



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

**PROCESO DE TITULACIÓN**

**ABRIL 2024 – AGOSTO 2024**

**EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA**

**PRUEBA PRÁCTICA**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE: LICENCIATURA EN  
COMERCIO**

**TEMA:**

**ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL EN LA EMPRESA COMERCIAL  
“DEPÓSITO HERMANOS RENJIFO MANCILLA” DE LA CIUDAD DE BABAHOYO,  
PERIODO 2023.**

**ESTUDIANTE:**

**ALEXIS ENRIQUE TOBAR RENJIFO**

**TUTOR:**

**ING VIVIANA DEL ROCIO ONOFRE ZAPATA**

**AÑO 2024**

## **RESUMEN**

El presente estudio de caso que fue realizado en la empresa “Deposito hermanos Renjifo Mancilla” en la ciudad de Babahoyo, periodo 2023, utiliza un enfoque mixto y como metodología descriptiva, analítica e inductiva, examinando las estrategias de marketing digital que la empresa utiliza en redes sociales para captar clientes, determinando nuevas estrategias potenciales para obtener un mejor resultado en sus ingresos y en su posicionamiento. A través de la encuesta y entrevista se identificaron falencias que le impiden a la empresa potenciar su número de ventas. Así mismo los hallazgos resaltan la importancia del contenido audiovisual persuasivo y el uso estratégico de redes sociales. Este estudio no solo revela información relevante para la empresa, sino que también proporciona recomendaciones prácticas para que la empresa “Deposito Hermanos Renjifo Mancilla” mejore su situación de marketing y de esta manera pueda atraer una mayor cantidad de clientes y aumentar sus ingresos. Las conclusiones y recomendaciones ofrecen una guía valiosa para la empresa que permita ser conocida y obtener un mejor rendimiento.

**Palabras claves:** Estrategia, Marketing digital, Cliente potencial, Marketing.

## **ABSTRACT**

This case study, which was carried out in the company "Deposito hermanos Renjifo Mancilla" in the city of Babahoyo, period 2023, uses a mixed approach and as a descriptive, analytical and inductive methodology, examining the digital marketing strategies that the company uses on social networks to attract customers, determining new potential strategies to obtain a better result in its income and positioning. Through the survey and interview, shortcomings were identified that prevent the company from boosting its number of sales. Likewise, the findings highlight the importance of persuasive audiovisual content and the strategic use of social networks. This study not only reveals relevant information for the company, but also provides practical recommendations for the company "Deposito Hermanos Renjifo Mancilla" to improve its marketing situation and in this way, it can attract a greater number of customers and increase its revenue. The conclusions and recommendations offer valuable guidance for the company to be known and obtain better performance.

**Keywords:** Strategy, Digital Marketing, Potential Customer, Marketing.

## Contenidos

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	5
JUSTIFICACIÓN.....	7
OBJETIVOS.....	8
Objetivo General .....	8
Objetivos específicos.....	8
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN.....	9
MARCO CONCEPTUAL .....	10
MARCO METODOLÓGICO .....	22
RESULTADOS .....	25
DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....	34
CONCLUSIONES.....	36
RECOMENDACIONES .....	37
REFERENCIAS .....	38
ANEXOS .....	40

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

El depósito Hermanos Renjifo Mancilla, creado en el año 2018, ubicado en el Bypass entre TR. 8 y TR. 10 de la ciudad de Babahoyo provincia de los Ríos, con su respectivo RUC 1204397564001, su representante legal María Isabel Renjifo Mancilla, Cuya actividad económica se basa en comercializar materiales de construcción, tales como ladrillo, cemento, arena, lastre y bloque.

Se ha percibido que existen deficiencias en la elaboración de las estrategias de marketing digital, enfrentando una serie de desafíos al promover sus productos, lo cual afecta la credibilidad y la confianza de los clientes. En la actualidad, las estrategias de marketing digital juegan un papel primordial para la evolución de las empresas debido a que los últimos años se ha visto con más fuerza el uso de páginas web, gestión de redes sociales, tiendas en línea, las mismas que adolecen la empresa investigada y que le permita acoplarse a los métodos para fidelizar clientes y hacer que estos, sepan de la existencia de este negocio y que cuente con una presencia de marca en redes sociales.

No contar con una buena implementación de estrategias de marketing digital da como resultado una pérdida de clientes, lo que provoca que sus ingresos no sean los deseados. También se debe tener en consideración que, al no contar con una presencia en redes sociales, la empresa estaría perdiendo clientes potenciales, los cuales no saben de la existencia de esta empresa. Otro problema es que, al no contar con una fan page o una red social, la empresa tiene una capacidad limitada para crear publicidad en línea, siendo su única forma de darse a conocer a internet mediante la cuenta personal de la propietaria, pasando también por la poca visibilidad de especificaciones que tienen los productos ofrecidos.

Hoy en día, las estrategias de marketing digital son parte esencial de cualquier negocio debido a que el mundo se ha vuelto cada vez más digitalizado, la mayoría de personas invierte gran parte de su tiempo en redes sociales. La falta de estas estrategias de marketing digital en el “Depósito Hermanos Renjifo Mancilla” ha revelado una brecha en su presencia en línea, una desventaja significativa de esta situación es la dinámica limitada en plataformas digitales.

La ausencia de una fan page o red social que identifique a esta empresa puede significar un grave error en la actualidad, mucho más si se trata de una empresa de comercialización de materiales que ayudan a la construcción. Esto debido a que es mucho más fácil tomar el teléfono celular y desde la comodidad del hogar, cotizar precios y tomar la decisión de compra.

Por tal razón, el presente estudio de caso tiene como premisa analizar las estrategias de marketing digital implementadas por el “Depósito Hermanos Renjifo Mancilla” en la ciudad de Babahoyo. El objetivo definido es analizar las estrategias para llegar a implementar de mejor manera las estrategias de marketing digital establecidas, con la intención de que se mejore la retención de clientes, mejora de ingresos y posicionamiento en el mercado.

## JUSTIFICACIÓN

Este estudio de caso es de vital importancia ya que se lo realiza con la finalidad de analizar como una mala implementación de estrategias de marketing digital pueden no solo afectar a los ingresos de la empresa sino también a la atracción de los clientes potenciales causando así un bajo posicionamiento en el mercado.

Al realizar este estudio entorno a el “Depósito Hermanos Renjifo Mancilla” en Babahoyo, me permitirá contrarrestar este problema por el motivo de que resulta esencial para encarar los desafíos inevitables de un mercado dedicado a la venta de materiales de construcción. Una estrategia de marketing digital efectiva puede marcar la diferencia entre simplemente existir y ser un referente de este nicho.

La correcta implementación de estrategias de marketing digital para difundir información junto con la mejora continua de los apartados que están relacionados con la atracción de nuevos clientes y la retención de clientes habituales, también representa un mensaje claro de que la empresa está siendo innovadora. Es importante dar con la solución de este problema y aprovechar las herramientas a disposición de esta empresa para así poder convertirlas en beneficios que catapulten hacia adelante el posicionamiento de la empresa. Además, la viabilidad de este estudio también presentara la relevancia y pertinencia que justifica las estrategias metodológicas que se han usado para desarrollar dicho trabajo investigativo.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

Analizar estrategias de marketing digital en la empresa comercial “Depósito Hermanos Renjifo Mancilla” de la ciudad de Babahoyo, periodo 2023.

### **Objetivos específicos**

Identificar las estrategias de marketing digital empleadas por la empresa a través de entrevista al gerente.

Definir cuan frecuente es el uso de redes sociales de los clientes de la ciudad a través de encuesta.

Determinar estrategias de marketing digital nuevas para la empresa.

