



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO FACULTAD DE  
ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA.**

**PROCESO DE TITULACIÓN**

**NOVIEMBRE 2023 – 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 EMPRESA TODO  
WOW DE LA CIUDAD DE BABAHOYO, EN EL PERIODO 2023.**

**ESTUDIANTE:**

**MAOLY GISSEL QUINTO AMAIQUEMA**

**TUTOR:**

**ING. ELSY SANDOYA VALERO, MAE**

**AÑO 2024**



## CONTENIDO

1.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	4
2.	JUSTIFICACIÓN .....	8
3.	OBJETIVOS .....	9
4.	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN .....	10
5.	MARCO CONCEPTUAL .....	11
6.	MARCO METODOLÓGICO.....	22
7.	RESULTADOS .....	23
8.	DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS .....	26
9.	CONCLUSIONES .....	28
10.	RECOMENDACIONES.....	29
	REFERENCIAS.....	30
	ANEXOS .....	32
	RESUMEN .....	37
	SUMMARY.....	38

## RESUMEN

A pesar de las difíciles condiciones del mercado de productos plásticos, la empresa TODO WOW ha implementado un plan de marketing eficaz y bien estructurado.

Después de examinar las 8 P del marketing, que son producto, precio, plaza, publicidad, promoción, proceso, personal, productividad y calidad, se han establecido estrategias para lograr los objetivos planteados. La elaboración de informes financieros implica implementar una estrategia predefinida y realizar proyecciones futuras sobre el presupuesto publicitario y el porcentaje de ventas.

Al proponer y ejecutar estrategias de marketing, algunas de ellas ofrecen ventajas significativas a TODO WOW sin requerir recursos financieros sustanciales ni avances tecnológicos. También se recomienda continuar con los otros enfoques sugeridos, además de recordar siempre que los miembros del personal comprometidos son más efectivo.

**PALABRAS CLAVES** Marketing, Estrategias de marketing, Tipos de marketing, atención al cliente, emprendimiento.

## **SUMMARY.**

Despite the difficult market conditions for plastic products, the TODO WOW company has implemented an effective and well-structured marketing plan.

After examining the 8 P's of marketing, which are product, price, place, advertising, promotion, process, personnel, productivity and quality, strategies have been established to achieve the stated objectives. Financial reporting involves implementing a predefined strategy and making future projections about the advertising budget and percentage of sales.

When proposing and executing marketing strategies, some of them offer significant advantages to TODO WOW without requiring substantial financial resources or technological advances. It is also recommended to continue with the other suggested approaches, as well as always remembering that engaged staff members are more effective.

## 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El marketing es la ciencia y el arte de desarrollar estrategias para satisfacer las necesidades del público o de la sociedad en función de sus intereses específicos. También ayuda a dimensionar el mercado para el desarrollo empresarial. La falta de marketing en una empresa puede provocar innumerables problemas que pueden llevar a su completa liquidación.

El amplio y variado mercado de productos plásticos, como platos, cucharas y tenedores, se está utilizando en una variedad de industrias y sectores que incluyen servicios de alimentación, catering e higiene y limpieza. En general, la demanda de artículos de plástico como platos y cucharas ha aumentado en los últimos años debido a su practicidad, durabilidad y asequibilidad.

La empresa Todo Wow es una tienda física que se encuentra ubicada en las calles Martín Icaza y 5 de junio en la ciudad de Babahoyo, se dedica a la venta de productos de plásticos como vasos, platos, cucharas y artículos para fiestas infantiles, graduaciones etc., la empresa tiene una excelente credibilidad en el mercado y cuenta con una clientela fiel.

Sin embargo, la empresa afronta a varios desafíos como la competencia de otras tiendas que ofrecen productos de la misma línea, su ubicación, se enfrenta a una competencia que ofrecen productos similares, la empresa precisa hallar una manera de diferenciarse de sus competidores para atraer nuevos clientes. Así mismo la empresa tiene poca presencia en las redes sociales, esto obstaculiza llegar a potenciales clientes y promocionar sus productos. Además, la empresa Todo Wow realiza operaciones de marketing de forma ocasional y sin una estrategia precisa, esto hace que las propagandas sean menos efectivas y que no alcancen los objetivos deseados.

Otro factor que es fácil de ver es que las cuentas actualmente tienen menores ingresos por venta de los productos. Esto es de gran preocupación para los propietarios de la empresa Todo

Wow que buscan estrategias de cambio que les ayuden a superar los problemas que tienen actualmente. puede reflejar estos valores negativos en el balance.

El aumento de la competencia en el sector, especialmente de empresas que ofertan productos similares a precios más bajos con estrategias de marketing más efectivas, Todo Wow no se diferencia lo suficiente de sus competidores, lo que dificulta que los clientes potenciales no lo elijan. Además, las estrategias de marketing actuales no están llegando al público objetivo o no son suficiente atractivas para generar ventas. la experiencia de compra en Todo Wow no es satisfactoria para los clientes lo que puede llevarlos a buscar otras opciones, o la situación económica actual puede estar afectando el poder adquisitivo de los clientes y su disposición a comprar todos los productos esenciales

Para esta problemáticas, convendría ejecutar un estudio interno y externo de su situación actual definir sus objetivos y metas, diseñar un plan de acción con las estrategias más adecuadas para su público objetivo y evaluar los resultados obtenidos, así mismo identificar las áreas de mejoras como la diferenciación, adaptación de tendencias del mercado, promociones efectivas, la implementación de medidas correctivas a tiempo permitirá a la empresa fortalecer su posición competitiva en Babahoyo y generar crecimiento sostenible, lo que lleva a plantearse la siguiente interrogante de investigación: ¿Cómo puede la empresa Todo Wow mejorar su estrategia de marketing para diferenciarse de la competencia y aumentar sus ventas en Babahoyo?

