



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA**

**PROCESO DE TITULACIÓN**

**DICIEMBRE 2021 - MAYO 2022**

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

**PRÁCTICA**

**COMERCIO**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN SISTEMAS DE  
INFORMACIÓN**

**TEMA:**

Marketing digital en la empresa de internet Data Fiber del cantón Pueblo Nuevo periodo 2022

**EGRESADA:**

Carpio Peña Meiby Julissa

**TUTOR:**

Ing. Gaibor Gaibor July Yojana

**AÑO 2023**

## CONTENIDO

Planteamiento del problema .....	3
Justificación.....	5
Objetivos del estudio .....	6
Objetivo general .....	6
Objetivos específicos.....	6
Línea de Investigación.....	7
Marco conceptual .....	8
El marketing .....	8
El marketing digital .....	9
Los medios digitales .....	11
Los canales de medios digitales .....	12
Redes sociales.....	12
Sitio web.....	14
Buscadores.....	15
Publicidad de en línea.....	16
Estrategias de marketing digital .....	17
SEO (Search Engine Optimization).....	18
SEM (Search Engine Marketing) .....	19
Marketing digital en el mercado empresarial .....	20
Marco metodológico.....	21
Método.....	21
Técnica .....	21
Instrumento.....	21
Resultados.....	22
Discusión de resultados .....	27
Conclusiones.....	30
Recomendaciones .....	31
Bibliografía.....	32
Anexos .....	34

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

En los mercados competitivos, cada empresa trata de hacer posible el proceso para distribuir productos y servicios, atraer a los consumidores, para obtener los mejores beneficios. De acuerdo con esto, el proceso de comercialización se considera una de las operaciones más importantes para cualquier empresa. En la actualidad cada empresa tiene que centrarse en cuatro elementos principales para que el proceso de comercialización sea más efectivo.

Estos elementos son producto, precio, promoción y lugar. La "ciencia del marketing" ha sido evaluada como cualquier otra ciencia en los últimos años. Según esta evaluación, eso viene como resultado de muchos cambios en los mercados en todo el mundo. La mayoría de las empresas se convirtieron del marketing tradicional al marketing digital.

En el siglo pasado, las empresas en los roles de marketing tradicionales fueron operadas utilizando los medios disponibles, tales como: periódicos, televisión, radio y visitas de campo. Estos medios fueron suficientes para cubrir una muestra de consumidores en el mismo país o lugar regional. De acuerdo con el papel de la globalización y la competencia del mercado en aumento. Las empresas han comenzado a pasar del marketing tradicional a la digital.

Las empresas hoy en día tienen un canal restringido para mostrar sus productos o servicios y para comunicarse con sus clientes locales tienden a utilizar la estrategia de marketing a través de los sitios de redes sociales como Facebook, lo que lleva a los clientes a reaccionar a la actividad de marketing.

La falta de implementación de estrategias de marketing digital representa ser un gran problema para cualquier empresa que desee mantenerse competitiva en el mercado actual. En primer lugar, el marketing digital es una herramienta fundamental para llegar a una audiencia más amplia y diversa a través de diferentes canales en línea, incluyendo redes sociales, motores de búsqueda, correo electrónico y otros medios digitales.

Si una empresa no está presente en estos canales, puede perder la oportunidad de llegar a clientes potenciales y fidelizar a los actuales, lo que puede afectar su crecimiento y rentabilidad a largo plazo. Además, la falta de estrategias de marketing digital puede limitar el alcance de la marca y su capacidad para diferenciarse de la competencia.

El marketing digital es una de las principales formas de crear valor de las empresas de telecomunicaciones, como las líneas de telefonía móvil, y reducir la brecha de comunicación entre anunciantes y clientes. Además, puede reducir algunos problemas para llegar a la marca porque los clientes pueden acceder a la página de las compañías de telecomunicaciones en cualquier momento

La empresa Data FIBER es una empresa de internet ubicada en el cantón Pueblo Nuevo, cuyo objetivo principal es ofrecer servicios de internet de alta velocidad y calidad a sus clientes. Data FIBER se dedica a proporcionar una amplia gama de servicios de conectividad a internet, incluyendo acceso a internet de alta velocidad, soluciones de redes empresariales, servicios de alojamiento web y de correo electrónico, entre otros.