## **LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

El presente estudio de caso “estrategias de marketing digital en la empresa comercial Depósito Hermanos Renjifo Mancilla de la ciudad de Babahoyo” se enfoca en analizar las estrategias de marketing digital implementadas por esta empresa, basados en la línea de investigación “Gestión financiera, administrativa, tributaria, auditoría y control”, este segmento es importante para reconocer los distintos elementos que impactan en los procesos relacionados con el marketing, publicidad y ventas, evitando así desperfectos en la administración de esta empresa que a su vez, se vincula de manera más específica con la sub línea de “Marketing y comercialización”.

Este estudio se encuentra en relación directa con la sub-línea de investigación: “Marketing y comercialización”, debido a que la actividad comercial del Depósito Hermanos Renjifo Mancilla consiste en la comercialización de materiales de construcción, cuyo mercado está compuesto por los ciudadanos de Babahoyo, bajo este contexto la sub línea de investigación permite desarrollar estrategias de marketing digital estableciendo bases necesarias para una implementación efectiva que evite deficiencias en esta empresa y permita llegar a todos los ciudadanos de Babahoyo.

La experiencia adquirida en el proceso de prácticas preprofesionales se encuentra directamente ligado con el presente estudio de caso. Este proceso me brindó la oportunidad de abordar y examinar problemas administrativos en empresas públicas y privadas bajo la supervisión de un docente. En el transcurso de este proceso de formación, obtuve habilidades relevantes que se relacionan estrechamente con el tema de este estudio de caso, permitiendo así la viabilidad de esta investigación.

## **MARCO CONCEPTUAL**

El Depósito “Hermanos Renjifo Mancilla”, su actividad económica se basa en comercializar materiales de construcción, dentro de la ciudad de Babahoyo, lleva en el mercado local desde el año 2018. Esta empresa ha presentado un sin número de problemas al promover sus productos, estos han ocasionado falta de credibilidad y desconfianza en los clientes.

En el transcurso del tiempo, se ha detectado el impacto de diversos factores que han contribuido en la disminución de su presencia en el mercado local y estos a la vez han afectado sus ventas. Estos factores incluyen la creciente competencia, los cambiantes requisitos de los clientes, la influencia de las redes sociales y el auge del comercio electrónico.

### **Marketing**

El marketing es la vinculación de técnicas, estrategias y acciones que una empresa utiliza para promocionar y comercializar sus productos o servicios. Implica entender las necesidades y problemas del mercado objetivo, desarrollar productos que compensen esas necesidades, establecer precios adecuados, seleccionar canales de distribución eficientes y comunicar de manera efectiva el valor de la oferta a los consumidores. En resumen, el marketing tiene el objetivo de crear, comunicar y entregar valor a los clientes para lograr los objetivos de la organización.

Según, (De Luca Piguave, 2024) “El marketing puede definirse como una disciplina encargada de desarrollar técnicas de comunicación entre clientes y empresas con mayor efectividad, es decir, que una empresa tiene la posibilidad de

llegar a su público objetivo con una publicidad más estratégica y tener mayores garantías de favorecer sus ventas.”

Los actuales conceptos de marketing no constituyen, de ninguna manera, un logro del presente, sino que éstos necesariamente se apoyan en el conocimiento de los hechos e investigaciones pasadas. Constituyen un proceso, una progresión de reflexiones, acciones e investigaciones que se conjuntan y se transmiten a través de los años. (Coca Carasila, 2008)

Hemos comprendido que el marketing en el Depósito “Hermanos Renjifo Mancilla” no se trata solo del crecimiento en venta, sino también de edificar relaciones sólidas y duraderas con los clientes. Esto se logra a través de una buena comunicación, la atención al cliente y la creación de experiencias positivas.

### **Estrategias de marketing**

Las estrategias de marketing son sistemas y planes prácticos que delinean y detallan pasos diseñados para que una empresa pueda alcanzar metas de marketing particulares en distintos plazos: ya sea a corto, mediano o largo plazo. Estas metas suelen centrarse en promover una marca, ampliar su alcance comunicativo y potenciar sus posibilidades de venta. (Universidad ORT, 2021)

SEGÚN, (Redacción CN)“Formular e implementar estrategias de marketing es una de las funciones cruciales del marketing y a la vez de una empresa en general, estas tienen el objetivo de alcanzar los propósitos establecidos de marketing, y a la vez son las que determinan en gran medida las ventas y las ventajas de la empresa.”

Las estrategias de marketing son planes o acciones diseñadas para alcanzar objetivos específicos relacionados con la promoción, venta y posicionamiento de productos o servicios. Pueden abarcar una amplia gama de tácticas y enfoques, y varían según el tipo de negocio, el mercado objetivo y los recursos disponibles. Algunas estrategias de marketing comunes incluyen:

**Marketing de Contenidos:** Creación y distribución de contenido relevante y valioso para atraer, informar y retener a un público objetivo.

**Marketing en Redes Sociales:** Utilización de plataformas como Facebook, Instagram, Twitter, etc., para interactuar con clientes potenciales, promover productos y servicios, y construir relaciones con la audiencia.

**SEO (Optimización de Motores de Búsqueda):** Técnicas para mejorar la visibilidad y el ranking de un sitio web en los resultados de búsqueda orgánica, lo que aumenta el tráfico y la relevancia.

**SEM (Marketing en Motores de Búsqueda):** Publicidad pagada en motores de búsqueda como Google, donde se paga por clic para mostrar anuncios relevantes a los usuarios que buscan ciertas palabras clave.

**Marketing de Influencers:** Colaboración con personas influyentes en las redes sociales para promocionar productos o servicios ante su audiencia.

**Email Marketing:** Enviar correos electrónicos promocionales o informativos a una lista de contactos para fomentar la participación, la lealtad y las ventas.

**Marketing de Contenido Audiovisual:** Utilización de videos, podcasts, transmisiones en vivo, etc., para transmitir mensajes de marketing de manera atractiva y efectiva.

**Marketing de Experiencia del Cliente:** Enfoque en la creación de experiencias memorables y positivas para los clientes a lo largo de su viaje con la marca.

Estas son solo algunas de las estrategias de marketing más comunes de tener en cuenta en el Depósito “Hermanos Renjifo Mancilla”, la empresa se debe adaptar y combinar diferentes enfoques según las necesidades y objetivos específicos. La clave está en comprender a la audiencia objetivo que acuden al Depósito “Hermanos Renjifo Mancilla” y utilizar los canales y tácticas más adecuados para llegar a ellos de manera efectiva.

### **Redes sociales**

Según, (Alcántara Hernández & Vega Barrios, 2021) “Las redes sociales son herramientas que facilitan la interacción entre las personas, haciendo que se generen nuevas relaciones o se fortalezcan las ya existentes y lo importante es que solo son instrumentos, que han potenciado movimientos sociales, transformando las dinámicas simbólicas de la sociedad, promoviendo el desarrollo de diferentes formas culturales y sus evoluciones.”

Para (Peña R & Montes de Oca R, 2023) menciona que hoy en día la mayoría de las empresas reconocen la relevancia de la presencia de las redes sociales, estas plataformas son utilizadas por su público objetivo para comunicar su propuesta de valor y establecer conexiones directas con su público. Algunas de

estas plataformas están enfocadas en generar contenido con presencia de un enfoque exclusivo en la publicidad y venta, lo que podría considerarse una gran pérdida del interés en los clientes. El no captar la atención en los consumidores a través de la publicidad de contenidos se convierte en un gran problema en una empresa sea esta grande o pequeña.

La incorporación de las redes sociales en las estrategias de marketing es fundamental en la actualidad por varias razones. En primer lugar, las redes sociales ofrecen un canal de comunicación directo y accesible con los clientes potenciales y existentes. Esto permite a las empresas interactuar de manera rápida y personalizada, respondiendo a preguntas, ofreciendo soporte y recibiendo retroalimentación en tiempo real.