## 2. JUSTIFICACIÓN

El marketing es muy valioso para las empresas que necesitan hacer que el mercado trabaje para ellas, no en su contra, lo que significa que una empresa no debe tomar ninguna decisión sin comprender primero las necesidades del mercado. Si desea que su negocio tenga éxito, es importante que su audiencia potencial sean personas que se presenten. Esto hace que este estudio sea relevante porque se basa en la realidad que existe en una empresa que intenta posicionarse en el mercado local, lo cual es un problema real y lo que sucede en ella nos permite saber qué necesitan.

El marketing como estrategia busca comprender cuáles son las necesidades actuales y futuras de los clientes, dónde se ubican nuevos nichos de mercado, así como busca identificar segmentos de mercado potenciales, evaluar el potencial e interés en estos mercados y guiar a la empresa en su búsqueda.

Liderar el desarrollo de planes de marketing relacionados con el aumento de facturación. Cabe destacar que las conversaciones sobre marketing digital para posicionamiento empresarial son un tema interesante y de actualidad, pues a través de este tema sacaremos ideas que pueden ser útiles en la toma de decisiones ahora o en el futuro, y la única manera es: lograr el objetivo. de los objetivos fijados en el plan de negocio.

También satisface las necesidades básicas del público objetivo, lo que significa que la adecuada implementación del plan de marketing permitirá a cualquier empresa con estas características incrementar el nivel de ventas y la productividad de los servicios que brinda, generando así resultados positivos.

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1 Objetivo general**

Incrementar las ventas de la empresa Todo Wow mediante la implementación de un plan de Marketing Digital

#### **3.2 Objetivos específicos**

Conocer los elementos más selectos del marketing digital como mecanismo de posicionamiento de la empresa Todo Wow de la ciudad de Babahoyo.

Investigar la incidencia del marketing como táctica para atraer clientes para una empresa de venta de productos de plásticos.

Determinar el nivel de aprobación de la empresa todo Wow de la Ciudad de Babahoyo.

#### 4. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

La línea de Investigación en la que está orientada el presente caso de estudio Estrategias de Marketing en la empresa Todo Wow de la ciudad de Babahoyo, en el periodo 2023. La línea de investigación se reseña al campo de conocimientos por que se va a explorar y desenvolver en el caso de estudio. En este caso, la línea de investigación es la Gestión Financiera, administrativa, auditoría y control, que abarca los aspectos relacionados con el manejo de los recursos, las obligaciones, los procesos y los resultados de una empresa.

La sublínea de investigación se refiere al tema específico que se va a desenvolver y al mismo tiempo ahondar dentro de la línea de investigación. En este caso la sublínea de investigación es el marketing y la comercialización que se enfocan en estrategias que utilizará la empresa Todo Wow para promover, distribuir y vender cada uno de sus productos dentro y fuera de la ciudad de Babahoyo en el periodo 2023. La Relación entre la línea y la sublínea de investigación es que el marketing y la comercialización son la parte fundamental de la gestión financiera y administrativa de la empresa Todo Wow, ya que influye en la generación de ingresos y sobre todo y mas importante la satisfacción de cada uno de sus clientes, la competitividad y el posicionamiento en el mercado de la ciudad de Babahoyo y sus alrededores.

## 5. MARCO CONCEPTUAL

### **Estrategias de marketing**

Según Peñate et al., (2021) El uso de estrategias de marketing es un componente fundamental para la supervivencia de la empresa, teniendo en cuenta las previsiones del mercado, lo que demuestra que el control de los cambios ambientales, como la competencia, el comportamiento gustativo y las preferencias de los consumidores, es un factor de competitividad de la Empresa. (p. 392)

Una forma de introducir el tema del marketing de contenidos es explicar su importancia y sus beneficios para las marcas y los consumidores. Según Velázquez & Hernández, (2019)

El marketing de contenidos se refiere a un conjunto de estrategias diseñadas para adquirir, desarrollar y entregar contenido a los usuarios y seguidores de una marca no solo para generar tráfico, sino también para generar empatía y debate sobre la propuesta de marca de una empresa. Forbes México también comentó que implica crear y publicar contenido para clientes potenciales, generando interés y aportando valor real. Si su marca crea contenido interesante y atractivo, es más probable que se comparta y se vuelva viral, lo que significa que su contenido habla por usted y atrae a otros usuarios de una audiencia que se alinea con el mensaje de su contenido. (pp. 51-52)

Las empresas deben adoptar diferentes estrategias para aprovechar al máximo el marketing digital, considere utilizar las siguientes estrategias de marketing digital: a) sitio web: la plataforma a través de la cual una empresa vende sus productos y servicios; b) Posicionamiento en buscadores: esfuerzos para que la web de la empresa aparezca en los primeros resultados de los distintos buscadores c) Redes sociales: la empresa debe tener presencia profesional en las redes sociales más habituales d) Publicidad online: publicidad en redes sociales, por ejemplo, cómo Facebook,

Instagram y promover los motores de búsqueda; e) Email Marketing: Estrategias adoptadas por las empresas para que sus contenidos y Utilice el correo electrónico para hacer su oferta más visible.

Según los autores Seminario et al., (2022) actualmente, las redes sociales dan a conocer productos en el mercado, donde los consumidores pueden comunicarse con las empresas, participar en sorteos, transmisiones en vivo, etiquetar y comentar los anuncios de la empresa que ofrece el producto. Están intentando dejar de ser uno más entre la multitud, sino convertirse en una marca que los consumidores recuerden y mantengan en su memoria. Si incluimos el shopper marketing, los incentivos que convencen a los consumidores a comprar, la diferencia entre compradores y consumidores es esta: cuando los consumidores eligen comprar su producto, se convierten en compradores, y los consumidores interactúan bien con las marcas que interactúan y reciben mensajes persuasivos, mientras que los compradores tienen una necesidad y hacen compras para satisfacer esa necesidad. (p. 38)