Frente al aumento de la competencia entre las empresas de internet del cantón Pueblo Nuevo, es necesario que las empresas implementen nuevas estrategias de marketing para promocionar sus productos y servicios. En este contexto, uno de los principales problemas que enfrenta Data FIBER es su falta de presencia en el ámbito digital, lo que le impide llegar a su público objetivo.

Data FIBER como una empresa en crecimiento debe buscar posicionarse como líder en el mercado local de servicios de internet. Por lo tanto, tiene que esforzarse por mantenerse actualizada en cuanto a las tendencias y tecnologías emergentes en el campo de la conectividad a internet, y busca constantemente mejorar su oferta de servicios para satisfacer las necesidades y demandas de sus clientes.

## JUSTIFICACIÓN

La investigación sobre el marketing digital en la empresa Data FIBER del cantón Pueblo Nuevo es importante porque permitirá identificar los problemas específicos que enfrenta la empresa en su estrategia de marketing digital. Al tener una comprensión clara de estos problemas, se podrán desarrollar soluciones efectivas para abordarlos y mejorar el rendimiento de la empresa en el mercado. La implementación de una estrategia de marketing digital basada en la publicidad por medio de contenido es esencial para mejorar el posicionamiento de la empresa Data FIBER en el mercado local de servicios de internet en el cantón Pueblo Nuevo. Esta estrategia permitirá a la empresa promocionar la calidad de sus servicios y atención al cliente a través de medios de comunicación masiva y llegar a una audiencia más amplia y específica en el entorno del marketing digital.

La aplicación del marketing digital no solo beneficiará a los dueños de la empresa, sino también a la población en general, porque garantizará el acceso a información precisa y de primera mano acerca de los servicios que ofrece Data FIBER. Además, la implementación de estrategias de marketing digital brindará a la empresa aumentar su nivel de posibles consumidores y pacientes de sus servicios y, a su vez, posicionar su imagen como marca en el área de internet en el cantón Pueblo Nuevo. En definitiva, la implementación de una estrategia de marketing digital efectiva es esencial para mejorar el posicionamiento y la rentabilidad de la empresa Data FIBER en el mercado local de servicios de internet en el cantón Pueblo Nuevo.

Además, la investigación permitirá identificar las mejores prácticas y tendencias actuales en el campo del marketing digital, lo que logrando que la empresa mantenerse al día y competir con éxito con otras empresas del mismo sector en el mercado. También es importante destacar que una investigación exhaustiva sobre el marketing digital en Data FIBER permitirá identificar nuevas oportunidades de mercado y nuevas formas de llegar a los clientes, lo que podría resultar en un aumento de las ventas y en el crecimiento de la empresa a largo plazo.

## **OBJETIVOS DEL ESTUDIO**

### **Objetivo general**

Analizar la aplicación del marketing digital en la Empresa de internet Data FIBER del cantón Pueblo Nuevo en el año 2022 para el posicionamiento de marca de la entidad.

### **Objetivos específicos**

1. Conocer los hallazgos problemáticos de marketing que existen dentro la empresa Data FIBER en el año 2022.
2. Describir toda la información referente a las estrategias de marketing digital en las empresas de servicio.
3. Determinar las consecuencias que los problemas de marketing digital existentes provocan en el posicionamiento de marca de la empresa Data FIBER.

## **LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

La investigación aplicada en este caso de estudio se enmarca en la línea de sistemas de información y comunicación, emprendimiento e innovación, y se enfoca específicamente en la sublínea de marketing y comercialización. La importancia de esta sublínea radica en la necesidad de desarrollar estrategias innovadoras y efectivas para promocionar los productos y servicios de las empresas y, en consecuencia, mejorar su posicionamiento y rentabilidad en el mercado.