Según, (Pedreschi Caballero & Nieto Lara) Las redes sociales representan una potente herramienta de marketing, donde las empresas deben invertir para potenciar las ventas y fortalecer su presencia en línea. Se refiere a todas las acciones y tácticas empleadas en plataformas sociales para generar oportunidades comerciales y aumentar la retención de clientes. Utilizar las redes sociales como parte de la estrategia de marketing puede resultar en la captación de audiencias y la conversión efectiva de interesados en potenciales clientes. La creación de contenido relevante adaptado a la audiencia es fundamental para mejorar la percepción de la marca en el entorno digital. (2021)

El uso de las redes sociales del Depósito “Hermanos Renjifo Mancilla” brindan una plataforma para compartir contenido relevante y atractivo, lo que puede aumentar la

visibilidad de la marca y generar interés en los productos o servicios que ofrece. Las redes sociales también pueden amplificar el alcance de las campañas de marketing de una manera que no es posible con otros medios tradicionales.

Otro aspecto importante en tener en cuenta en el Depósito “Hermanos Renjifo Mancilla” es la capacidad de las redes sociales para segmentar audiencias y dirigirse a grupos específicos de usuarios según sus intereses, demografía y comportamientos en línea. Esto permite a las empresas personalizar sus mensajes y promociones para maximizar su impacto.

Además, el análisis de datos en las redes sociales proporciona información valiosa sobre el rendimiento de las campañas y el comportamiento del cliente, lo que permite a las empresas ajustar y optimizar continuamente sus estrategias de marketing para obtener mejores resultados.

La implementación efectiva de las redes sociales en el marketing del Depósito “Hermanos Renjifo Mancilla” puede aumentar la visibilidad de la marca, mejorar la interacción con los clientes, dirigirse a audiencias específicas y proporcionar datos analíticos útiles para optimizar las estrategias de marketing.

La implementación de las redes sociales sería una herramienta fundamental en el Depósito “Hermanos Renjifo Mancilla” debido a su actividad comercial la aplicación de esta estrategia de marketing moderna por su capacidad para llegar a audiencias globales, interactuar directamente con los clientes, construir marcas, segmentar audiencias, generar leads, obtener feedback instantáneo y ser rentables.

## **Marketing de contenidos**

Para (Fernandez-Lores & López-Rua, 2017), es importante el marketing de contenidos al alejarse de los objetivos tradicionales de la publicidad y centrarse en las necesidades reales de los clientes potenciales. En lugar de enfocarse únicamente en la venta inmediata, el marketing de contenidos busca establecer vínculos de comunidad con los clientes a largo plazo. Aunque esto puede significar que la venta se demore, se asegura que los usuarios estén más receptivos a escuchar o comprar los productos, ya que satisfacen una necesidad genuina, en lugar de ser simplemente un producto que se les intenta vender.

## **Marketing digital**

Según (Lozano-Torres y otros, 2021) , en los años 90, el Marketing Digital surgió con el propósito principal de promocionar negocios, pero con el tiempo han surgido nuevas herramientas que implican la participación activa de los clientes. A lo largo del tiempo, el enfoque del marketing ha evolucionado para adaptarse a los cambios en tecnología, economía, finanzas y sociedad. Esta evolución ha requerido una constante innovación y ajuste de estrategias previamente establecidas en los planes de marketing, en respuesta a los continuos cambios tecnológicos.

Según (Criollo M, 2023), menciona que el marketing digital representa una transformación significativa en el campo del marketing impulsada por avances tecnológicos que permiten desarrollar estrategias basadas en productos personalizados y mensajes distintivos. El uso de datos masivos es con capacidades

de medición precisa ha revolucionado la industria del marketing y la publicidad, superando con creces a los métodos tradicionales.

Según, las definiciones adquiridas el marketing digital y el marketing en redes sociales están estrechamente relacionados, pero tienen enfoques y estrategias distintas. Estas son algunas de las diferencias entre ellas:

**Alcance Multicanal:** El marketing digital abarca todas las formas de marketing que se realizan a través de canales digitales, incluyendo sitios web, motores de búsqueda, correo electrónico, publicidad en línea, contenido en blogs, aplicaciones móviles y más.

**Objetivo General:** El objetivo principal del marketing digital es promover una marca, producto o servicio utilizando estrategias digitales para alcanzar y convertir a clientes potenciales en clientes reales.

**Enfoque Holístico:** El marketing digital abarca todas las estrategias digitales, desde la optimización de motores de búsqueda (SEO) hasta la publicidad de pago por clic (PPC), pasando por el marketing de contenido, el email marketing, el marketing de afiliación, entre otros.

**Análisis de Datos:** El marketing digital se apoya fuertemente en la recopilación y el análisis de datos para comprender el comportamiento del consumidor, medir el rendimiento de las campañas y realizar ajustes estratégicos.

### **Marketing en Redes Sociales:**

**Foco en Plataformas Sociales:** El marketing en redes sociales se centra específicamente en la promoción de una marca, producto o servicio a través de

plataformas de redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube, entre otras.

**Interacción y Compromiso:** El objetivo principal del marketing en redes sociales es crear interacción, compromiso y relaciones con la audiencia a través de contenido relevante, conversaciones y participación activa en la comunidad.

**Contenido Visual y Multimedia:** Las redes sociales son altamente visuales y multimediales, por lo que el marketing en estas plataformas se centra en la creación y distribución de contenido visualmente atractivo, como imágenes, videos, infografías, etc.

**Segmentación y Personalización:** Las plataformas de redes sociales ofrecen herramientas avanzadas de segmentación que permiten a los especialistas en marketing dirigirse a audiencias específicas en función de datos demográficos, intereses, comportamientos en línea, etc.

Mientras que el marketing digital abarca todas las estrategias de marketing en línea, el marketing en redes sociales se enfoca específicamente en la promoción a través de plataformas sociales, centrándose en la interacción, el compromiso y la creación de relaciones con la audiencia.

Es necesario el uso de ambos en el Depósito “Hermanos Renjifo Mancilla” debido a que estos son complementarios y pueden integrarse dentro de una estrategia de marketing más amplia, ambas con el objetivo de generar estrategias viables que ayuden a lograr el objetivo de la empresa.

Para la aplicación de ambas estrategias de marketing en una empresa es necesario el uso de una buena redacción para la exposición de sus productos o servicios, esta debe ser clara, precisa y de acuerdo al tipo de consumidores al cual está dirigido adaptándose a las necesidades y posibilidades de posibles clientes, este efecto se logra realizando un respectivo Copywriting,

Afirma, (Giraldo, 2019) que el copywriting “es la disciplina creada en el mundo del mercadeo y de la publicidad, para hablar de las capacidades que tiene la redacción para adoptar los trucos de la psicología con la intención de captar la atención y el interés de las personas, con respecto a un contenido.”

En castellano se traduce como escritura persuasiva o redacción publicitaria. Los textos directos, claros y concisos se tornan fundamentales para llegar hasta los consumidores de hoy en día, que leen en sus pantallas siguiendo el patrón F de Consumo Visual Online y llevarlos a adquirir sus productos o servicios (Jiménez M y otros, 2022).

El copywriting puede impulsar el crecimiento empresarial del Depósito “Hermanos Renjifo Mancilla” de diversas maneras:

**Generación de Leads:** Un copy persuasivo puede atraer a nuevos clientes potenciales, aumentando así la base de clientes de la empresa.

**Aumento de las Conversiones:** El copywriting efectivo puede persuadir a los clientes potenciales a tomar medidas, como comprar un producto, suscribirse a un servicio o registrarse en un evento, lo que aumenta las conversiones y los ingresos.

**Diferenciación Competitiva:** Un copywriting único y convincente puede diferenciar a la empresa de sus competidores, destacando sus valores únicos y ventajas competitivas.

**Construcción de Marca:** Un copywriting coherente y auténtico puede fortalecer la identidad de marca de la empresa y fomentar la lealtad de los clientes a largo plazo

**Mejora del SEO:** El contenido optimizado para motores de búsqueda (SEO) puede aumentar la visibilidad en línea de la empresa, lo que resulta en un mayor tráfico orgánico y más oportunidades de negocio.

