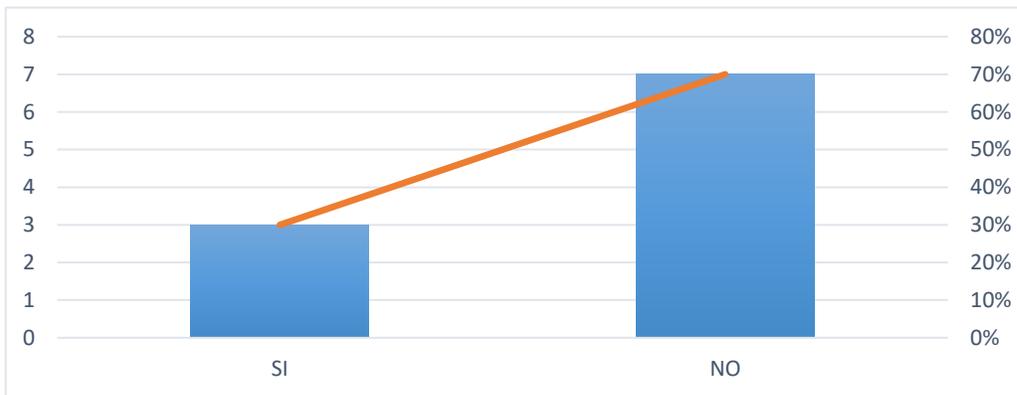
Seleccionamos unas propuestas al azar para el personal que brinda atención en la empresa, para así conocer qué piensan sobre el servicio que brinda la empresa y qué estrategias creen que son importantes para superar sus expectativas.

RESULTADOS

1. ¿Cuenta usted con conocimientos o ha recibido cursos acerca de las estrategias de marketing?

SI	3	30%
NO	7	70%
TOTAL	10	100%

Gráfico 1



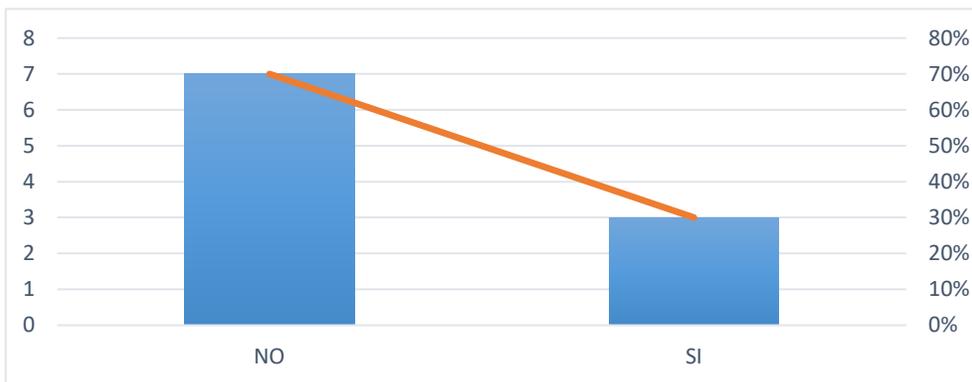
Elaborado por: Kerly Bastidas

El 30% dijeron que conocían la estrategia del marketing, como una publicidad que realiza cualquier empresa para tener mayores ventas. Mientras que el 70% de los entrevistados no conocen el marketing.

2. ¿Tiene usted conocimientos basados en el marketing digital?