En este contexto, el objetivo general de la investigación es analizar el impacto comercial de la aplicación del marketing digital en la Empresa de internet Data FIBER del cantón Pueblo Nuevo en el año 2022. Con este objetivo, se pretende identificar las ventajas y desventajas de implementar estrategias de marketing digital en la empresa, y cómo estas pueden contribuir a mejorar su presencia y rentabilidad en el mercado.

En definitiva, la línea de sistemas de información y comunicación, emprendimiento e innovación y su sublínea de marketing y comercialización son fundamentales para la mejora continua de las empresas en la actualidad. La implementación de estrategias de marketing digital es una herramienta esencial para la promoción y posicionamiento de las empresas en el mercado actual, y es necesario estudiar su impacto en la rentabilidad y competitividad de las empresas, como es el caso de la empresa Data FIBER.

## MARCO CONCEPTUAL

El presente estudio se enfoca en analizar la aplicación del marketing digital en la Empresa de internet Data FIBER del cantón Pueblo Nuevo en el año 2022, con el objetivo de evaluar las técnicas y estrategias de marketing digital que se aplican en la empresa para mejorar su posicionamiento en el mercado local de servicios de internet. En este sentido, el marco conceptual es una herramienta fundamental para entender y contextualizar los conceptos y teorías que sustentan la investigación.

En el marco conceptual se presentan los conceptos clave relacionados con el marketing digital, el posicionamiento de marca, las estrategias de marketing digital, el SEO, las redes sociales, la audiencia o target, la competencia y los medios de comunicación masiva. Estos conceptos son relevantes para entender la importancia de implementar estrategias de marketing digital efectivas en la empresa Data FIBER, con el fin de mejorar su presencia en el mercado local y atraer a un público más amplio y específico.

### **El marketing**

Se refiere a un conjunto de técnicas y estrategias utilizadas por las empresas para identificar, satisfacer y retener a sus clientes, con el objetivo de maximizar las ganancias y lograr un crecimiento sostenible en el mercado. El marketing es un proceso continuo que implica la investigación de mercado, el diseño y desarrollo de productos, la fijación de precios, la promoción y publicidad, y la distribución y venta de los productos. El marketing también se enfoca en la satisfacción de las necesidades y deseos de los clientes, lo que se logra a través de una comprensión profunda de sus necesidades y preferencias, y la adaptación de los productos y servicios para satisfacerlas de manera efectiva.

Según Armstrong & Kotler (2019), el marketing es el proceso social y administrativo por el que los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios. Es decir, el marketing implica un conjunto de actividades que tienen



como objetivo satisfacer las necesidades y deseos de los clientes mediante la oferta de productos y servicios que cubran esas necesidades y que sean intercambiados en el mercado.

El marketing es una disciplina amplia que incluye diferentes áreas como el análisis del mercado y de la competencia, la segmentación de mercado, la fijación de precios, la promoción y publicidad, la gestión de la marca, la investigación de mercados, entre otros aspectos. En resumen, el marketing es una herramienta fundamental para el éxito de cualquier empresa, debido a que permite conocer a los clientes, identificar sus necesidades y deseos, y ofrecerles productos y servicios que satisfagan esas necesidades y deseos de forma rentable para la empresa.

### **El marketing digital**

Es una estrategia que utiliza los medios digitales para promocionar productos o servicios de una empresa. Se enfoca en llegar a la audiencia correcta en el momento correcto, utilizando diferentes canales como redes sociales, correo electrónico, motores de búsqueda, entre otros. El objetivo del marketing digital es crear una relación de valor con los clientes, a través de la entrega de contenido relevante y útil que les ayude a tomar decisiones de compra informadas.