### **Plan de Marketing**

De acuerdo con los autores (Gil & Lee, 2019) "Es un documento escrito que resume la investigación de mercado realizada por expertos en marketing, muestra cómo una empresa busca alcanzar sus objetivos de marketing y dirige, promueve y coordina los esfuerzos de marketing". Con los grandes cambios provocados por diversos escenarios sociales acompañados del desarrollo de la economía digital, han fijado las iniciativas de marketing digital como máxima prioridad para la empresa. Cada vez está más claro que el mundo digital y la presencia en las redes sociales son cruciales para el futuro de las empresas. (p. 32)

## **Evolución del Marketing Digital**

Según los autores Bravo & Hinojosa, (2021) las redes sociales suponen cambios en el proceso comunicativo. Son un espacio abierto que permite a los internautas expresar sus opiniones abiertamente. Compartir es el propósito de las redes sociales. También le permite establecer conexiones profesionales y abre la puerta para que su empresa interactúe con consumidores potenciales. Debido a la gran demanda de los usuarios de las redes sociales, los medios tradicionales han sido reemplazados por las redes sociales y han surgido nuevas formas de promocionar bienes o servicios utilizando las redes sociales. (p. 62)

Las empresas lo encuentran muy beneficioso ya que las redes sociales ofrecen un mercado enorme para promocionar su imagen y sus productos. En estos casos, el índice de influencia no depende de la empresa, sino de la propensión de las personas en las redes sociales a ser influenciadas, y se obliga a participar a empresas de todo tipo, así como empresas internacionales de bebidas, pequeñas y medianas empresas. El mundo digital.

## **Marketing digital**

Según el autor Pinargote, (2019) El marketing digital se define como el uso de Internet como fuente de difusión y comunicación para incrementar las ventas de los productos ofertados. Impulsa la generación de demanda a través del poder de Internet y da forma al proceso de marketing de la marca a través de canales digitales. Esta técnica de promoción es un eslabón esencial en la difusión del comercio electrónico y el desarrollo del comercio electrónico. (p. 85)

El marketing digital es una herramienta clave para las empresas que quieren mejorar su competitividad y rentabilidad en el mercado actual. Según Freire et al., (2020):

El marketing digital admite examinar dos variables: estrategia de marketing digital y comunicación y promoción. El discernimiento de las destrezas de marketing le aprobará utilizar la tecnología y los medios para implementar acciones que mejoren el estado y la calidad de sus servicios o productos. Dado que la comunicación es amplia y transfronteriza, mantener una buena comunicación con los clientes crea una cadena de valor donde los clientes siempre quieren recibir un buen servicio y satisfacer sus necesidades. Las estrategias de marketing digital cuentan con una amplia gama de productos o servicios que permiten llegar a más personas dentro y fuera de la provincia a través de diversos canales digitales. El marketing digital debe utilizarse no sólo para la comunicación sino para vender cualquier prototipo de información, producto o servicio. (p. 4)

Se puede concluir que las estrategias de marketing digital cuentan con una amplia gama de productos o servicios para llegar a más personas dentro y fuera de la provincia a través de diversos canales digitales.

### **Marketing por redes sociales.**

El marketing en redes sociales es una rama del marketing online que se ocupa de las redes sociales. Esta disciplina utiliza el poder de las redes sociales y las aplicaciones de redes sociales para crear interacción y comunicación social, para aumentar el conocimiento y la visibilidad de una marca, producto o servicio, profesional independiente o figura pública. Esto incluye actividades tales como promover y vender bienes y servicios específicos, generar nuevos contactos comerciales (denominados "clientes potenciales" u "oportunidades") y dirigir tráfico al sitio web oficial o a las páginas sociales de la marca.

Las redes sociales marcan tendencias e influencias actuales que llegaron para quedarse y formar parte de nuestro día a día. Las redes sociales son aplicaciones y sitios web que permiten a usuarios y comercios intercambiar información sobre ventas, promociones o compras. Las redes sociales como estrategia de marketing digital son parte esencial del marketing digital, se señalan como un elemento esencial a través del cual las empresas pueden aumentar su visibilidad en este mundo tan globalizado en el que vivimos, y su uso no debería ser obligatorio en las organizaciones actuales, ya que les darán una gran ventaja sobre sus competidores.

Según los autores Marita & Olmedo, (2020) estas aplicaciones nos permiten comunicarnos directamente con nuestros clientes, permitiéndonos comprender sus gustos y preferencias y utilizarlos en nuestro beneficio. Las redes mencionadas al inicio de este artículo son muy utilizadas y se han convertido en parte de nuestra vida diaria debido a muchos factores que no son especiales, como su facilidad de uso, diseño, facilidad de uso, etc., conectividad y otras características que hacerlos muy interactivos.

Por lo tanto, las personas que poseen un negocio o están iniciando un negocio no deberían ser ajenas a la realidad en la que vivimos y deberían adoptar estas aplicaciones e incorporarlas a su plan de marketing digital. Deben reforzarse con estrategias que ayuden conjuntamente a alcanzar las metas definidas en la organización.

### **Inbound marketing**

Según la definición del Inbound Marketing, esta estrategia se fundamenta en la idea de atraer clientes mediante la creación y distribución de contenido valioso y relevante en cada etapa del proceso de compra. Según el autor (Minaya & Sandoval, 2021):

El inbound marketing es una estrategia de adquisición de clientes basada en contenido útil y relevante que agrega valor en todas las etapas del viaje del comprador. Con esta herramienta, los clientes potenciales pueden encontrar un negocio a través de canales como redes sociales, buscadores y blogs sin el esfuerzo de llamar su atención. La diferencia entre el marketing tradicional y el inbound marketing es que en este último los consumidores no creen que el objetivo sea generar ventas, por lo que el objetivo es aportar valor sin sentirse intrusivos combinando técnicas de marketing y publicidad.

Esta estrategia contrasta con el enfoque tradicional del marketing, ya que busca proporcionar valor antes que intentar directamente cerrar una venta. De esta manera, el Inbound Marketing combina técnicas de marketing y publicidad con la finalidad de no resultar intrusivo para los consumidores.