SI	3	30%
NO	7	70%
TOTAL	10	100

Gráfico 2



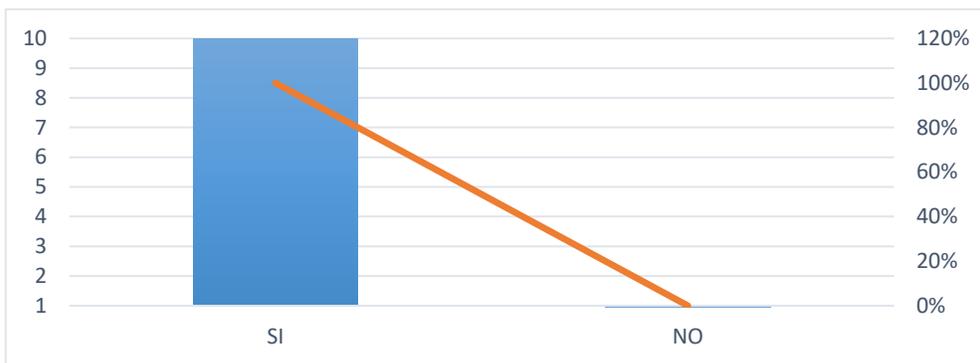
Elaborado por: Kerly Bastidas

El 30% de las personas entrevistadas tienen conocimiento sobre lo que es el marketing digital, nombrándolo como una plataforma que se basa en realizar publicaciones en el internet sobre sus servicios, pero el 70% lo conocen a través de las conversaciones de amistades.

3. La Consultoría RD cuenta con página?

SI	10	100%
NO	0	0
TOTAL	10	100%

Gráfico 3



Todos establecieron que Consultoría RD si contaba con una página para ofrecer los servicios de Consultoría RD, pero también manifestaron que hay que aumentar un poco más el número de páginas.

4. Qué tipo de redes sociales cuenta la Consultoría RD?

FACEBOOK	10	100%
INSTAGRAM	0	0
TIKTOK	0	
TOTAL	10	100%

Gráfico 4



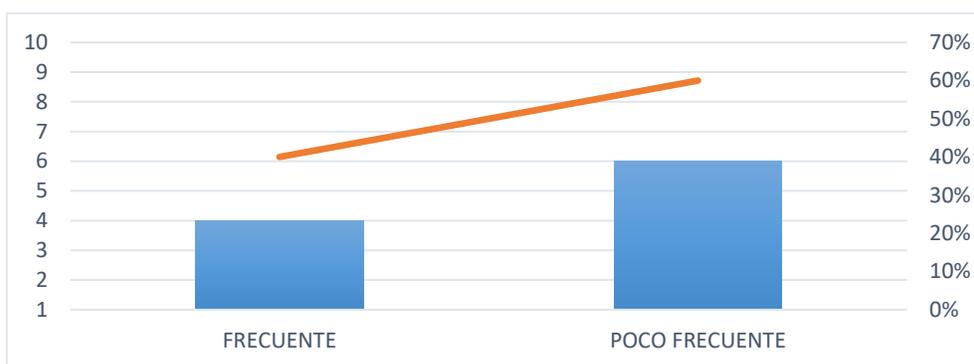
Elaborado por: Kerly Bastidas

Consultoría RD maneja 1 tipo de redes sociales según su personal, las cuales es la más adecuadas para darse a conocer como una empresa, esta es las más conocida por los usuarios que frecuentan la empresa; Facebook, sin embargo, los entrevistado aseguran que se necesita más redes para darse a conocer como una buena empresa y dar una excelente imagen sobre el servicio que brinda la empresa.

5. Con que frecuencia lleva una estadística sobre sus redes sociales?

FRECUENTE	4	40%
POCO FRECUENTE	6	60%
TOTAL	10	100%

Gráfico 5



Elaborado por: Kerly Bastidas

El 40% de las personas entrevistadas indicaron que maneja frecuentemente las redes sociales, mientras que el otro 60% nos dice que no manejan frecuentemente las redes sociales, Al no tener frecuencia en las redes sociales, en alcance disminuirá y no tendrá clientes leales que recomendarán los productos o servicios.

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Considerando las respuestas obtenidas, las cuales fueron expresadas por el personal de la empresa Consultoría RD, en la pregunta 1 se puede establecer que hace falta el implementar capacitación a sus colaboradores sobre el marketing, ya que por falta de estos conocimientos pueden llegar a tener una mala rentabilidad en su negocio. En tanto lo que nos reflejó la pregunta 2, es que requiere de la participación de más personal, ya que son pocos quienes constan del poco conocimiento sobre las plataformas digitales que ayudan a crecer a la empresa, dado a que por falta de ello hay personas que no conocen del lugar y no tienen conocimiento de lo que puede dar a ofrecer en sus servicios.