La era digital ha permitido a las empresas conectarse con su público objetivo de una manera más efectiva, medir el impacto de sus estrategias de marketing y obtener retroalimentación en tiempo real. El marketing digital es una herramienta esencial para las empresas que buscan mantenerse competitivas en el mercado actual y llegar a su audiencia de manera efectiva. A diferencia del marketing tradicional, el marketing digital se enfoca en el uso de plataformas digitales para llegar a un público más amplio y específico, lo que permite una mayor interacción y feedback con los clientes potenciales.

Según Núñez & Miranda (2020), reconocido autor de marketing, el marketing digital es el conjunto de herramientas digitales, como páginas web, redes sociales, aplicaciones móviles, correos electrónicos, entre otras, que se utilizan para crear, comunicar, entregar y cambiar ofertas que tienen valor para los clientes, socios y la sociedad en general. Por lo tanto, el marketing digital es un conjunto de técnicas y estrategias de marketing que se implementan en el entorno digital con el objetivo de promocionar y comercializar productos y servicios.

El marketing digital es un tema fundamental en el estudio de la empresa Data FIBER en el cantón Pueblo Nuevo, debido a que se trata de una empresa de internet que necesita desarrollar una estrategia sólida de marketing digital para mejorar su posición en el mercado y llegar a una audiencia más amplia y específica. El marketing digital implica el uso de técnicas y herramientas digitales, como el SEO, las redes sociales, el correo electrónico y la publicidad en línea, para promocionar y vender productos o servicios a través de internet.

En el caso de Data FIBER, la falta de estrategias de marketing digital ha sido identificada como un problema que limita su capacidad para llegar a nuevas audiencias y competir con otras empresas de internet en el cantón. Por lo tanto, el estudio del marketing digital se convierte en una herramienta fundamental para la empresa, debido a que le permitirá diseñar estrategias adecuadas que le ayuden a mejorar su presencia en línea y aumentar su base de clientes potenciales. De esta manera, el marketing digital se convierte en una estrategia importante para lograr los objetivos de la empresa y mejorar su posición en el mercado.

Las principales diferencias entre marketing y marketing digital radican en los canales de comunicación y enfoques estratégicos utilizados. Mientras que el marketing tradicional se enfoca en la publicidad en medios masivos como la televisión, la radio y los periódicos, el marketing digital utiliza canales en línea como redes sociales y motores de búsqueda para llegar a un público específico. Además, el marketing digital se enfoca en la interacción con los

consumidores a través de plataformas en línea, lo que permite una mayor segmentación y personalización de la comunicación.

### **Los medios digitales**

Se refieren a los canales de comunicación y difusión que utilizan tecnologías digitales, tales como internet, dispositivos móviles, redes sociales y aplicaciones en línea, para transmitir información y contenido. Los medios digitales se han convertido en una parte integral de la vida moderna y son cada vez más utilizados para comunicarse, informarse, entretenerse y realizar transacciones comerciales. Los medios digitales también han transformado la forma en que las empresas interactúan con los consumidores, permitiéndoles llegar a una audiencia más amplia y específica a través de herramientas como el marketing digital y la publicidad en línea.

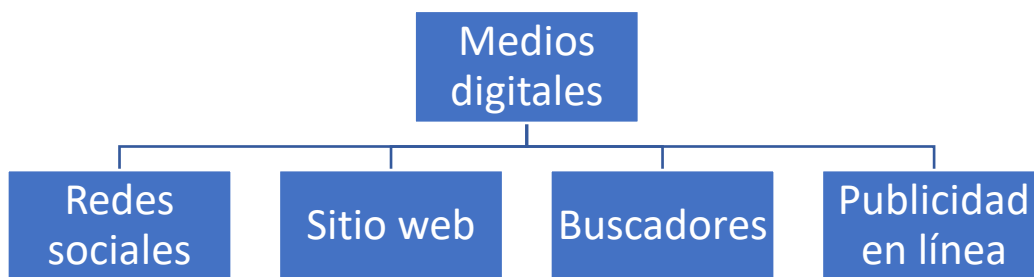
Según Moro, María, & Campo (2020), los medios digitales son canales de comunicación que se utilizan para enviar y recibir información a través de tecnología digital. Estos medios incluyen sitios web, correo electrónico, publicidad en línea, redes sociales, aplicaciones móviles, entre otros. Los medios digitales son una parte integral del marketing digital, debido a que permiten a las empresas llegar a su público objetivo de manera más eficiente y efectiva. A través de los medios digitales, las empresas pueden interactuar con los clientes, promocionar sus productos y servicios, y medir el impacto de sus esfuerzos de marketing en tiempo real.