Según los autores Pitre et al., (2020) El marketing digital forma parte de una estrategia empresarial diseñada para incrementar las ventas de una empresa, Como resultado, algunas organizaciones deciden subcontratar todos o algunos aspectos de su desarrollo. Por ello, algunas organizaciones deciden gestionar todo el proceso, Desde la gestión de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) hasta el contacto final con los clientes, utilizando recursos humanos dedicados a estas tareas; otros deciden subcontratar todas las etapas y permitir que sus empresas dejen las responsabilidades comerciales a proveedores especializados. De todos modos, a la hora de tomar decisiones se deben tener en cuenta todas las responsabilidades inherentes a cada tipo de trabajo, entendiendo que el objetivo principal es mejorar la comunicación e interacción con los clientes y aumentar sus ventas.

## **Marketing de Influencers**

Una de las estrategias más efectivas para promocionar un producto o servicio es contar con el apoyo de personas que tienen credibilidad y autoridad en su campo. Estas personas son los influencers, que gracias a su presencia en las redes sociales pueden influir en las decisiones de compra de sus seguidores. Según el autor Ramos, (2019)

Nada influye más en las personas que una recomendación de un amigo o de alguien en quien confían. El marketing de influencers se basa en esta sencilla afirmación. En el mundo online, un influencer es cualquier persona que tenga seguidores leales en las principales redes sociales como Twitter, YouTube, Facebook o Instagram. Estos seguidores a su vez difundieron el mensaje del influencer. Así nació la imagen de los influencers, personas que venían del mundo del blogging y tenían su propia imagen de marca personal. Sus capacidades se desarrollan principalmente en las industrias de la moda, el estilo de vida, la tecnología y los videojuegos, aunque en los modernos años este tipo de marketing se ha vuelto activo en casi todos los campos imaginables. (p. 4)

Como bien señala la cita de, el influjo de las recomendaciones personales en la toma de decisiones de las personas es innegable, especialmente en la era de la digitalización y la omnipresencia de las redes sociales. La figura del influenciador, con su propia marca personal, ha emergido como una fuerza poderosa en la promoción y difusión de mensajes, marcando un cambio profundo en la forma en que se realizan estrategias de marketing en la actualidad.

## **Herramientas del marketing digital**

Es importante recalcar que el mundo está siguiendo la tendencia de la digitalización, por lo que es necesario preguntarse qué herramientas ofrece el marketing digital, y no basta solo con

publicitar y comunicar a través de redes sociales o sitios web, porque el marketing digital ofrece la oportunidad. para difundir el mensaje. Para la publicidad que traspasa cualquier límite, es importante aprovechar al máximo esta nueva tendencia y utilizar el máximo número de herramientas necesarias.

De acuerdo con el autor (Carrasco, 2020) la estrategia de marketing digital nunca será del todo efectiva si no conoces las herramientas para optimizar tus anuncios. Entre las principales herramientas de marketing digital, existen varias opciones que permiten analizar consumidores, tiempos de visita, crear un sitio web con un diseño atractivo y muchas funciones más; por lo que vale la pena explorarlos para llevar cualquier negocio al siguiente nivel. Una herramienta clave, porque no sólo requiere de una gran infraestructura, sino que este crecimiento es mucho más fácil de lograr en el mundo digital, porque no requiere ladrillos ni cemento, solo conocer las herramientas adecuadas para mejorarlo. (pp. 34-35)

De acuerdo con los autores Mackay et al., (2021) actualmente, se aprecia que el marketing se ha convertido en el aliado casi obligatorio de las pequeñas, medianas empresas y emprendedores para entrar a mercados más grandes a nivel nacional y a mercados extranjeros, debido a que en la actualidad el mismo es un área más accesible gracias a la tecnología, agregando valor a la gestión y convirtiéndose en una ventaja competitiva. (p. 143)

Algunos ejemplos destacados son:

Sitio web: Es la creación de una página en línea donde los clientes pueden encontrar información relevante sobre la empresa y los productos o servicios que ofrece. Facilita el flujo de contactos a la vez que proporciona contenidos que ayudan a la empresa a tomar decisiones de compra rentables. Para que sea un elemento de marketing verdaderamente útil se debe controlar su estructura, composición, contenido y disponibilidad.

Tienda Online: Elemento consistente en una página web donde los clientes pueden adquirir sus productos utilizando herramientas seguras de compra digital. Deben tener en cuenta la búsqueda en catálogos, información de productos, ofertas y novedades, así como una plataforma de pago segura. Estas tiendas pueden ser propiedad total de la empresa o propiedad compartida en una plataforma en línea. Optimización de motores de búsqueda (SEO): técnica encargada de mejorar las páginas web de una empresa para que puedan ser encontradas fácilmente por los motores de búsqueda basándose en el uso de palabras clave específicas, que deben tener en cuenta el número de búsquedas en un mes y en otros sitios. que puede estar relacionado

Marketing en buscadores (MEM): consiste en la contratación de anuncios de pago o anuncios en buscadores que los administradores repiten en sus páginas web en función de los perfiles de navegación e intereses de los clientes potenciales.

Marketing de contenidos: basado en la generación de contenidos relevantes para el producto o servicio anunciado y sus clientes potenciales; distribuido a través de redes sociales, vídeos, infografías, tutoriales, libros, guías, etc. Redes sociales: incluye el uso de aplicaciones web para crear y publicar contenido digital; de esta manera, las empresas pueden distribuir su publicidad recibiendo constante retroalimentación sobre la percepción de sus contenidos y las tendencias de navegación de sus grupos objetivo; fuera de competencia por las acciones de oponentes y proveedores.

Marketing por correo electrónico: o marketing por suscripción. Como su nombre indica, se trata del envío de correos electrónicos que contienen información exclusiva sobre productos, ofertas o promociones, enlazando a páginas web que permiten ampliar la información proporcionada. Para ello, el remitente debe suscribirse a servicios de noticias y actualización para que esta estrategia no se convierta en una carga para los clientes potenciales.

