



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA

PROCESO DE TITULACIÓN

DICIEMBRE 2021 - ABRIL 2022

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

PRUEBA PRÁCTICA

INGENIERÍA COMERCIAL

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

TEMA:

**GESTIÓN DE MARKETING ESTRATÉGICO EN LA EMPRESA PC
SOLUCIONES DE LA CIUDAD DE BABAHOYO**

EGRESADO:

KARIM IVÁN DAHIK RIVERA

TUTOR:

ING. ALBERTO COLCHA SEILEMA

AÑO 2022

INTRODUCCIÓN

En la actualidad la gestión de marketing estratégico es algo fundamental para las empresas que quieren ser líderes en su mercado, la mayoría de las empresas exitosas cuentan con un departamento de marketing que les permite atraer a más clientes de los que normalmente cuentan, no solo que los atrae, sino que a su vez los fideliza, en algunos casos otras empresas ven esto como un gasto y no como una inversión, en ciertas ocasiones las empresas no cuentan con los recursos necesarios para implementar dichas estrategias que le permitan obtener beneficios.

El presente estudio de caso se lo realizó en la empresa PC Soluciones de la ciudad de Babahoyo, provincia de Los Ríos, con más de 9 años en el mercado la cual se dedica por excelencia a la venta de repuestos tecnológicos, mantenimiento y venta de equipos de computación, reparación de televisores, venta de antivirus para los ordenadores, instalación de software, venta de accesorios para todo tipo de computadoras, reparación y mantenimiento de computadoras de tipo escritorio, computadores tipo portátiles, servidores informáticos, unidades de discos magnéticos, unidades de memoria USB y distintos tipos de dispositivos de almacenamiento.

Por lo tanto, este caso de estudio plantea investigar la gestión de marketing estratégico que utiliza la empresa PC Soluciones de la ciudad de Babahoyo para lograr su posicionamiento en el mercado y la manera en que esto influye en sus clientes a la hora de adquirir un producto o servicio, el mismo que en ciertas ocasiones se ha visto complicado de efectuarse por su falta de implementación de estrategias de marketing, el escaso uso de las redes sociales, la ausencia de campañas publicitarias en los medios, poca inversión en el departamento de marketing, la ausencia de un análisis FODA y el poco conocimiento sobre sus competidores.

Por dicho motivo el objetivo de esta investigación es analizar la gestión de marketing estratégico que existe en la empresa PC Soluciones, siguiendo la línea de investigación Gestión financiera administrativa, tributaria, auditoría y control que está asociada con la sublínea de investigación Marketing y comercialización lo cual nos va a permitir recopilar información clave y a su vez sacar conclusiones que nos servirán para realizar el caso de estudio.

La metodología de investigación que se utilizará en el presente caso de estudio será la investigación descriptiva la cual nos ayuda detalladamente saber cuáles son los pasos que sigue la empresa al momento de realizar el marketing estratégico y la metodología bibliográfica que nos brinda distintos puntos de vista de varios autores con el fin de tener información relacionada con estrategias de marketing, la publicidad y la venta de productos.

El método de recolección de información será la entrevista y encuesta por medio de un cuestionario que tendrá diez preguntas las cuales serán realizadas a los clientes que con frecuencia visitan la empresa, así también efectuar una guía de entrevista al gerente de la empresa con el objetivo de conocer información real sobre lo que sucede.

Toda la información que se obtenga en el presente caso de estudio le servirá al gerente de la empresa para corregir los errores que se están cometiendo al momento de realizar la gestión de marketing estratégico con el fin de posicionarse en el mercado para obtener un mayor número de clientes generando mayores ingresos a los actuales.

DESARROLLO

La empresa PC soluciones se encuentra ubicada en la ciudad de Babahoyo, Los Ríos, en las calles Gral. Barona y Barreiro, esta empresa es muy destacada en sus labores por brindar un excelente servicio, se dedica a la venta de repuestos tecnológicos, mantenimiento y venta de equipos de computación, reparación de televisores, reparación y mantenimiento de computadoras de escritorio, computadoras portátiles, servidores informáticos, unidades de disco magnético, unidades de memoria USB y otros dispositivos de almacenamiento , con más de 9 años de trayectoria en el mercado local donde sus trabajadores laboran de forma muy profesional y eficaz siendo esto una característica muy marcada que los diferencia de sus competidores.