Los medios digitales son una herramienta esencial para la comunicación y la difusión de información en el mundo actual y su uso efectivo puede ser beneficioso para las empresas y organizaciones en términos de alcance y efectividad en la implementación de estrategias de marketing. En el contexto de la investigación sobre la aplicación del marketing digital en la empresa de internet Data FIBER del cantón Pueblo Nuevo, los medios digitales son una parte fundamental de la estrategia de marketing digital que se busca implementar para mejorar el posicionamiento de la marca y llegar a una audiencia más amplia y específica.

## Los canales de medios digitales

Se refieren a las diferentes plataformas y herramientas que las empresas pueden utilizar para llevar a cabo su estrategia de marketing digital. Algunos de los canales más comunes son:

*Figura 1. Medios digitales*



*Fuente: Carpio Meiby*

### **Redes sociales**

Las redes sociales son plataformas digitales que permiten a los usuarios conectarse y compartir información, intereses, actividades y experiencias en línea. En el contexto del marketing digital, las redes sociales se han convertido en un canal importante para la promoción de productos y servicios, debido a que permiten llegar a una audiencia más amplia y específica a través de la publicación de contenido, anuncios pagados y la interacción con los usuarios.

Según Carrasco (2020), uno de los principales expertos en marketing a nivel mundial.

Las redes sociales se han convertido en una herramienta fundamental para las estrategias de marketing digital de las empresas las redes sociales son una plataforma en línea donde las personas se conectan, comparten contenidos y establecen relaciones.

Esto permite a las empresas llegar a una audiencia más amplia y específica, generando un mayor alcance y una mayor interacción con sus clientes potenciales.

Las redes sociales ofrecen herramientas de análisis y seguimiento que permiten a las empresas medir el impacto de sus estrategias de marketing digital en términos de alcance, interacción y conversión de usuarios en clientes potenciales. Por lo tanto, las redes sociales son una herramienta importante dentro del marketing digital que las empresas pueden utilizar para construir una presencia en línea sólida y atraer y retener a su audiencia objetivo.

Las redes sociales permiten a las empresas crear perfiles y páginas empresariales en las que pueden compartir contenido relacionado con sus productos y servicios, así como interactuar con los usuarios a través de comentarios, mensajes directos y respuestas a preguntas. Además, las redes sociales permiten a las empresas segmentar a su audiencia en función de diferentes variables, como la edad, género, ubicación geográfica, intereses, entre otros, lo que les permite dirigir su contenido y sus mensajes a audiencias específicas.

Las redes sociales más utilizadas para el marketing digital son:

- 1. Facebook:** es la red social más grande y con mayor alcance a nivel mundial. Permite la creación de páginas de negocios y la promoción de publicaciones para llegar a un público específico a través de la segmentación de anuncios.
- 2. Instagram:** es una plataforma visual que permite compartir fotos y videos. Es especialmente popular entre los jóvenes y cuenta con diversas herramientas publicitarias para promocionar productos o servicios.
- 3. Twitter:** es una red social de microblogging que permite compartir mensajes cortos, conocidos como tweets. Es una plataforma popular para la atención al cliente y para compartir noticias y actualizaciones sobre productos y servicios.