Teniendo claro la definición y la importancia de copywriting en una empresa nos permite ejecutar en el Depósito “Hermanos Renjifo Mancilla”, un copy persuasivo con el fin de influir de manera directa en las decisiones de compra de los clientes. Al destacar los beneficios de los productos que ofrece el Depósito “Hermanos Renjifo Mancilla” de manera convincente, el copywriting puede motivar a los clientes a tomar acción y realizar una compra.

### **Fan Page**

La "fan page" es una página de Facebook diseñada específicamente para que las empresas, organizaciones, figuras públicas o cualquier entidad puedan interactuar con sus seguidores en la plataforma. A través de una fan page, las empresas pueden compartir contenido relevante, promocionar productos o servicios, responder preguntas de los clientes y generar comunidad en torno a su marca. Estas páginas suelen tener características adicionales, como análisis de rendimiento y herramientas de publicidad, que permiten a las empresas aprovechar

al máximo su presencia en Facebook para alcanzar sus objetivos de marketing y compromiso con la audiencia. (Frias P & Novoa V, 2021)

Según, (Espinoza) la fan page es una plataforma adecuada para promover una empresa, negocio, perfil profesional o ideas. Según este autor, constituye una herramienta multifacética que facilita la creación de marca, investigación de mercado, promociones, atención al cliente, divulgación de información, ventas de productos o servicios, interacción con clientes actuales y potenciales, así como la generación de tráfico hacia el sitio web. (2020)

Según (QUINTERO), La fan page permiten la interacción directa entre una empresa y sus seguidores, fomentando conversaciones con el público objetivo. Su objetivo principal es crear comunidades interactivas donde los usuarios puedan participar y compartir contenido relevante, lo que ayuda a establecer relaciones a largo plazo. La clave radica en proporcionar contenido interesante que involucre a la audiencia y promueva la interacción continua.

La creación de una fan page en el Depósito “Hermanos Renjifo Mancilla” es una herramienta invaluable ya que esta es una plataforma que nos ayudara a aumentar la visibilidad, interactuar con la audiencia de acuerdo a sus necesidades, mejorar marca, promocionar productos y servicios, brindar servicio al cliente y medir el rendimiento de las estrategias de marketing en las redes sociales implementadas en la empresa.

## **MARCO METODOLÓGICO**

Para determinar la viabilidad de este estudio de caso, se ha decidido aplicar los siguientes métodos de investigación para obtener resultados precisos.

### **MÉTODO DESCRIPTIVO**

El presente trabajo investigativo ha sido desarrollado adoptando el método descriptivo, con la finalidad de recolectar información y analizar casos específicos, lo que se busca es comprender como el objeto estudiado se mueve y actúa en diferentes situaciones. Para tener una comprensión completa de un caso particular, se desea reunir y definir todas las características, circunstancias y el contexto que lo rodean.

### **MÉTODO ANALÍTICO**

Este enfoque permite un análisis individualizado y detallado de los distintos problemas que se presentan, lo que facilita una comprensión más acertada de los mismos. Ha sido eficaz en el cumplimiento de cada objetivo específico planteado, contribuyendo significativamente a una mejor comprensión de la problemática ayudando a la formulación de conclusiones sólidas y recomendaciones fundamentales, lo que enriquece este proceso de investigación.

### **MÉTODO INDUCTIVO**

En este estudio de caso, el método inductivo permitió una exploración exhaustiva de fenómenos específicos identificados a través de las distintas herramientas empleadas en esta investigación, ayudando también a la generación de conclusiones razonables para su uso práctico.

## **TECNICA**

Se optó por la técnica documental para este estudio de caso. Esto implica resumir información de una variedad de recursos relacionados con el marketing digital, así como el uso de herramientas como una encuesta digital, que permite recopilar información valiosa sobre las opiniones y comportamientos de los clientes. Esta estrategia se empleó porque se requería encontrar una solución a un problema y analizar metódicamente un conjunto de pruebas para ayudar a lograr el objetivo planteado.

## **INSTRUMENTO**

Como herramientas de investigación para la implementación adecuada de la metodología, se elaboró una entrevista dirigida a la propietaria de la empresa para saber el uso de estrategias de marketing digital empleadas en la empresa, además de eso se llevó a cabo un cuestionario de preguntas con el fin de evaluar la percepción del cliente a las estrategias de marketing digital existentes. Como resultado, se realizó una encuesta a la población de la ciudad de Babahoyo para tomar una decisión adecuada en lo que a estrategias de marketing digital se refiere.

## POBLACIÓN

La población a la que se le realizó la encuesta fue a los ciudadanos pertenecientes a la ciudad de Babahoyo, el cual hasta el año 2023 contaba con una suma total de 98.251 habitantes, aplicando la fórmula de muestra/población finita resulto lo siguiente.

Datos:

$$N \text{ (Universo)} = 98.251$$

$$Z \text{ (Nivel de confianza)} = 95\%$$

$$p \text{ (Probabilidad de ocurrencia)} = 50\%$$

$$q \text{ (Probabilidad de no ocurrencia)} = 50\%$$

$$e \text{ (Error de estimación máximo)} = 5\%$$

$$n = \frac{1.96^2 \times 98251 \times 0.50 \times 0.50}{0.05^2(98251 - 1) + 1.96^2 \times 0.50 \times 0.50}$$

$$n = \frac{94360.2604}{246.5854}$$

$$n = 382.66$$

Dado que el tamaño de la muestra debe ser un número entero, se redondea hacia arriba para asegurarse de tener suficiente representación, en este caso se necesita una muestra de 383 elementos.

## RESULTADOS

Resultados de la entrevista realizada a la propietaria de la empresa Depósito Hermanos

Renjifo Mancilla.

N°	Pregunta	Respuesta
1	¿Tiene conocimiento sobre el marketing digital?	Si, tengo algo de conocimiento, pero en realidad no me encuentro muy familiarizada con este tema.
2	¿Cuenta con una herramienta con la que pueda dar a conocer su empresa de forma digital?	Si, hasta ahora se ha usado mi cuenta personal de Facebook, aunque no de manera muy frecuente.
3	¿Ha aplicado alguna vez marketing digital? ¿De qué manera?	Si, hasta ahora solo unas cuantas ocasiones en publicaciones digitales.
4	¿Cree usted que la empresa proporciona suficiente información sobre sus productos en redes sociales?	Reconozco que nuestra presencia en redes sociales aun no proporciona suficiente información sobre nuestros productos.
5	¿Considera usted que la empresa tiene éxito en persuadir a los clientes para que tomen la decisión de compra?	Actualmente, considero que necesitamos hacer más para persuadir a los clientes y dirigirlos hacia la compra.
6	¿Cuál es la causa principal de la escasa implementación de marketing digital?	Tal vez sea por la falta de conocimiento sobre la importancia del marketing digital.
7	¿Estaría dispuesta a implementar nuevas estrategias de marketing digital mediante un plan de marketing?	Si, ahora comprendo más su importancia y utilidad.

*Fuente: Entrevista a la Sra. MARÍA ISABEL RENJIFO MANCILLA.*

*Elaborado por: Alexis Enrique Tobar Renjifo.*

Se elaboro una encuesta dirigida a los ciudadanos de Babahoyo con la finalidad de conocer su satisfacción con las estrategias de marketing implementadas por el “Depósito Hermanos Renjifo Mancilla”

**Tabla 1**

**1. ¿Conoce usted una red social de la empresa "Depósito Hermanos Renjifo Mancilla"?**

<i>Orden</i>	<b>Opciones</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<i>1</i>	Si	2	0.52%
<i>2</i>	No	300	78.33%
<i>3</i>	No lo se	81	21.15%
<i>Total</i>		383	100%

*Fuente:* Encuesta aplicada a personas comunes.

*Elaborado por:* Alexis Enrique Tobar Renjifo.

**Análisis**

Según la encuesta el 0.52% de la población de Babahoyo conoce una red social de la empresa “Depósito Hermanos Renjifo Mancilla”, un 78.33% dice no conocer ninguna red social de esta empresa y finalmente el 21.15% dice no saberlo.