De acuerdo a los datos que se expresan en la pregunta 3, un total de los 10 entrevistados establecen que la empresa si cuenta con página para darse a conocer, por otro lado, también manifiestan que hace falta el tener más páginas para fortalecer la empresa.

Los datos plasmados en la pregunta 4 nos muestra que el resultado que obtuvimos sobre esta entrevistados al personal de trabaja allí, donde expresan que se dan a conocer mediante las redes más conocidas por la mayoría de personas, o no que requieren de los servicios que brinda Consultoría RD. Por otro lado, la pregunta 5 manifiesta un bajo cuidado al momento de estar atentos a las estadísticas, ya que no se están llevando a cabo las plataformas digitales con las que cuenta la empresa.

CONCLUSIONES

➤ A través de este caso de estudio se ha establecido que la estrategia de marketing es necesaria para cualquier tipo de negocio o emprendimiento, porque el marketing no sólo aumenta las demandas de los servicios que requieren los clientes, sino que también se posiciona en el corazón de los consumidores y los retiene. Además, las empresas necesitan desarrollar diferentes estrategias de marketing para atraer más interesados y mover mejor el mercado. A pesar que la Consultoría RD tiene una excelente ubicación y un buen servicio al cliente, no es suficiente tiene que adaptarse a los nuevos cambios y desarrollar iniciativas para alcanzar los objetivos definidos o establecidos.

➤ Consultoría RD necesita efectuar estrategias de marketing para lograr que sus servicios sean lo que demanda el mercado. Ya que una de las principales razones por las que las empresas no generan estas estrategias es porque los propietarios piensan que el marketing es muy caro. Por tanto, las formas de comunicación digital más convenientes serían las redes sociales, blogs y sitios web.

➤ Al implementar nuevas estrategias de marketing, como promociones y publicidad, para lograr una posición en el mercado, una empresa puede proporcionar productos y servicios de alta calidad que determinarán la dirección de sus esfuerzos y mejorarán su negocio. Los directivos y empleados de Consultoría RD saben que las estrategias de marketing ayudan a incrementar la demanda de los servicios a ofrecer y por ello pueden desarrollar fácilmente estrategias que vayan más allá de la máxima rentabilidad para alcanzar una posición y convertirse en líder del mercado.

RECOMENDACIONES

Una vez ya analizado el presente trabajo sobre lo que es una estrategia de marketing, presentamos un número de sugerencias a continuación:

➤ Utilizar una estrategia de marketing directo mediante el envío de mensajes personales a los clientes y el uso de marketing digital, como redes sociales, para que el servicio sea reconocible y pueda competir y posicionar a RD. como una de las mejores empresas de la ciudad de Babahoyo.

➤ Innovar nuevos servicios a la luz de los rápidos cambios tecnológicos. Esto le permitirá tener más éxito con su negocio a Consultoría RD, también se recomienda brindar capacitación a los empleados de la empresa a largo plazo para que comprendan la importancia de implementar estrategias de marketing en beneficio de la empresa.

➤ La implementación de las estrategias de publicidad y promoción descritas en este estudio de caso, comprobando las consecuencias e incluyendo una evaluación de las mismas. Con una actualización en las campañas y la influencia publicitaria, ayudando a los clientes a estar completamente informados sobre cada servicio ofrecido por la empresa, aumentando así la posición de la empresa y su participación competitiva en la industria.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Baque. (2020). Obtenido de

<https://dilemascontemporaneoseduccionpoliticayvalores.com/index.php/dilemas/article/view/2152/2207>