El mercado de este tipo de empresas es muy peleado en la ciudad de Babahoyo ya que existe mucha competencia local y no contar con estrategias de marketing es estar en desventaja a la hora de competir ya que esto en la mayoría de los casos suele ser el punto por el cual los clientes se inclinan en dar prioridad a ciertas empresas por encima de otras.

El problema en la empresa radica a partir de que existen muchos inconvenientes en la gestión de marketing estratégico, no cuenta con un plan de marketing bien estructurado que le permita captar más clientes, posicionarse en el mercado y de esta manera dar a conocer su negocio, teniendo consigo que la publicidad que realizan es muy sencilla y poco atractiva, provocando una descoordinación entre marketing y las ventas, la falta de conocimientos en técnicas de marketing ha hecho que la empresa no logre desempeñarse de la manera más óptima en cuanto a publicidad respecta ya que no están siendo tan populares en el mercado debido a que no ven el marketing como su principal herramienta para competir con el resto.

Una de sus debilidades principales es la manera de como dan a conocer sus productos o servicios con los clientes, teniendo poca actividad publicitaria y la inexistencia de un plan de marketing estratégico en la empresa ocasionando poca competitividad en el mercado local.

En un rol estratégico, el marketing busca transformar los objetivos corporativos y la estrategia empresarial en una posición competitiva en el mercado. Esencialmente, la preocupación se centra en diferenciar nuestros productos para que satisfagan las necesidades del cliente de una manera más eficaz que sus competidores. (Zamarreño Aramendia, 2019, pág. 22)

Lastimosamente el crecimiento de la empresa se ve un poco estancado por distintos motivos importantes como la poca planificación estratégica publicitaria, la falta de un departamento de marketing, inexistencia de personal capacitado para manejar el marketing en la empresa, poca inversión en publicidad de los medios de comunicación local, carencia de un análisis DAFO, el escaso uso de publicidad en internet.

Para la empresa PC Soluciones es un problema muy importante el hecho de no saber cómo manejarse en el ámbito publicitario, ya que esto es una desventaja muy grande al momento de competir en el mercado local, no existe un estudio de mercado bien desarrollado que una de las cosas que le permitiría es analizar y conocer de manera correcta cuáles son sus verdaderos competidores para así poder realizar una buena estrategia que le ayude a tener la acogida necesaria con el público.

La investigación de mercados está vinculada al área de marketing y su actividad se centra en la realización de estudios que permitan tomar decisiones, con el menor riesgo posible, facilitando información útil para los objetivos que se hayan planteado. Lo habitual es que se planten dentro del ámbito comercial o de marketing, aunque se utilizan herramientas de recogida de información muy similares en todo el ámbito social. (Villaverde Hernando, Monfort de Bedoya, & Merino Sanz, 2020, pág. 17)

La publicidad que realiza la empresa es poco llamativa y no se acopla a las necesidades de ésta puesto que el gerente manifiesta que no cuenta con el conocimiento y las herramientas necesarias para llevar a cabo dicha publicidad, ya que todo el peso recae sobre el gerente por no contar con un departamento de marketing especializado que le permita tener buenos resultados a la hora de promocionar los productos y servicios que ofrece.

Las empresas de mayor éxito son aquellas que parten de un real conocimiento de las condiciones actuales del entorno, mercado, clientes, competencia y la propia organización. Esto les permite ser creativas e innovadoras para satisfacer en mejor forma las verdaderas necesidades y expectativas de sus clientes, al proporcionarles una oferta mejor que la competencia. (Schnarch Kirberg, 2021, pág. 93)

Si bien es cierto la empresa se dedica a vender y dar mantenimiento a equipos tecnológicos, equipos de computación, lo curioso es que no utiliza mucho estas herramientas para dar a conocer su negocio, ya que el gerente considera más importante la atención al cliente y el servicio que ofrecen sus empleados por encima de la publicidad de la empresa.