## **Estrategias de posicionamiento**

El marketing es el proceso de posicionar su producto o marca en el mercado a través de diversos medios. La calidad de un producto es lo que hace que valga la pena comprarlo y las empresas deben utilizar técnicas de marketing para hacer que sus productos sean más atractivos para los clientes. El posicionamiento es la forma en que los compradores perciben un producto. En el mercado, los productos que su empresa ofrece a sus clientes están en la misma categoría que sus competidores.

Según Mackay et al., (2021) existe otra clasificación o tipo de posicionamiento que usan las empresas una vez que haya estudiado a su competencia.

- Posicionamiento basándose en la Competencia: Este tipo de posicionamiento de marca depende de la ventaja competitiva que proporciona sobre sus competidores. Es decir, se trata de demostrar las ventajas de la marca frente a productos similares en el mercado.
- Posicionarse en un uso o aplicación: Como sugiere el nombre, se resaltarán el uso o aplicación del producto o servicio. Por ejemplo, el embalaje puede ser diferente para resaltar su facilidad de uso.
- El público objetivo al que se dirige la empresa: Una estrategia clave es dividir el mercado en segmentos para identificar a su público objetivo, de esta manera podrá enfocarse en lo que sus clientes valoran más y ofrecerles lo que realmente necesitan.
- Definición correcta de las 4 P's del marketing mix; con el posicionamiento de marca, abordan las 4P de tu marketing mix, que son los 4 componentes básicos de marketing, producto, distribución, precio y comunicación que deben ser consistentes, claros y alineados con los objetivos de la organización.

- Comunicación del posicionamiento de marca: Necesitas poder comunicar al mercado tu posición y los objetivos con los que intentas diferenciarte de los demás. Existen diferentes métodos de comunicación para el posicionamiento de marca. Se van grandes empresas y marcas con grandes presupuestos campañas publicitarias, mientras que los medios y Tanto las pequeñas empresas como las grandes empresas están utilizando los medios online, concretamente a través de las redes sociales, como una alternativa que no requiere grandes inversiones publicitarias.

Según Mackay et al., (2021) cuando se trata de redes sociales, es posible construir una buena reputación, ser fáciles de usar y estar bien diseñadas para estar cerca de tus clientes y entender sus preferencias para segmentar mejor tus servicios o productos. (p. 147)

## 6. MARCO METODOLÓGICO

En el presente estudio de caso, se utilizó un enfoque descriptivo porque es la mejor manera de obtener datos notables que ayudan a identificar características específicas del contexto, en este caso el grupo objetivo representado por la empresa Todo Wow, donde se aplicó un estudio cualitativas de tipo exploratorio e investigación descriptiva. Las personas que serán encuestadas para fines de realizar este caso de estudio serán el propietario y 4 de sus colaboradores.

Esto se empleará en investigaciones que permitan la exploración y evaluación del problema de investigación, la adquisición de información correcta a través de la observación directa, el examen de causas potenciales y la resolución de problemas. A través de una investigación descriptiva, se analizan las características esenciales de la población de estudio para determinar qué factores contribuyen a los desafíos de crecimiento de la empresa.

Cabe señalar que se utiliza el método de observación y encuesta. En primer lugar, durante las visitas a la empresa se comprueban los problemas existentes y se obtienen datos relevantes mediante encuestas para comprender la situación y las causas de los problemas. El cuestionario es adecuado para la empresa Todo Wow el propietario y sus colaboradores.

## 7. RESULTADOS

Mediante el uso de un estudio de campo se obtiene información relevante y se puede examinar cuál es la causa del problema y cuál es su impacto en el negocio, y los resultados relevantes son los siguientes:

### 1. ¿Conoce usted que es el marketing digital?

<b>Descripción</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	3	60%
<b>No</b>	1	20%
<b>Tal vez</b>	1	20%
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fuente: Propietarios y colaboradores de Todo Wow

Elaborado por: Maoly Quinto Amaiquema

Claramente la mitad de los encuestados sabe qué es el marketing digital, pero hay otro grupo que puede saberlo, e incluso otros que no tienen idea sobre el tema, lo que puede generar un problema de abuso. Estrategia corporativa interna.

### 2. ¿La empresa cuenta con página oficial propia en las redes sociales?

<b>Descripción</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	5	100%
<b>No</b>	0	0%
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fuente: Propietarios y colaboradores de Todo Wow

Elaborado por: Maoly Quinto Amaiquema

El 100% de los encuestados manifestó que la empresa no cuenta con una página oficial ni cuentas propias en redes sociales para ofrecer sus productos porque pueden ofrecer sus productos a través de la cuenta personal de un solo propietario, la cual no está identificada como una cuenta lo que puede crear confusión a la hora de compartir información.

3. ¿Todo Wow hace usos de las redes sociales para promocionar sus productos?

<b>Descripción</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Siempre</b>	0	0%
<b>A veces</b>	4	80%
<b>Nunca</b>	1	20%
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fuente: Propietarios y colaboradores de Todo Wow

Elaborado por: Maoly Quinto Amaiquema

Cabe señalar que la empresa no utiliza constantemente las redes sociales para promocionar sus productos al público, ya que pueden ser más adecuadas para el marketing digital, como vallas publicitarias, etc., que no se pueden cambiar constantemente.

4. ¿Cuál cree usted que es el nivel de incidencia del marketing digital para la empresa Todo Wow?

<b>Descripción</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Alto</b>	3	60%
<b>Medio</b>	1	20%
<b>Bajo</b>	1	20%
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fuente: Propietarios y colaboradores de Todo Wow

Elaborado por: Maoly Quinto Amaiquema

Para los encuestados, el nivel de impacto del marketing digital es principalmente alto porque se centra en adquirir clientes a través de recursos digitales que actualmente son muy visitados. Además, son económicos y pueden influir positivamente en las decisiones de los potenciales clientes y usuarios que buscan en la web lo que buscan.

5. ¿Considera usted que al hacer uso del marketing digital el nivel de aceptación de los productos de, Todo Wow será rentable?