Carrasco, M. (16 de Octubre de 2020). Obtenido de [https://colegiofernandodearagon.cl/wp-content/uploads/2020/10/3%C2%B0-MEDIO-GUIA-6-CLASSROOM-](https://colegiofernandodearagon.cl/wp-content/uploads/2020/10/3%C2%B0-MEDIO-GUIA-6-CLASSROOM-PROCESOS-ADMINISTRATIVOS.pdf)

[PROCESOS-ADMINISTRATIVOS.pdf](https://colegiofernandodearagon.cl/wp-content/uploads/2020/10/3%C2%B0-MEDIO-GUIA-6-CLASSROOM-PROCESOS-ADMINISTRATIVOS.pdf)

Cyberclick. (Noviembre de 2023). *Cyberclick*. Obtenido de

<https://www.cyberclick.es/marketing>

Hernandez, Y. (24 de Diciembre de 2022). *Dongee*. Obtenido de

<https://www.dongee.com/tutoriales/que-es-un-problema-de-marketing-en-una-empresa/#:~:text=Un%20problema%20de%20marketing%20es,hacer%20rentable%20la%20actividad%20comercial.>

Hubspot. (07 de Marzo de 2023). Obtenido de [https://blog.hubspot.es/marketing/definicion-](https://blog.hubspot.es/marketing/definicion-publicidad#:~:text=La%20publicidad%20es%20un%20conjunto,adquirir%20un%20producto%20o%20servicio.)

[publicidad#:~:text=La%20publicidad%20es%20un%20conjunto,adquirir%20un%20producto%20o%20servicio.](https://blog.hubspot.es/marketing/definicion-publicidad#:~:text=La%20publicidad%20es%20un%20conjunto,adquirir%20un%20producto%20o%20servicio.)

Medium. (28 de Agosto de 2023). Obtenido de

<https://www.mediummultimedia.com/marketing/que-provoca-la-falta-de-marketing/>

Nostrum, M. (2024). Obtenido de [https://escuelamarenostrum.com/cuantos-tipos-de-](https://escuelamarenostrum.com/cuantos-tipos-de-marketing-existen/)

[marketing-existen/](https://escuelamarenostrum.com/cuantos-tipos-de-marketing-existen/)

ORT. (2021). Obtenido de <https://facs.ort.edu.uy/blog/estrategias-de-marketing>

Retail, C. (Diciembre de 2022). Obtenido de

<https://www.cofidisretail.es/comunicados/cartera-de-productos>

significados, E. (2020). Obtenido de <https://www.significados.com/promocion/>

Silva, D. d. (7 de octubre de 2021). *zendesk*. Obtenido de

<https://www.zendesk.com.mx/blog/estrategia-cartera-productos/>

Sydle. (04 de 11 de 2022). Obtenido de [https://www.sydle.com/es/blog/fidelizacion-de-](https://www.sydle.com/es/blog/fidelizacion-de-clientes-620c2402e45de05ff620a016)

[clientes-620c2402e45de05ff620a016](https://www.sydle.com/es/blog/fidelizacion-de-clientes-620c2402e45de05ff620a016)

ANEXOS

Anexo N° 1 Carta de autorización



Babahoyo, 22 de enero del 2024

Magister

Eduardo Galeas Guijarro

DECANO DE LA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN FINANZAS E INFORMÁTICA

En su despacho.

Reciba un cordial saludo de quienes conformamos Consultoría RD de la ciudad de Babahoyo del cantón Babahoyo.

Por medio de la presente me dirijo a usted para comunicarle que se ha **AUTORIZADO** a la estudiante **Kerly Daniela Bastidas Arambulo** de la carrera de comercio (Rediseñada) de la Facultad de Administración Finanzas e Informática de la Universidad Técnica de Babahoyo para que realice el estudio de caso con el tema: **Estrategias de marketing de la consultoría RD en la ciudad de Babahoyo, en el periodo 2023** el cual es requisito indispensable para poder titularse.

Sin otro particular me suscribo de usted.