**Interpretación**

El depósito Hermanos Renjifo Mancilla está perdiendo la oportunidad de crear vínculos con la comunidad local y aumentar la visibilidad de su negocio al no usar redes sociales. Debido a no hacer uso de medios digitales como Tik Tok o Facebook de forma frecuente para llamar clientes nuevos, difundir detalles sobre sus productos y promociones se convierte en una tarea complicada, representando esto una deficiencia grave, más aún en un entorno que se vuelve cada vez más digitalizado.

**Tabla 2**

**2. ¿Ha comprado los productos que ofrece la empresa "Depósito Hermanos Renjifo Mancilla"?**

<b>Orden</b>	<b>Opciones</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>1</b>	Si	278	72.58%
<b>2</b>	No	73	19.06%
<b>3</b>	Tal vez	32	8.36%
<b>Total</b>		383	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a personas comunes.

**Elaborado por:** Alexis Enrique Tobar Renjifo.

**Análisis**

Según la encuesta, el 72.58% de la población de Babahoyo han comprado los productos de esta empresa, el 19.06% no lo ha hecho y el 8.36% tal vez ha comprado los productos de esta empresa.

**Interpretación**

Las estrategias digitales podrían tener un gran potencial para poder aumentar la visibilidad y el alcance de la empresa. La falta de presencia en las plataformas digitales de la empresa podría estar limitando su capacidad para conectarse con un público más amplio que con el que ya cuenta, representando este un amplio porcentaje de la población, para influir en las decisiones de compra de personas que aún no han tenido un acercamiento al negocio. Implementar estrategias de marketing digital no solo va a aumentar la visibilidad y el reconocimiento, sino también ayudara a convertir a los clientes potenciales en clientes habituales.

**Tabla 3**

**3. ¿Recomienda usted los productos de la empresa "Depósito Hermanos Renjifo Mancilla"?**

<b>Orden</b>	<b>Opciones</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>1</b>	Si	175	45.69%
<b>2</b>	No	143	37.34%
<b>3</b>	Puede ser	65	16.97%
<b>Total</b>		383	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a personas comunes.

**Elaborado por:** Alexis Enrique Tobar Renjifo.

**Análisis**

El 45.69% de los encuestados recomiendan los productos de la empresa, el 37.34 no los recomienda y 16.97% puede ser que recomiende o no los productos.

**Interpretación**

El hecho de que la mayoría de los encuestados recomiendan los productos de la empresa indica un nivel moderado de satisfacción y apoyo de la empresa, pero por otro lado una parte significativa están insatisfechos o indiferentes con los productos que ofrece el Depósito. Estos datos indican que existe un amplio margen de mejora con respecto a la presencia en línea, atrayendo así a nuevos clientes que busquen características a detalle de los productos de manera online y que puedan encontrar un producto acorde a su necesidad.

**Tabla 4**

**4. ¿Qué tipo de publicidad ha visto de la empresa en medios digitales?**

<b>Orden</b>	<b>Opciones</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>1</b>	Fotos	42	10.97%
<b>2</b>	Videos	21	5.48%
<b>3</b>	Ninguno	320	83.55%
<b>Total</b>		383	100%

*Fuente: Encuesta aplicada a personas comunes.*

*Elaborado por: Alexis Enrique Tobar Renjifo.*

**Análisis**

El 10.97% de los encuestados ha visto publicidad en fotos de la empresa, mientras que un 5.48% ha visto videos de publicidad, sin embargo, el 83.55% no ha visto ningún tipo de publicidad.

**Interpretación**

Los datos muestran que la exposición de los productos de la empresa a través de estos medios audiovisuales es baja en relación con la falta de estrategias de marketing digital. Además, una significativa parte de los encuestados no ha visto ningún tipo de publicidad de este negocio, o que indica una gran oportunidad para aumentar la visibilidad y el conocimiento de la marca em Babahoyo.

**Tabla 5**

**5. ¿Está de acuerdo con que la empresa implemente nuevas estrategias de marketing digital?**

<b>Orden</b>	<b>Opciones</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>1</b>	Estoy de acuerdo	301	78.59%
<b>2</b>	No estoy de acuerdo	79	20.63%
<b>3</b>	Me da Igual	3	0.78%
<b>Total</b>		383	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a personas comunes.

**Elaborado por:** Alexis Enrique Tobar Renjifo.

**Análisis**

El 78.59% está de acuerdo con que la empresa implemente estrategias de marketing digital, un 20.63% no está de acuerdo y a un 0.78% le da igual si la empresa implementa o no estrategias de marketing digital.

**Interpretación**

Los datos muestran que una gran mayoría de las personas encuestadas están de acuerdo con que el “Depósito Hermanos Renjifo Mancilla” debería implementar estrategias de marketing digital. Esta alta aceptación demuestra un fuerte apoyo de la comunidad a la implementación de plataformas digitales para aumentar la visibilidad de esta empresa. Estos datos destacan la importancia y los beneficios que tendría persuadir a aquellos que no están convencidos de hacer una compra, mediante plataformas digitales.

**Tabla 6**

**6. ¿En qué red social le gustaría ver publicidad de la empresa?**

<b>Orden</b>	<b>Opciones</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>1</b>	Tik Tok	121	31.59%
<b>2</b>	Facebook	32	8.36%
<b>3</b>	Instagram	10	2.61%
<b>4</b>	Youtube	7	1.83%
<b>5</b>	WhatsApp	15	3.91%
<b>6</b>	Todas las Anteriores	198	51.70%
<b>Total</b>		383	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a personas comunes.

**Elaborado por:** Alexis Enrique Tobar Renjifo.

**Análisis**

Según la encuesta, el 31.59% de la población de Babahoyo le gustaría ver publicidad de la empresa en Tik Tok, un 8.36% en Facebook, un 2.61% en Instagram, un 1.83% en Youtube, un 3.91% en WhatsApp y el 51.70% respondió que le gustaría ver en todas las plataformas.

**Interpretación**

Los datos resultantes permiten inferir que una gran parte de la población estaría dispuesta a ver publicidad a través de una red social, siendo más relevante la plataforma de Tik Tok que las demás. Esto representa una clara oportunidad de desarrollar distintas estrategias de marketing digital tales como la elaboración de una fan page en una red social,

implementación de copywriting para persuadir a los clientes potenciales para que así pasen a formar parte de los clientes habituales y la creación de contenido relevante en redes sociales.

**Tabla 7**

**7. ¿Qué tipo de contenido le gustaría ver en nuestras redes?**

<b>Orden</b>	<b>Opciones</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>1</b>	Fotos y videos	31	8.09%
<b>2</b>	Reels	115	30.03%
<b>3</b>	Promoción de productos	237	61.88%
<b>Total</b>		383	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a personas comunes.

**Elaborado por:** Alexis Enrique Tobar Renjifo.

**Análisis**

El 8.09% de los ciudadanos de Babahoyo prefieren el tipo de contenido de fotos y videos, el 30.03% prefiere los Reels y un 61.88% prefiere las promociones de productos.

**Interpretación**

Los datos resultantes demuestran que la mayoría de la población de Babahoyo tiene interés en ver contenido en base a la promoción de productos en redes sociales. Esta información resulta útil para la creación de contenido relevante en base los gustos y preferencias del contenido que pueden ver los consumidores.

**Tabla 8**

**8. ¿Cuántas horas al día invierte en el uso de redes sociales?**

<i>Orden</i>	<b>Opciones</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<i>1</i>	1 hora	228	59.53%
<i>2</i>	2 horas	78	20.37%
<i>3</i>	De 3 a 4 horas	77	20.10%
<i>Total</i>		383	100%

*Fuente: Encuesta aplicada a personas comunes.*

*Elaborado por: Alexis Enrique Tobar Renjifo.*

**Análisis**

El 59.53% de los encuestados invierten 1 hora al día en el uso de redes sociales, otro 20.37% invierte 2 horas en redes mientras que un 20.10% permanece en redes alrededor de 3 a 4 horas.