Es importante aclarar que el gerente está dispuesto a recibir ideas y consejos de personas especializadas en el tema de publicidad y todo lo que tenga que ver con el marketing estratégico debido a que su objetivo es mejorar significativamente sus ventas y poder llegar a obtener más reconocimiento por parte del público considerando que siempre hay margen para mejorar y aumentar sus ingresos.

Unos de los grandes problemas de la empresa que ocasiona el no poder contar con buenas estrategias de marketing es que no les permite tener un buen posicionamiento en el mercado local debido a que los clientes no están muy al tanto de cuáles son sus nuevos productos en stock y esto ocasiona tener una desventaja en el mercado.

Cuando hablamos de un correcto posicionamiento en el mercado nos referimos a que el producto, servicio y marca se destaque por encima de la competencia, especialmente cuando existen ciertos productos similares, facilitando la comercialización de los productos a precios superiores, manteniendo distancia de la competencia en cuanto a resultados.

La importancia de ahorrar e invertir dinero destinado al marketing estratégico es un punto clave a la hora de mejorar la imagen de las empresas, se pudo conocer que en la empresa existe muy poca inversión al momento de realizar todo tipo de actividades asociadas a campañas publicitarias para dar a conocer su marca lo que es muy llamativo teniendo en cuenta la importancia de esto, ya que esto ocasiona que sea mucho más difícil lograr captar a más clientes.

Por otra parte, es importante tener claro que la publicidad es una herramienta necesaria cuando se trata de marketing estratégico, permite que la empresa logre promocionar su marca, productos, servicios que ofrece al público de manera que se sientan atraídos por el tipo de mensaje que transmite basándose en el tipo de productos que se ofrece, logrando mucha más competitividad en el mercado.

Se pudo observar que una de las formas que más utiliza la empresa al momento de realizar publicidad, es contratar a personas que entreguen hojas volantes en ciertos barrios de la ciudad, indicando cuales son los beneficios que ofrecen y toda su línea de productos. No obstante, estas hojas volantes no están siendo entregadas en zonas llamativas que le permitan a la empresa captar con mucha facilidad la atención de las personas que pasan por el lugar que se las entrega.

Si bien es cierto la empresa ha utilizado esta herramienta desde sus inicios porque considera que es un método muy económico que le permite ahorrar dinero, en la actualidad esta manera de hacer publicidad ya no es la más utilizada, ya que existen muchas formas más fáciles

y efectivas de captar la atención de las personas, una de ellas es la tecnología por medio de anuncios publicitarios en páginas web.

También se pudo conocer que la empresa le da muy poca utilidad al tipo de anuncios a través de plataformas online ya que no cuenta con personas especializadas que se dediquen a la administración de sus redes sociales tales como Facebook, Twitter, Instagram teniendo como consecuencia que el mismo dueño sea el encargado del manejo de ellas, siendo poco actualizadas y llamativas las publicaciones que realiza y a su vez no cuenta con mucha popularidad en ellas.

Es importante saber que, el marketing digital representa un cambio drástico en cómo se realizan las búsquedas y compras de bienes y servicios a través de la publicidad, las campañas y recomendaciones de los clientes en las redes sociales. Los clientes toman la decisión bajo las recomendaciones y opiniones de familiares, amigos y terceros. Con el marketing digital, el posicionamiento de una marca se logra a través de generación de contenido, conversaciones y opiniones, pues así se tiene un contacto más directo con el público. (Shum Xie, 2021, pág. 27)

Vale aclarar que la empresa utiliza la red social de WhatsApp como prioridad para tener una relación más cercana con el cliente debido a que es una herramienta muy fácil de utilizar, es de respuesta inmediata, puesto que esta aplicación permite publicar estados en donde la empresa puede subir anuncios sobre todo tipo de mercadería nueva que tienen en venta, los precios, las promociones teniendo mucha interacción con los clientes ya que es muy popular y la mayoría de las personas la tiene descargada en sus dispositivos móviles.