Atertamente

Ing. Benítez Gómez Sara Elizabeth

C.I: 0503793960

e-mail: Iza08bg@gmail.com

Teléf. 0978985562

Anexo N° 2 Ruc del negocio



[Home](#) > [RUC](#) > [Consulta](#)

Consulta de RUC

RUC
0503793960001

Razón social
BENITEZ GOMEZ SARA ELIZABETH

Estado contribuyente en el RUC
ACTIVO

Actividad económica principal
CULTIVO DE MAÍZ.

Contribuyente fantasma

NO

Contribuyente con transacciones inexistentes

NO

Tipo contribuyente	Régimen	Categoría
PERSONA NATURAL	GENERAL	

Obligado a llevar contabilidad	Agente de retención	Contribuyente especial
NO	NO	NO

Fecha inicio actividades	Fecha actualización	Fecha cese actividades	Fecha reinicio actividades
2021-10-06	2024-01-30		

Ocultar establecimientos

Establecimiento matriz:

Lista de establecimientos - 1 registro

No. establecimiento	Nombre comercial	Ubicación de establecimiento	Estado del establecimiento
001	CONSULTORIA RD	LOS RIOS / BABAHOYO / DR. CAMILO PONCE / ELOY ALFARO 107 Y ENTRE MALECON 9 DE OCTUBRE Y GENERAL BARONA	ABIERTO

Establecimientos adicionales:

Lista de establecimientos - 1 registro

No. establecimiento	Nombre comercial	Ubicación de establecimiento	Estado del establecimiento
002		LOS RIOS / BABAHOYO / CLEMENTE BAQUERIZO / CALLE SUCRE 1204 Y AV. 11	ABIERTO

< < 1 > > 10

Nueva consulta

Anexo N° 3 Formulario de entrevista

Entrevista

1. ¿Cuenta usted con conocimientos o ha recibido cursos acerca de las estrategias de marketing?
2. ¿Tiene usted conocimientos basados en el marketing digital?
3. La consulta RD cuenta con página?
4. ¿Qué tipo de redes sociales cuenta la consultoría RD?
5. Con qué frecuencia lleva una estadística sobre sus redes sociales?

Anexo N° 4 Certificado Antiplagio



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA
CARRERA DE COMERCIO

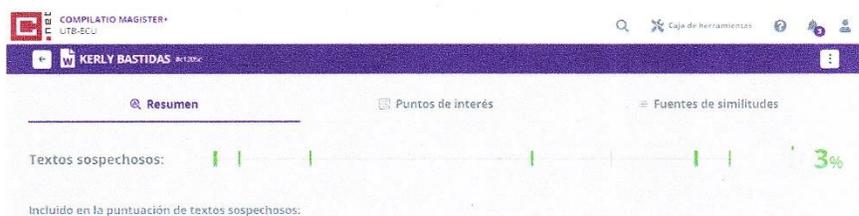


Babahoyo, 28 de Febrero del 2024

CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE SIMILITUD CON OTRAS FUENTES EN EL SISTEMA DE ANTIPLAGIO

En mi calidad de Tutor del Trabajo de la Investigación de el, Srta. BASTIDAS ARAMBULO KERLY, cuyo tema es: **ESTRATEGIAS DE MARKETING DE LA CONSULTORIA RD DE LA CIUDAD DE BABAHOYO, EN EL PERIODO 2023**.certifico que este trabajo investigativo fue analizado por el Sistema Antiplagio Compilatio , obteniendo como porcentaje de similitud de [3 %], resultados que evidenciaron las fuentes principales y secundarias que se deben considerar para ser citadas y referenciadas de acuerdo a las normas de redacción adoptadas por la institución y Facultad.

Considerando que, en el Informe Final el porcentaje máximo permitido es el 10% de similitud, queda aprobado para su publicación.



Por lo que se adjunta una captura de pantalla donde se muestra el resultado del porcentaje indicado.

ING. JORGE CAICEDO FLORES
DOCENTE TUTOR DE LA FAFI.