**Interpretación**

La gran mayoría de los encuestados invierten al menos 1 hora al día en redes sociales, mientras que la otra parte también da un uso prolongado en plataformas digitales. Esto representa una clara oportunidad para implementar estrategias de marketing destinadas a la difusión de información y contenido relevante proveniente de la empresa para así persuadir a la clientela, las mismas que deben ser pertinentes y llamativas para no perder el interés y la atención de quien visualiza el contenido.

## **DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

Tras conocer los resultados principales de la investigación, es fundamental recordar que el objetivo principal es analizar las estrategias de marketing puestas en práctica por el “Depósito Hermanos Renjifo Mancilla” en la ciudad de Babahoyo durante el periodo 2023, y así comprender como una mala implementación puede afectar su posicionamiento, desempeño y competitividad en el mercado minorista de la zona.

Luego de haber analizado la entrevista con la propietaria de la empresa “Depósito Hermanos Renjifo Mancilla”, se descubrió que la misma carece de un plan de marketing que disponga estrategias de marketing digital innovadoras, esto debido a la falta de conocimiento en el campo.

Este negocio se ha visto afectado de forma negativa a causa de que cuenta con una comunicación limitada al solo tener como medio de difusión la cuenta personal de la propietaria y esto va ligado con la poca información sobre la identidad de la empresa en línea y sus productos, al mismo tiempo que no se está atrayendo a nuevos clientes y fidelizar a los clientes actuales mediante estrategias persuasivas por parte de la empresa.

En un principio no se mostró interés por parte de la propietaria, sin embargo, después de realizar una indagación entendió la importancia y los beneficios de seguir un plan de marketing.

Esta implementación deficiente de estrategias de marketing digital da como resultado el desaprovechamiento de las oportunidades que brinda el entorno ampliamente digital en el que se encuentra sumergido el mercado actualmente y demuestra que se tiene un gran margen de mejora en este aspecto.

Analizando los resultados obtenidos a través de la encuesta, una gran parte de las personas encuestadas ha comprado y dado uso de los materiales que proporciona la empresa, sin embargo, un porcentaje bastante alarmante ha contestado que no han visto ningún tipo de publicidad en redes sobre esta entidad. Lo que da pie a innovar con nuevas estrategias de marketing digital, con un alto respaldo por parte de los encuestados en función de su inclinación a visualizar contenido relacionado con promoción de los productos ofrecidos por el depósito Hermanos Renjifo Mancilla.

Esto se complementa con la gran aceptación por parte de los individuos encuestados, quienes respondieron que la empresa debería adoptar nuevas estrategias de marketing digital, dando paso a un posicionamiento más marcado en las diferentes plataformas digitales.

A través de la encuesta también se descubrió cuan frecuente es el uso de redes sociales en la población de la ciudad de Babahoyo, resultando en que la mayoría de personas invierte al menos 1 hora al día en redes sociales. Además, se conoció cuáles son las plataformas de mayor interés por parte de las personas encuestadas en las que les gustaría visualizar publicidad.

Esto resulta beneficioso para la empresa ya que es posible desarrollar estrategias de marketing digital promoviendo la difusividad de la información a detalle perteneciente a la empresa y sus productos, mismas que deben de ser captadas con atención por los clientes potenciales para incitar la decisión de compra. En conclusión, estos datos permiten demostrar que una estrategia de marketing digital desarrollada de forma correcta es crucial para mejorar el posicionamiento del Depósito en el mercado.

## CONCLUSIONES

La empresa no cuenta con un plan de marketing adecuado para promocionar sus productos, lo que convierte en una tarea difícil aumentar los ingresos y atraer nuevos clientes, al igual que carece de una red social propia de la empresa. Esto se debe principalmente a que los encargados no están familiarizados con el marketing digital y su implementación eficaz, dando como resultado una baja demanda de los productos de la empresa, provocando que las personas busquen otras alternativas en el mercado.

A través de la encuesta se pudo conocer cual era el uso y cantidad de horas invertidas en redes sociales por parte de los ciudadanos de Babahoyo. El efecto negativo que se produce al no tener una presencia en línea es notorio, ya que la gran cantidad de encuestados pasa al menos una hora en redes y un gran porcentaje no tiene conocimiento sobre alguna red social del “Depósito Hermanos Renjifo Mancilla”, al mismo tiempo que no se está generando la decisión de compra en los clientes potenciales.

El principal desafío al que se enfrenta la empresa es no contar con estrategias de marketing digital efectivas que puedan aprovechar las tendencias y comportamientos de los ciudadanos de Babahoyo. Los resultados obtenidos de la encuesta demuestran que un gran porcentaje de encuestados frecuentan redes sociales como Facebook, Tik Tok y WhatsApp, también existe un alto interés por parte de la población en visualizar contenido de promoción referente a los productos del “Depósito Hermanos Renjifo Mancilla”.

## **RECOMENDACIONES**

Con base a las conclusiones se recomienda que el “Depósito Hermanos Renjifo Mancilla” implemente una estrategia activa de marketing digital creando una Fan Page en redes sociales para interactuar con sus clientes, mejorar el posicionamiento y su presencia en línea.

Se sugiere desarrollar un plan de marketing que permita la creación de contenido relevante destinado a las redes sociales con el objetivo de llegar a los usuarios que invierten al menos 1 hora en plataformas digitales, promocionando los productos ofertados por el “Depósito Hermanos Renjifo Mancilla” y así convertirlos en clientes de la empresa.

Se recomienda llevar a cabo un plan de marketing de redes para el “Depósito Hermanos Renjifo Mancilla” en la ciudad de Babahoyo, orientado a la elaboración de perfiles en distintas redes sociales como Tik Tok y Facebook, creación de publicidad con copywriting para persuadir clientes potenciales e implementar estrategias de publicidad para mejorar la visibilidad.

## REFERENCIAS

- Alcántara Hernández, R., & Vega Barrios, A. (2021). Redes Sociales en el Marketing. En F. G. Morales, *redes sociales*. Recuperado el Julio de 2024, de <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-en-las-redes-sociales/>
- Coca Carasila, A. M. (2008). EL CONCEPTO DE MARKETING: PASADO Y PRESENTE. *Revista de ciencias sociales*, XIV(2), 391-412. <https://doi.org/1315-9518>
- Criollo M, E. (2023). “ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA DE SERVICIOS DE MARKETING DIGITAL EN LA CIUDAD DE MANTA”. UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO. Obtenido de <http://repositorio.sangregorio.edu.ec/bitstream/123456789/3069/>
- De Luca Piguave, Y. Y. (2024). *Dspace utb*. Recuperado el Julio de 2024, de <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/15819/E-UTB-FAFI-COM-000382.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Espinoza, F. X. (2020). La creación de fanpage en el desarrollo de emprendimientos locale. *REVISTA SAN GRAGORIO*, 90. <https://doi.org/10.36097>
- Fernandez-Lores, S., & López-Rua, M. d. (2017). Comunicación y marketing de contenidos. *Research Gate*, 7(2). Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/326159848\\_Capitulo\\_7\\_Comunicacion\\_y\\_marketing\\_de\\_contenidos](https://www.researchgate.net/publication/326159848_Capitulo_7_Comunicacion_y_marketing_de_contenidos)
- Frias P, L., & Novoa V, D. (2021). *Propuesta de implementación a través de Facebook para la captación y fidelización de clientes en la línea de negocio de seminarios sobre inversiones en bienes raíces en el context*. Tesis de Grado. Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.12404/18396>
- Giraldo, V. (2019). *rockcontent*. Recuperado el 2024, de <https://rockcontent.com/es/blog/copywriting/>