<b>Descripción</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Muy de acuerdo</b>	2	40%
<b>De acuerdo</b>	2	40%
<b>En desacuerdo</b>	1	20%
<b>Muy en desacuerdo</b>		
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fuente: Propietarios y colaboradores de Todo Wow

Elaborado por: Maoly Quinto Amaiquema

Está claro que incluso si las estrategias de marketing digital no se utilizan correctamente, los encuestados confían en que el uso de estas estrategias traerá ganancias a la empresa siempre que se utilicen correctamente, lo cual es muy bienvenido. Las ventajas más atractivas las proporciona una gran cantidad de usuarios que buscan en Internet servicios de calidad, cálidos, confiables y seguros.

## 8. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

La discusión de los resultados presentados revela la visión crítica del autor, que contrasta los resultados con el marco conceptual del marketing digital.

El marketing digital es un elemento clave en la implementación de estrategias publicitarias, pero está claro que, si bien los empleados de Todo Wow tienen cierto nivel de conocimiento sobre marketing digital, la adecuada implementación de estos recursos en la planificación o implementación no es suficiente. Publica en diversos medios digitales y frecuentemente realiza negocios a través de Internet.

Otro aspecto que se ha observado es que Todo Wow no tiene una página oficial de empresa que se limite a subir temas relacionados con el negocio, sino que utiliza una cuenta privada de uno de sus dueños, lo que ha causado un daño importante, al ser más confiable en algunos casos para ver y buscar la información que los usuarios necesitan, lo que siempre hacen cuando visitan el sitio web oficial de la empresa, donde se difunde el contenido publicitario sin ambigüedades.

Cabe señalar que, si bien las redes sociales son el mecanismo más beneficioso para el intercambio de datos, su uso en las empresas no es común, ya que el marketing tradicional se utiliza principalmente mediante vallas publicitarias, gráficos gigantes, folletos, servicios y otros recursos. No son muy populares, pero en cierto modo son útiles, pero no para las personas que viven en el mundo de la tecnología, y ahí es donde encontrará lo que necesita y la empresa que lo encargó. Busca mecanismos para atraer clientes a la puerta de tu negocio y convertirlos en leads.

Luego de un análisis exhaustivo del impacto del marketing digital, es importante mencionar que los encuestados lo consideran una herramienta avanzada, pero pueden no tener los

conocimientos necesarios para formular campañas o promociones que se ajusten a sus objetivos. Son rentables y la prioridad es atraer la atención de la población local ya que es un emprendimiento nuevo, pero si se quiere expandirse es necesario centrarse en las necesidades de otras industrias que requieren este tipo de servicios.

En base a la finalidad del medio digital. La gran cantidad de usuarios en línea que buscan productos de calidad significa un mercado potencialmente lucrativo, pero la calidad y efectividad de la estrategia digital determinarán la rentabilidad final. En general, la discusión reveló la comprensión de las empresas sobre la importancia del marketing digital, así como también señaló áreas de mejora y posibles desafíos en la implementación de estrategias digitales y un compromiso efectivo.

## 9. CONCLUSIONES

- Se concluye que existe una grieta de conocimiento sobre el marketing digital entre los empleados de la empresa Todo Wow, la discusión pone de manifiesto la existencia de una brecha indicadora entre cada uno de la encuestados lo que representa un impedimento para la implementación eficaz de cada una de las estrategias digitales en la empresa Todo Wow y las necesidades de una capacitación más amplia en este campo como es el marketing digital.
- La empresa Todo Wow requiere mejorar sus conocimientos en el área de Marketing Digital para así aprovechar las oportunidades que ofrece este canal de comunicación y promoción, así mismo crear presencia oficial en las redes sociales, que se manifieste su identidad corporativa y que le admita interactuar con cada uno de sus clientes potenciales y actuales, además debe utilizar las redes sociales para promocionar cada uno de sus productos de forma atractiva, creativa y adaptada a las necesidades de sus público objetivo.
- Se reconoce el potencial del marketing digital para impactar efectivamente en los negocios, la discusión destaca que la falta de estrategias apropiadas puede limitar sus efectos beneficiosos, esto subraya la necesidad de una estrategia sólida y coordinada en el marketing digital para delegar plenamente sus ventajas y extender su rentabilidad.

## 10. RECOMENDACIONES

- Se recomienda a la empresa Todo Wow que implemente programas de capacitación para cerrar el bache de conocimientos sobre el marketing digital, estos programas deberían incluir seminarios o cursos en línea para que sus colaboradores se eduquen sobre las últimas tendencias del marketing digital.
- La empresa Todo Wow debería capacitar a sus colaboradores en el uso de las TIC y técnicas de Marketing digital, así como definir estrategias coherentes que guíen sus acciones en este ecosistema, deberían elegir las social media más acorde para sector y su público, crear perfiles que transmitan confianza y sobre todo profesionalismo y calidad, además diseñar un plan de contenido para redes sociales, que incluya información sobre cada uno de sus productos, precio, y testimonios de clientes, publicar ofertas y novedades, que genere interés y engagement entre cada uno de sus usuarios.
- Obtén información actualizada sobre el impacto de tus estrategias de marketing digital como base para posicionar tu negocio, es decir, construye una base de datos de visitantes de las páginas o redes sociales que implementas para posicionar tu negocio. Las encuestas periódicas de satisfacción sobre los productos que oferta Todo Wow y las áreas de mejora a través de cuestionarios web compartidos desde diferentes direcciones les ayudarán a encontrar nuevas estrategias presupuestarias para promocionar su negocio.