Una red social es una estructura de interacción que puede pensarse completamente fuera de la web o la conectividad, pues se trata de una red de intercambio trazada entre los diferentes miembros de una comunidad, que cobra relativa estabilidad en el tiempo. (Boyeras , Tabachnik, Marin , & Kaper, 2019, pág. 4)

Una parte fundamental del marketing estratégico en las empresas es analizar y conocer muy bien quienes son los competidores, en el caso de la empresa que está siendo objeto de estudio de caso no tiene definido con claridad quienes son sus competidores directos y por consecuencia no tienen claro cuáles son los precios que manejan, cuáles son sus promociones, cuáles son los métodos que utilizan para darse a conocer con el público es por eso que es necesario saber que el análisis de la competencia es el proceso que las empresas realizan para estar preparados al momento de competir, para identificar los objetivos, debilidades, fortalezas y estrategias que utiliza sus competidores con el fin de tener claro las amenazas y poder lograr anticiparse a ellas, es una parte importante cuando se quiere lograr el éxito de la empresa.

El público objetivo o target es un recorte demográfico, socioeconómico y comportamental de un grupo compuesto por los futuros consumidores del producto o servicio de la empresa. Es para esta muestra que van dirigidas las acciones de Marketing y ventas. (Schüler, 2020)

Se pudo conocer de la empresa al momento de llevar a cabo sus actividades, no conoce con claridad su público objetivo lo que hace más difícil la tarea de poner en marcha la actividad estratégica de marketing por lo que hay que saber que la segmentación de mercados es algo básico y fundamental en las empresas ya que este método permite separar a los posibles clientes en diferentes grupos, logrando mucha más facilidad al momento de enviar un mensaje al público correcto.

Según (Vega, 2022) La estrategia de promoción tiene el propósito de influir en la actitud y comportamiento del cliente o prospecto utilizando herramientas como la publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, marketing directo y ventas personal.

Una de las estrategias que ha puesto en marcha la empresa PC soluciones es premiar a sus clientes más destacados realizando descuentos en su segunda compra de algún producto seleccionado aplicando las debidas restricciones con el propósito de que el cliente se sienta parte

importante de la empresa teniendo como objetivo que el cliente prefiera visitar primero la empresa por encima de la competencia logrando tener fidelidad por parte del cliente.

Hay que tener en cuenta que, tanto la satisfacción como la fidelización de los clientes es fruto de la percepción de que lo que reciben de la empresa es suficientemente valioso como para justificar el esfuerzo personal, en forma de precio, incomodidades e inseguridades, que han de invertir en la relación. La satisfacción y fidelización también se basa en la creencia de que la opción elegida no es ya buena en sí misma, sino en comparación con las otras alternativas posibles. (Cestau Luz, 2021, pág. 39)

Este tipo de estrategias logra un impacto positivo en el cliente ya que se pudo demostrar a través de encuestas, que la mayoría de las veces que un cliente adquiere dos o más productos, al siguiente mes vuelve y realiza más compras debido al buen servicio y promoción que se le ofreció dejando como resultado la satisfacción del cliente lo que es una parte fundamental cuando se quiere lograr el éxito en un negocio.

Es de mucha importancia el hecho de realizar propagandas llamativas que generen buenas expectativas en el público, si bien es cierto la empresa que está siendo caso de estudio realiza propagandas, no están teniendo la acogida que se esperaba por parte del público, por lo que el gerente espera mejorar en ese aspecto considerando que, si la marca genera contenidos interesantes y llamativos, la probabilidad de que se compartan y se hagan virales se hace mucho más elevada, con lo cual los propios contenidos serán los que hablan por ti y atraerán a otros usuarios que se sientan en sintonía con el mensaje de tus contenidos. (Vélez Heredia, 2020, pág. 406)

Se pudo notar que una de las formas que emplea la empresa al momento de saber si el cliente está de acuerdo con la publicidad que se emplea, es que se les pide a los clientes que visitan la tienda, se sientan libres de dejar sus comentarios y reseñas en un buzón, con el fin de

saber su opinión para lograr cambiar lo que se está haciendo mal, por lo que es un método muy fácil y económico de emplear.