- Jiménez M, G., Román S.M, A., & Ruíz A, L. (2022). El papel del copywriting en la publicidad en el ambito digital. *Textualvisualmedia*. <https://doi.org/10.56418>
- Jiménez-Marín, G., Román-San-Miguel, A., & Ruíz Acín, L. (2022). El papel del copywriting en la publicidad en el ambito digital. *Textualvisualmedia*. <https://doi.org/10.56418>
- Lozano-Torres, B. V., Toro-Espinoza, M. F., & Calderón-Argoti, D. J. (2021). El marketing digital: herramientas y tendencias actuales. *Revista Científica Dominio de las Ciencias*, 7(6), 908-921. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.23857/dc.v7i6.2371>
- Pedreschi Caballero, R. J., & Nieto Lara, O. M. (2021). Las redes sociales como estrategia de marketing en las pequeñas y medianas empresas del distrito de Aguadulce, provincia de Coclé, Panamá. 5(2). <https://doi.org/2309-6373>
- Peña R, K., & Montes de Oca R, A. (2023). *Marketing de Contenidos como estrategia para la atracción de clientes en Selina Perú*. Repositorio de Tesis PUCP. Recuperado el Julio de 2024, de <http://hdl.handle.net/20.500.12404/24594>
- QUINTERO, I. R. (2020). Que Es Una Fanpage. *Scribd*. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/462678833/que-es-una-fanpage>
- Redacción CN. (19 de Diciembre de 2019). Recuperado el Julio de 2024, de Crecenegocios: <https://www.crecenegocios.com/estrategias-de-marketing/>
- Universidad ORT. (2021). *Estrategias de marketing: qué son, qué tipos existen y algunos ejemplos*. BLOG, Universidad ORT. Obtenido de <https://facs.ort.edu.uy/blog/estrategias-de-marketing>

## ANEXOS

### Anexo 1. Carta de autorización del decano a la empresa.

	<p>UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO FACULTAD ADMINISTRACION FINANZAS E INFORMÁTICA DECANATO</p>	
---	--	---

Babahoyo, 10 de junio de 2024  
D-FAFI-UTB-00457-2024

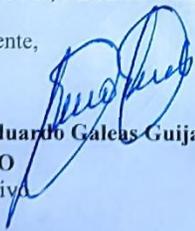
Sra.  
María Renjifo Mancilla.  
**GERENTE DE LA EMPRESA DEPÓSITO HERMANOS RENJIFO MANCILLA.**  
Ciudad. -

De mis consideraciones:

Reciba un cordial saludo por parte de la Facultad de Administración, Finanzas e Informática de la Universidad Técnica de Babahoyo, donde formamos profesionales altamente capacitados en los campos de Tecnologías de la Información y de Administración, competentes, con principios y valores cuya practica contribuye al desarrollo integral de la sociedad, es por ello que buscamos prestigiosas Empresas e Instituciones Públicas y Privadas en las cuales nuestros futuros profesionales tengan la oportunidad de afianzar sus conocimientos.

El señor **ALEXIS ENRIQUE TOBAR RENJIFO** con cédula de identidad No. **120706391-6** estudiante de la Carrera de Comercio, matriculado en el proceso de titulación en el periodo ABRIL – AGOSTO 2024, trabajo de titulación modalidad de examen de carácter complejo, previo a la obtención del grado académico profesional universitario de tercer nivel como LICENCIADO EN COMERCIO, solicita por intermedio del Decanato de esta Facultad el debido permiso para realizar su estudio de caso con el tema: **“ESTRATEGÍAS DE MARKETING DIGITAL EN LA EMPRESA COMERCIAL DEPÓSITO HERMANOS RENJIFO MANCILLA, DE LA CIUDAD DE BABAHOYO, PERIODO 2023”**.

Atentamente,

  
**Lcdo. Eduardo Galeas Guijarro**  
DECANO  
c.e: Archiva



DEPOSITO HNOS RENJIFO MANCILLA  
RUC 1204397564001  
**María Rejifo M.**  
BABAHOYO-PROVINCIA-LOS RÍOS  
*María Renjifo*

Av. Universitaria Km 2 ½ vía Montalvo. Teléfono (05) 2572024 e-mail: decanotofafi@utb.edu.ec	Elaborado por: Ing. Marilyn Coloma Aguilar	Revisado por: Lcdo. Eduardo Galeas Guijarro, MAE
---	---	---

**Anexo 2.** Carta de autorización de la empresa.

**DEPÓSITO "HNOS RENJIFO  
MANCILLA"**

Babahoyo, 12 de junio 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 el Depósito "Hermanos Renjifo Mancilla" de la ciudad de Babahoyo de la provincia de LOS RÍOS.

Por medio de la presente me dirijo a usted para comunicarle que se ha **AUTORIZADO** al estudiante **TOBAR RENJIFO ALEXIS ENRIQUE** 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 DIGITAL DE LA EMPRESA COMERCIAL DEPOSITO HERMANOS RENJIFO MANCILLA, DE LA CIUDAD DE BABAHOYO, PERIODO 2023**, el cual es requisito indispensable para poder titularse.

Sin otro particular me suscribo de usted

Atentamente

**DEPOSITO HNOS RENJIFO MANCILLA**  
RUC 1204397564001  
**María Rejifo M.**  
BABAHOYO-PROVINCIA-LOS RÍOS

*María Rejifo*

Renjifo Mancilla María Isabel

1204397564

[renjifo062019@gmail.com](mailto:renjifo062019@gmail.com)

0959817928

  
**RECIBIDO**  
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO  
SECRETARÍA FAFI  
13-06-24 11:02  
FECHA: HORA:

### Anexo 3. Registro único de contribuyente.

## Consulta de RUC

RUC  
1204397564001

Razón social  
RENJIFO MANCILLA MARIA ISABEL

Estado contribuyente en el RUC

**ACTIVO**

#### Actividad económica principal

VENTA AL POR MENOR DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN COMO: LADRILLOS, RIPIO, CEMENTO, ETCÉTERA EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS.

Contribuyente fantasma NO

Contribuyente con transacciones inexistentes NO

Tipo contribuyente	Régimen	Categoría	
PERSONA NATURAL	RIMPE	NEGOCIO POPULAR	
Obligado a llevar contabilidad	Agente de retención	Contribuyente especial	
NO	NO	NO	
Fecha inicio actividades	Fecha actualización	Fecha cese actividades	Fecha reinicio actividades
2018-10-29	2021-01-04		2019-06-17

**Anexo 4.** Cuestionario de encuesta.

**1. ¿Conoce usted una red social de la empresa "Deposito Hermanos Renjifo Mancilla"?**

Si  
No  
No lo se

**2. ¿Ha comprado los productos que ofrece la empresa "Deposito Hermanos Renjifo Mancilla"?**

Si  
No  
Tal vez

**3. ¿Recomienda usted los productos de la empresa "Deposito Hermanos Renjifo Mancilla"?**

Si  
No  
Puede ser

**4. ¿Qué tipo de publicidad ha visto de la empresa en medios digitales?**

Fotos  
Videos  
Ninguno

**5. ¿Está de acuerdo con que la empresa implemente nuevas estrategias de marketing digital?**

Estoy de acuerdo  
No estoy de acuerdo  
Me da Igual

**6. ¿En qué red social le gustaría ver publicidad de la empresa?**

Tik Tok  
Facebook  
Instagram  
Youtube  
WhatsApp  
Todas las Anteriores

**7. ¿Qué tipo de contenido le gustaría ver en nuestras redes?**

Fotos y videos  
Reels  
Promoción de productos

**8. ¿Cuántas horas al día invierte en el uso de redes sociales?**

1 hora  
2 horas  
De 3 a 4 horas

**Anexo 5. Entrevista.**

<b>Pregunta</b>	<b>Respuesta</b>
<b>¿Tiene conocimiento sobre el marketing digital?</b>	
<b>¿Cuenta con una herramienta con la que pueda dar a conocer su empresa de forma digital?</b>	
<b>¿Ha aplicado alguna vez marketing digital? ¿De qué manera?</b>	
<b>¿Cree usted que la empresa proporciona suficiente información sobre sus productos en redes sociales?</b>	
<b>¿Considera usted que la empresa tiene éxito en persuadir a los clientes para que tomen la decisión de compra?</b>	
<b>¿Cuál es la causa principal de la escasa implementación de marketing digital?</b>	
<b>¿Estaría dispuesta a implementar nuevas estrategias de marketing digital mediante un plan de marketing?</b>	