## REFERENCIAS

- Bravo, D., & Hinojosa, M. (2021). Evolución del marketing digital: caso de la marca ecuatoriana Forestea. *Universitas-XXI*, 35, 61–81. <https://doi.org/10.17163/uni.n35.2021.03>
- Carrasco, M. (2020). Herramientas del marketing digital que permiten desarrollar presencia online, analizar la web, conocer a la audiencia y mejorar los resultados de búsqueda. *Perspectiva*, 23(45), 33–60. [http://www.scielo.org.bo/pdf/rp/n45/n45\\_a03.pdf](http://www.scielo.org.bo/pdf/rp/n45/n45_a03.pdf)
- Freire, K., Rivera, D., & Ordoñez, D. (2020). Estrategias de Marketing Digital como medio de comunicación e impulso de las ventas. *Revista Contribuciones a Las Ciencias Sociales*, 1–15. <https://www.eumed.net/rev/cccss/2020/11/marketing-digital.html>
- García, C., Kishimoto, L., & Macarachvili, A. (2021). Inbound marketing como enfoque estratégico en el contexto de las Start-Ups tecnológicas dirigidas a negocios. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(5), 526–533. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202021000500526&script=sci\\_arttext](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202021000500526&script=sci_arttext)
- Gil, B., & Lee, J. (2019). *Plan de Marketing digital para incrementar ventas en el Restaurante las Gaviotas Pimentel - 2018* [Licenciatura, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio. <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/7099>
- Mackay, C., Escalante, T., Mackay, R., & Escalante, T. (2021). Importancia del marketing para el posicionamiento de los emprendimientos en Ecuador. *Revista Publicando*, 8(31), 142–152. <https://doi.org/10.51528/rp.vol8.id2240>
- Marita, B., & Olmedo, J. (2020). *Las Redes Sociales Como Estrategia Del Marketing Digital* [Licenciatura, Universidad Nacional de Piura]. Repositorio Digital: [https://biblioteca.contraloria.gob.cu/bitstream/repxos\\_cgr/571/1/%22Las%20Redes%20Sociales%20Como%20Estrategia%20Del%20Marketing%20Digital%e2%80%9d.pdf](https://biblioteca.contraloria.gob.cu/bitstream/repxos_cgr/571/1/%22Las%20Redes%20Sociales%20Como%20Estrategia%20Del%20Marketing%20Digital%e2%80%9d.pdf)

Minaya, A., & Sandoval, V. (2021). *El Inbound Marketing y su influencia en la fidelización de clientes de MYPES digitales de ropa para damas del Portal del Centro Comercial de Gamarra, en el distrito de La Victoria 2020* [Licenciatura, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio:

[http://38.43.142.130/bitstream/handle/20.500.12672/17078/Minaya\\_fa.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://38.43.142.130/bitstream/handle/20.500.12672/17078/Minaya_fa.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Peñate, Y., Arce, J., Lozada, D., & Intriago, N. (2021). Estrategias de Marketing. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(3), 391–400. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202021000300391&script=sci\\_arttext](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202021000300391&script=sci_arttext)

Pinargote, K. (2019). Importancia del Marketing en las empresas. *FIPCAEC*, 4(10), 77–96. <https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/38/39>

Pitre, R., Builes, S., & Hernández, H. (2020). Impacto del marketing digital a las empresas colombianas emergentes. *Revista Universidad & Empresa*, 23(40), 1–20. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario>

Ramos, J. (2019). *Marketing de Influencers* (Vol. 1).

Seminario, R., Gabino, M., & Huayama, A. (2022). Estrategias de marketing digital en la empresa CORPIEL S.A.C. – Lima, 2022. *Revista de Investigación Científica Ágora*, 9(1), 37–44. <https://doi.org/10.21679/203>

Velázquez, B., & Hernández, J. (2019). Marketing de Contenidos. *Boletín Científico de La Escuela Superior de Atotonilco de Tula*, 11, 51–53. <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/atotonilco/article/view/3697/9506>

## ANEXOS

19/2/24, 13:28

Estrategias de Marketing en la empresa Todo Wow de la ciudad de Babahoyo, en el periodo 2023.

## Estrategias de Marketing en la empresa Todo Wow de la ciudad de Babahoyo, en el periodo 2023.

mquinto303@fafi.utb.edu.ec [Cambiar de cuenta](#)

No compartido

\* Indica que la pregunta es obligatoria

1. ¿conoce usted que es el marketing digital? \*

- Sí
- No
- Tal vez

2. ¿La empresa cuenta con pagina oficial propia en las redes sociales?

- Sí
- No

3. ¿De todo WOW hace usos de las redes sociales para promocionar sus productos?

- Siempre
- A veces
- Nuca



[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSc0CbBsOsd0DbJJSEkPhFoix5dj-2\\_uRMeH5IKk2aAjqhQhg/viewform](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSc0CbBsOsd0DbJJSEkPhFoix5dj-2_uRMeH5IKk2aAjqhQhg/viewform)

1/3

19/2/24, 13:28

Estrategias de Marketing en la empresa Todo Wow de la ciudad de Babahoyo, en el periodo 2023.

4. ¿Cuál cree usted que es el nivel de incidencia del marketing digital para la empresa de Todo Wow?

- Alto
- Medio
- Bajo

5. ¿Considera usted que al hacer uso del marketing digital el nivel de aceptación de los productos de, de todo WOW será rentable?

- Muy de acuerdo
- De acuerdo
- En desacuerdo
- Muy en desacuerdo

[Enviar](#)[Borrar formulario](#)

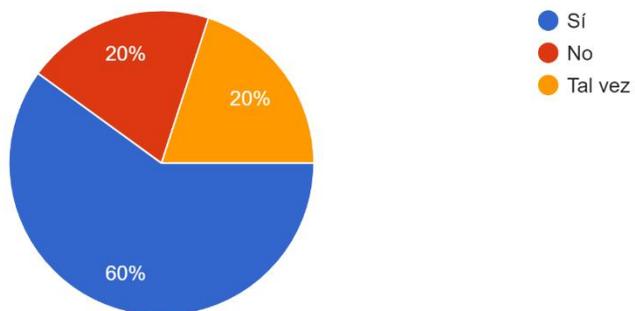
Este formulario se creó en Facultad de Administración Finanzas e Informática. [Notificar uso inadecuado](#)

## Google Formularios



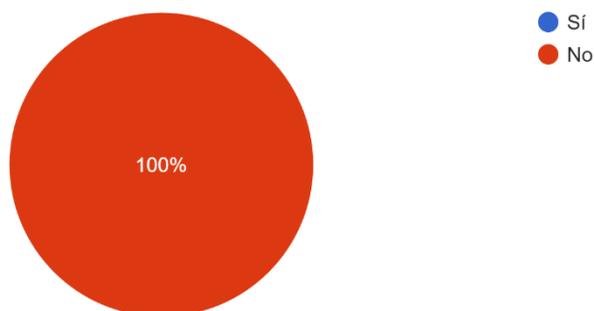
1. ¿conoce usted que es el marketing digital?