El estudio del cliente, sus necesidades, sus expectativas, demandas y satisfacciones se ha convertido en una herramienta de gestión estratégica empresarial que todas las empresas, independientemente de su tamaño y sector de actividad, deben desarrollar para ofrecer un servicio de calidad. De este modo, la gestión de la relación con el cliente permite ofrecer un valor añadido y diferencial, con la finalidad a corto plazo de satisfacer a sus clientes, y a largo plazo de fidelizarlos, pues este debe ser el objetivo comercial de toda empresa. Esto exige salir al mercado para escuchar su voz e identificar las necesidades que tienen los clientes, y así poder desarrollar productos y diseñar servicios que puedan satisfacer dichas necesidades. (Sánchez Fernández & Jiménez Castillo, 2020, pág. 12)

También se pudo conocer que una de las estrategias que ha empleado la empresa al momento de entregar cierto producto al cliente, es a través del servicio a domicilio que ofrecen, debido a que existen clientes que viven en zonas lejanas de la ciudad, permitiéndole al cliente obtener el producto desde la comodidad de su casa simplemente realizando una llamada telefónica a la empresa, sin necesidad de visitar la tienda utilizando este medio como un canal de distribución.

La desventaja al momento de utilizar este método en la empresa es que en varias ocasiones la ciudad presenta mucho tráfico vehicular en ciertas horas de la tarde lo que en ocasiones hace más difícil y demorada la entrega del producto hasta el domicilio del cliente, ocasionado ciertas quejas por parte del cliente que utiliza este método de adquisición de mercadería.

Es importante tener en cuenta que, la distribución de mercancías a domicilio tiene su particularidad en el canal de distribución urbano y, en efecto, en la cadena de suministro, ya que es el eslabón adicional, que no forma parte de la cadena logística hasta que la mercancía fluye hasta el establecimiento comercial o al consumidor final preferiblemente. Una de las características de este agente es que el transporte de las mercancías no pasa por ningún establecimiento detallista, sino que se realiza directamente desde un almacén o plataforma hasta el domicilio. (Eslava Sarmiento, 2017, pág. 398)

Lo que hay que destacar es que la empresa PC Soluciones brinda un servicio de calidad y ofrece productos tecnológicos que no se encuentran en cualquier tienda de la ciudad, acompañado de una excelente atención al cliente logrando en muchas ocasiones que el cliente se encargue de recomendar la empresa sin necesidad de invertir dinero en publicidad, a esto se le llama marketing de boca a boca.

Según Gonçalves (2018) “El marketing de boca a boca es una técnica publicitaria que consiste básicamente en generar una discusión natural sobre tu negocio o marca y destaque las ventajas de lo que ofreces”.

El análisis del consumidor es una parte muy importante a la hora de formular estrategias de marketing puesto que, el consumidor es la esencia de toda la acción de marketing; por tanto, este análisis es uno de los más importantes. Cuando se habla de consumidor es necesario hablar tanto de los consumidores actuales como de los potenciales, aquellos que podrían llegar a una compañía pero que por alguna razón aun no lo hacen. (Hoyos Ballesteros, 2021, pág. 76)

Este es otro factor que se pudo conocer, a la hora de realizar la estrategia de marketing que utiliza la empresa, no parte desde un análisis del consumidor para saber cuáles son sus expectativas del producto, cuáles son sus preferencias a la hora de elegir un servicio, saber sus necesidades y que esperan encontrar en la empresa para poder satisfacer esas necesidades.

Otra deficiencia que se suma a esto es la falta de conocimiento que existe en cuanto a la segmentación de mercado, en este aspecto la empresa no tiene seleccionado cuáles son los tipos de consumidores que se desea llegar, a que sector geográfico seleccionar y tipo de conducta que toma el cliente al momento de adquirir un producto.