## Anexo 6. Antiplagio.

 INFORME DE ANÁLISIS  
magister

### tobar - Trabajo Final corrección de plagio

**3%** Textos sospechosos

**2%** Similitudes  
< 1% similitudes entre comillas  
0% entre las fuentes mencionadas

**< 1%** Idiomas no reconocidos

**18%** Textos potencialmente generados por la IA (ignorado)

Nombre del documento: tobar - Trabajo Final corrección de plagio.pdf ID del documento: 40c15a294fcad2a9c830b0c7e293bf5e0d1c6a64 Tamaño del documento original: 243.97 kB	Depositante: ONOFRE ZAPATA VIVIANA DEL ROCÍO Fecha de depósito: 29/7/2024 Tipo de carga: interface fecha de fin de análisis: 29/7/2024	Número de palabras: 7132 Número de caracteres: 48.397
--	---	--

Ubicación de las similitudes en el documento:



#### Fuentes de similitudes

##### Fuentes principales detectadas

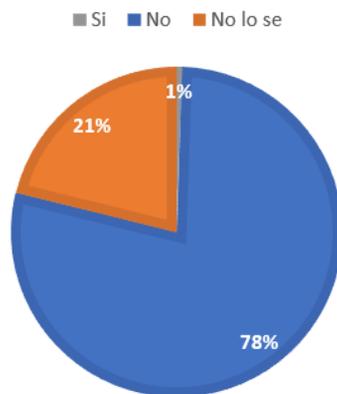
N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	 Documento de otro usuario #0642a7 El documento proviene de otro grupo 2 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (47 palabras)
2	 textualvisualmedia.com <a href="https://textualvisualmedia.com/index.php/btvmedia/article/download/300/211">https://textualvisualmedia.com/index.php/btvmedia/article/download/300/211</a>	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (39 palabras)
3	 www.mediummultimedia.com   Los principales canales utilizados en marketing d... <a href="https://www.mediummultimedia.com/marketing/que-canales-utiliza-el-marketing-digital/">https://www.mediummultimedia.com/marketing/que-canales-utiliza-el-marketing-digital/</a>	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (23 palabras)

## Anexo 7. Respuestas de la encuesta

### Gráfico 1

#### 1. ¿CONOCE USTED UNA RED SOCIAL DE LA EMPRESA "DEPOSITO HERMANOS RENJIFO MANCILLA"?

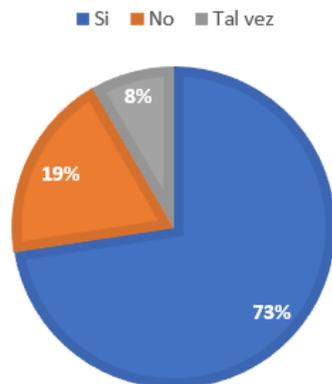
383 Respuestas



### Gráfico 2

#### 2. ¿HA COMPRADO LOS PRODUCTOS QUE OFRECE LA EMPRESA "DEPOSITO HERMANOS RENJIFO MANCILLA"?

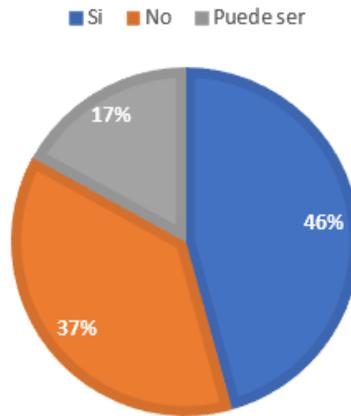
383 Respuestas



**Gráfico 3**

**3. ¿RECOMIENDA USTED LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA "DEPOSITO HERMANOS RENJIFO MANCILLA"?**

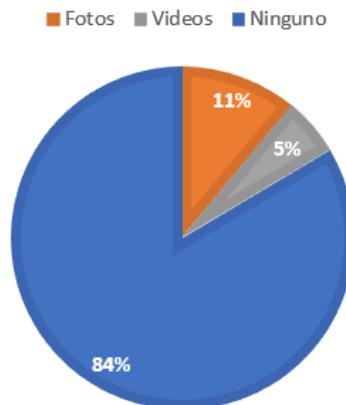
383 *Respuestas*



**Gráfico 4**

**4. ¿QUÉ TIPO DE PUBLICIDAD HA VISTO DE LA EMPRESA EN MEDIOS DIGITALES?**

383 *Respuestas*

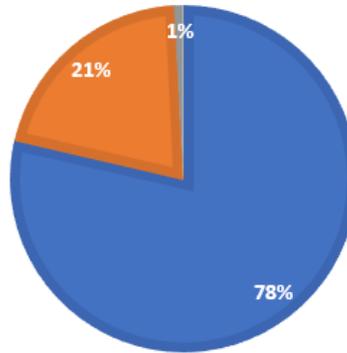


**Gráfico 5**

**5. ¿ESTÁ DE ACUERDO CON QUE LA EMPRESA IMPLEMENTE NUEVAS ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL?**

383 Respuestas

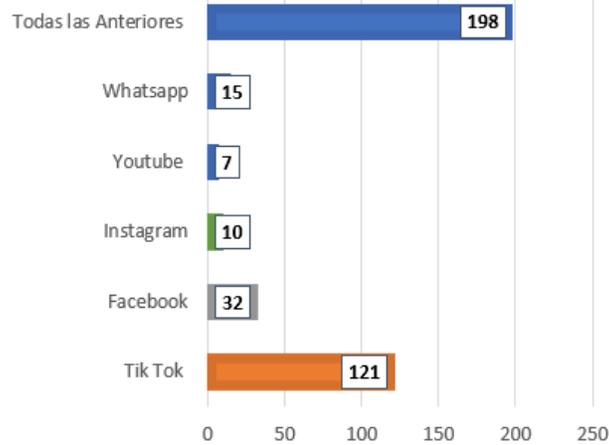
■ Estoy de acuerdo   ■ No estoy de acuerdo   ■ Me da Igual



**Gráfico 6**

**6. ¿EN QUÉ RED SOCIAL LE GUSTARIA VER PUBLICIDAD DE LA EMPRESA?**

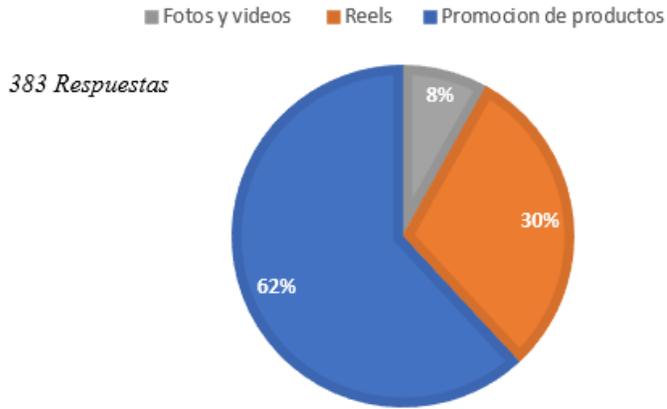
■ Tik Tok   ■ Facebook   ■ Instagram   ■ Youtube   ■ Whatsapp   ■ Todas las Anteriores



383 Respuestas

**Gráfico 7**

**7. ¿QUÉ TIPO DE CONTENIDO LE GUSTARÍA VER EN NUESTRAS REDES?**



**Gráfico 8**

**8. ¿CUÁNTAS HORAS AL DÍA INVIERTE EN EL USO DE REDES SOCIALES?**