5 respuestas



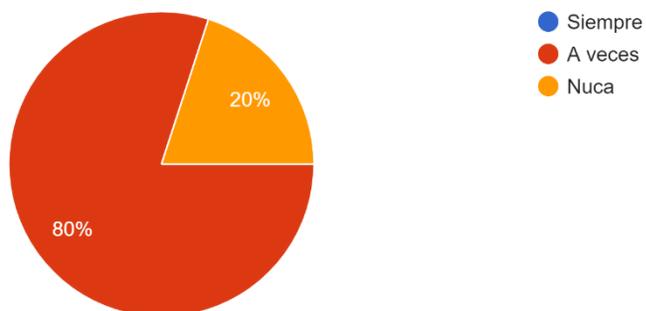
2. ¿La empresa cuenta con pagina oficial propia en las redes sociales?

5 respuestas



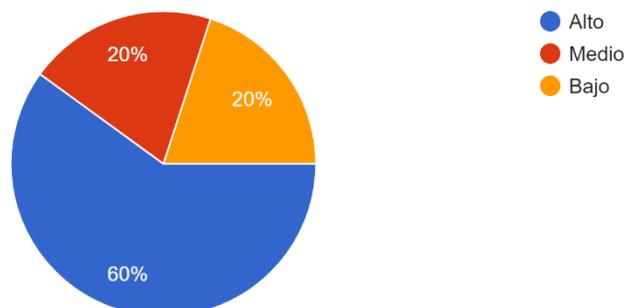
3. ¿De todo WOW hace usos de las redes sociales para promocionar sus productos?

5 respuestas



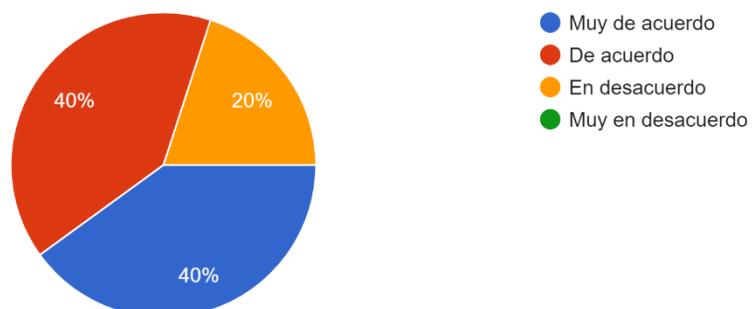
4. ¿Cuál cree usted que es el nivel de incidencia del marketing digital para la empresa de Todo Wow?

5 respuestas



5. ¿Considera usted que al hacer uso del marketing digital el nivel de aceptación de los productos de, de todo WOW será rentable?

5 respuestas





**TODO WÖW!**  
DISTRIBUIDORA DE PLÁSTICOS & ALGO MÁS



Babahoyo, 06 de febrero 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 **Distribuidora de Plásticos "TODO WÖW"** de la ciudad de **Babahoyo** del cantón **Babahoyo**.

Por medio de la presente me dirijo a usted para comunicarle que se ha **AUTORIZADO** al estudiante **Maoly Gissel Quinto Amaiquema** de la carrera de comercio 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 en la empresa Todo Wow de la ciudad de Babahoyo, en el periodo 2023**. el cual es requisito indispensable para poder titularse.

Sin otro particular me suscribo de usted.

Atentamente

**Ing. Marian Del Carmen Moncayo Gusqui.**

C.I. 1207932375

**Celular:** 0967590658

**Correo:** Marian191@live.com

## **RESUMEN**

A pesar de las difíciles condiciones del mercado de productos plásticos, la empresa TODO WOW ha implementado un plan de marketing eficaz y bien estructurado.

Después de examinar las 8 P del marketing, que son producto, precio, plaza, publicidad, promoción, proceso, personal, productividad y calidad, se han establecido estrategias para lograr los objetivos planteados. La elaboración de informes financieros implica implementar una estrategia predefinida y realizar proyecciones futuras sobre el presupuesto publicitario y el porcentaje de ventas.

Al proponer y ejecutar estrategias de marketing, algunas de ellas ofrecen ventajas significativas a TODO WOW sin requerir recursos financieros sustanciales ni avances tecnológicos. También se recomienda continuar con los otros enfoques sugeridos, además de recordar siempre que los miembros del personal comprometidos son más efectivos.

## **PALABRAS CLAVES.**

- Marketing
- Estrategias de marketing
- Tipos de marketing
- Atención al cliente
- Emprendimiento

### **SUMMARY.**

Despite the difficult market conditions for plastic products, the TODO WOW company has implemented an effective and well-structured marketing plan.

After examining the 8 P's of marketing, which are product, price, place, advertising, promotion, process, personnel, productivity and quality, strategies have been established to achieve the stated objectives. Financial reporting involves implementing a predefined strategy and making future projections about the advertising budget and percentage of sales.

When proposing and executing marketing strategies, some of them offer significant advantages to TODO WOW without requiring substantial financial resources or technological advances. It is also recommended to continue with the other suggested approaches, as well as always remembering that engaged staff members are more effective.

### **KEYWORDS.**

- Marketing
- Marketing strategies
- Types of marketing
- Customer service
- Entrepreneurship