Hay que tener en cuenta que la segmentación de mercado es un método por el cual se pueden dividir a los clientes potenciales en distintos grupos, los cuales, permiten que las empresas puedan enviar mensajes personalizados a las audiencias correctas. La segmentación como término general puede dividirse en otras categorías como segmentación por ubicación, u otras categorías más precisas como segmentación por edad. (Aranda Castillo, 2018)

El descuido en la gestión de marketing estratégico acarrea distintos problemas en la empresa debido a que no están teniendo un crecimiento notable por lo que es de mucha urgencia para la empresa realizar un plan de marketing en donde le permita tener detallado por escrito todas estrategias, los medios, los canales de comunicación, los objetivos y los pasos para conseguirlos.

En la actualidad el Marketing mix en las empresas es una herramienta importantísima a la hora de llevar a cabo estrategias de marketing, es de mucho valor saber las alternativas que ofrece este proceso y todo lo que conlleva ejecutarlo, en la empresa pc soluciones no existe conocimiento sobre las ventajas que permite realizar el marketing mix, por lo que está claro que el administrador de la empresa no tiene conocimientos de lo que es el marketing en general.

Aplicar esta técnica le generaría a la empresa más ventas de las actuales, satisfacer mucho más rápido al público, saber que vender y la forma en realizarlo para con ello poder alcanzar los objetivos reales. Si bien es cierto se aplican técnicas de publicidad para lograr la captación de público, estas no están siendo muy eficaces y eficientes, por lo que el administrador

espera mejorar en ese aspecto teniendo en cuenta la importancia y de lo que se obtiene mediante este proceso del marketing estratégico.

La estrategia de presencia es un método muy común en las empresas que se destacan en cuanto a estrategias de marketing al momento de querer llamar la atención de los clientes, este método no se está aplicando de la mejor manera en la empresa por lo cual es inminente realizar cambios en ese aspecto.

Se debe cuidar, entre otros, aspectos como la calidad, el diseño y la decoración, los colores, la música o los detalles hacia los clientes para conseguir que las instalaciones o el sitio web de tu empresa resulten acogedoras para el cliente. (Caldas Blanco & Hidalgo Ortega, 2021, pág. 77)

Tener un buen slogan es de mucha ayuda cuando se trata de dar a conocer una empresa, de tal forma que logre un impacto positivo a público, en muchas ocasiones el slogan define a la empresa, hay que tener en cuenta que, un slogan es una frase corta que busca representar una marca para promover la rápida identificación y memorización de sus productos y servicios por los consumidores. (Baltazar, 2019)

CONCLUSIONES

Se determinó que uno de los principales problemas que existen en la empresa “PC soluciones” es la inexistencia de un departamento de Marketing que le permita desarrollar estrategias competitivas que se adapten a sus objetivos con el fin de atraer nuevos clientes y a su vez fidelizarlos teniendo en cuenta que hay mucha competencia en el mercado local.

La carencia de un plan de marketing bien estructurado es un inconveniente importante dentro de la empresa, ocasionando que no se tengan objetivos claros y precisos, debido a esto tampoco se tiene una visión concreta de lo que se quiere lograr en un plazo determinado teniendo consigo la ausencia de estrategias innovadoras que le permitan sobresalir en el mercado por encima de la competencia.

La empresa no realiza de forma eficaz las estrategias de marketing online como el uso de plataformas digitales y redes sociales que le permita generar un impacto inmediato y positivo en el público teniendo en cuenta la popularidad de estas, dándole poca utilidad por falta de capacitación y conocimientos de los encargados del manejo de las redes, por lo que sus publicaciones son poco atractivas y no logran llamar la atención de las personas.

La investigación muestra que la falta de inversión en estrategias de marketing es definitivamente una de las problemáticas principales que existen en la empresa, considerando que no tienen herramientas necesarias que le ayuden a mejorar su imagen, así como también la poca presencia en los medios de comunicación que le permita llegar al público para orientarlos hacia los productos y servicios que ofrece la empresa.

Bibliografía

Cestau Luz, D. (2021). *CRM y fidelización del cliente*. Ediciones Deldragón.

Aranda Castillo, A. (10 de Abril de 2018). *AB Tasty*. Obtenido de

<https://www.abtasty.com/es/blog/segmentacion-de-mercado-definicion-tipos-y-estrategia/>

Baltazar, M. (30 de Marzo de 2019). *rockcontent*. Obtenido de

<https://rockcontent.com/es/blog/slogan/#:~:text=Un%20slogan%20es%20una%20frase,ghairm%E2%80%9D%20significa%20%E2%80%9Cgrito%E2%80%9D>.

Boyeras , A., Tabachnik, I., Marin , C., & Kaper, F. (2019). *Redes Sociales - Técnicas de Marketing Digital*. Buenos Aires: RedUsers.

Caldas Blanco, M. E., & Hidalgo Ortega, M. L. (2021). *Empresa e iniciativa emprendedora 360°*. Editex.

Eslava Sarmiento, A. (2017). *Canales de distribución logístico-comerciales*. Ediciones de la U.

Gonçalves, W. (14 de Septiembre de 2018). *rockcontent*. Obtenido de

<https://rockcontent.com/es/blog/marketing-boca-a-boca/>

Hoyos Ballesteros, R. (2021). *Plan de marketing. Diseño, implementación y control*. MARGE BOOKS.

Sánchez Fernández, R., & Jiménez Castillo, D. (2020). *Manual de gestión de la relación con los clientes*. Universidad Almería.

Schnarch Kirberg, A. (2021). *Marketing para emprender*. Ediciones de la U.

Schüler, L. (25 de Mayo de 2020). *RD STATION*. Obtenido de

<https://www.rdstation.com/es/blog/publico-objetivo-cliente-ideal-buyer-persona/>

Shum Xie, Y. M. (2021). *Marketing digital: Navegando en aguas digitales, sumérgete conmigo*. Bogotá: Ediciones de la U.

Vega, D. L. (13 de febrero de 2022). *clickbalance*. Obtenido de clickbalance:

<https://clickbalance.com/blog/contabilidad-y-administracion/la-estrategia-de-promocion-como-herramienta-de->

[marketing/#:~:text=La%20promoci%C3%B3n%20es%20una%20herramienta,de%20una%20empresa%20o%20negocio.](https://clickbalance.com/blog/contabilidad-y-administracion/la-estrategia-de-promocion-como-herramienta-de-marketing/#:~:text=La%20promoci%C3%B3n%20es%20una%20herramienta,de%20una%20empresa%20o%20negocio.)

Vélez Heredia, C. (2020). *Gestión de ventas, marketing directo y utilización de redes sociales en la gestión comercial*. Elearning.

Villaverde Hernando, S., Monfort de Bedoya, A., & Merino Sanz, M. J. (2020). *Investigación de mercados en entornos digitales y convencionales: Una visión integradora*. ESIC Editoria.

Zamarreño Aramendia, G. (2019). *Marketing Estratégico*. España: Elearning.

ANEXO 1

ENTREVISTADO: Gerente de la empresa PC Soluciones

OBJETIVO: Identificar los procesos y acciones involucrados en la gestión de marketing estratégico de la empresa.

Guía de entrevista

1. ¿La empresa cuenta con un plan de Marketing estructurado?
2. ¿Cuántas personas trabajan en la empresa?
3. ¿La empresa cuenta con un departamento de marketing?
4. ¿Realiza la empresa un análisis DAFO?
5. ¿Existe una inversión destinada al marketing estratégico de la empresa?
6. ¿Qué procesos realiza la empresa al momento de llamar la atención de los clientes?
7. ¿La empresa utiliza las redes sociales como método de publicidad?
8. ¿Cree que las estrategias de Marketing son necesarias para alcanzar los objetivos de la empresa?
9. ¿Se implementan métodos para medir la satisfacción del cliente? ¿Cómo se implementan?
10. ¿Existe un análisis de la competencia por parte de la empresa?
11. ¿Actualmente la empresa cuenta con canales de distribución?
12. ¿El administrador tiene conocimientos sobre marketing?
13. ¿Considera que los productos que ofrece la empresa son innovadores?
14. ¿Existe en la empresa un estudio sobre segmentación de mercado?
15. ¿Considera eficiente el servicio a clientes que ofrece la empresa?
16. ¿Los empleados tienen conocimiento sobre el marketing estratégico?
17. ¿Considera importante la implementación de un slogan en la empresa?

18. ¿Se establecen en la empresa objetivos a corto y largo plazo? ¿Cuáles son?
19. ¿Considera que el marketing estratégico es una inversión o un gasto? ¿Por qué?
20. ¿Existen promociones sobre los productos y servicios que ofrece la empresa para fidelizar al cliente?

ANEXO 2

ENCUESTADOS: Clientes frecuentes de la empresa PC Soluciones

OBJETIVO: Determinar estrategias y procesos realizados en relación con el marketing estratégico de la empresa PC Soluciones.

Formulario de encuesta

1. ¿Con que frecuencia visita la empresa PC Soluciones?

- Todos los días
- Cada 10 días
- Cada mes

2. ¿Cómo conoció la empresa PC Soluciones?

- Por medio de recomendación de conocidos
- Por medio de redes sociales
- Por medio de letreros publicitarios
- Otros ¿Cuáles?

3. ¿Desde cuándo es cliente en la empresa PC Soluciones?

- Menos de un mes
- Más de un mes
- Más de un año

4. ¿Cuáles son los medios que considera oportunos para que la empresa realice publicidad?

- Televisión
- Radio
- Redes sociales
- sitios web
- Otros

5. ¿Recomendaría los productos que ofrece la empresa PC Soluciones?

- Si
- No
- Tal vez

6. ¿Considera que la empresa PC Soluciones debe mejorar en las estrategias de marketing?

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

7. ¿Alguna vez ha visto publicidad realizada a través de medios de comunicación sobre los productos y servicios que ofrece la empresa PC Soluciones?

- A veces
- Siempre
- Nunca

8. Los productos que la empresa PC Soluciones le ofrece se destaca por su:

- Calidad
- Precio
- Servicio
- Otros

9. ¿Qué factor usted prioriza a la hora de adquirir un producto de la empresa?

- servicio al cliente
- Facilidades de pago
- Promociones y descuentos

10. ¿Cree usted que la empresa ofrece promociones que llamen la atención del público?

- A veces
- Siempre
- Nunca

ANEXO 3



Document Information

Analyzed document	CASO DE ESTUDIO FINAL.docx (D131120215)
Submitted	2022-03-22T03:00:00.0000000
Submitted by	
Submitter email	kdahikr@fafi.utb.edu.ec
Similarity	3%
Analysis address	fmorales.utb@analysis.orkund.com

ANEXO 4

Babahoyo, 11 de Marzo del 2022

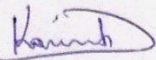
Ing.
Francisco Avilés Arcos
Gerente de la empresa "Pc soluciones"
En su despacho.

De mis consideraciones:

YO **Karim Dahik Rivera** con cédula de identidad **1208523223** estudiante de la Universidad Técnica de Babahoyo de la Facultad de Administración, finanzas e informática, carrera de Ingeniería Comercial, matriculado en el proceso de titulación periodo noviembre 2021 – abril 2022, le solicito a usted de la manera más comedida se sirva autorizar a quien corresponda se proceda otorgarme el permiso respectivo para realizar mi Caso de estudio denominado "GESTIÓN DE MARKETING ESTRATÉGICO EN LA EMPRESA PC SOLUCIONES DE LA CIUDAD DE BABAHOYO" el cual es requisito indispensable para poder titularme.

Esperando una respuesta favorable quedo de usted muy agradecido.

Muy atentamente



Karim Dahik Rivera
1208523223