4. **LinkedIn:** es una red social orientada al ámbito profesional y empresarial. Permite la creación de páginas de negocios, la publicación de contenido y la búsqueda de empleo. Es una plataforma ideal para establecer contactos y crear relaciones comerciales.
5. **YouTube:** es una plataforma de video donde se pueden subir y compartir videos. Es una herramienta útil para el marketing de contenidos y para la promoción de productos y servicios a través de tutoriales, demostraciones y reseñas.
6. **TikTok:** es una red social de video corto que se ha vuelto muy popular entre los jóvenes. Es una plataforma ideal para la promoción de productos y servicios de manera creativa y divertida.

Es importante tener en cuenta que la elección de las redes sociales adecuadas dependerá del tipo de negocio y del público objetivo al que se quiere llegar. Es recomendable realizar un análisis previo antes de elegir las plataformas de marketing digital más adecuadas para la empresa.

### **Sitio web**

En el contexto del marketing digital, un sitio web es una herramienta fundamental para la promoción y venta de productos o servicios, debido a que es el punto de encuentro con los clientes potenciales. A través de un sitio web, las empresas pueden exhibir sus productos o servicios, brindar información relevante sobre ellos, permitir la realización de transacciones comerciales en línea y mantener una comunicación cercana y constante con su audiencia.

Según Sainz (2018), un sitio web es una herramienta esencial para el marketing digital, debido a que es el punto de encuentro entre la empresa y sus clientes en línea. Un sitio web bien diseñado puede ayudar a las empresas a atraer y retener clientes, mejorar la imagen de la marca y aumentar las ventas en línea. Además, el sitio web puede ser utilizado como una plataforma para promocionar productos y servicios, así como para

recopilar información de los clientes y realizar seguimiento de su comportamiento en línea.

El sitio web es un elemento fundamental del marketing digital, debido a que permite que la empresa tenga presencia en línea, lo que es esencial en el mundo de hoy, en el que cada vez más consumidores realizan compras y buscan información en línea. Un sitio web bien diseñado puede ser una herramienta poderosa para la generación de leads y ventas, así como para la fidelización de los clientes existentes.

En el tema de estudio, el sitio web es un componente importante del marketing digital para la empresa Data FIBER del cantón Pueblo Nuevo. El sitio web de la empresa es su presencia en línea y puede ser la primera interacción que los clientes potenciales tengan con la marca. Es importante que el sitio web de la empresa esté diseñado y desarrollado de manera efectiva para atraer y retener a los visitantes y para proporcionar información clara y útil sobre los productos y servicios que ofrece la empresa.

Además, el sitio web de la empresa también es un canal importante para la implementación de estrategias de SEO (Search Engine Optimization) y SEM (Search Engine Marketing) que pueden mejorar la visibilidad y el posicionamiento en los motores de búsqueda. La presencia en línea de la empresa a través de su sitio web también es un medio para el desarrollo de relaciones con los clientes y la construcción de una comunidad en línea a través del uso de blogs, foros y otros medios de comunicación social.

## **Buscadores**

Los buscadores son herramientas web que permiten a los usuarios encontrar información relevante y específica en línea. En términos de marketing digital, los buscadores son una herramienta importante para atraer tráfico a sitios web y aumentar la visibilidad en línea de una empresa o marca. Los buscadores funcionan a través de algoritmos que analizan y clasifican la

información disponible en línea para ofrecer resultados relevantes a las consultas de los usuarios.

Según Moro (2020), los motores de búsqueda son una parte integral del marketing digital, debido a que los consumidores utilizan los motores de búsqueda para encontrar productos y servicios, así como para investigar antes de tomar decisiones de compra. La optimización de motores de búsqueda es el proceso de mejorar la visibilidad de un sitio web o una página web en los resultados de búsqueda orgánica de un motor de búsqueda. Esto se logra a través del uso de palabras clave, contenido relevante y estructuras de enlaces.

En el marco de la investigación sobre la aplicación del marketing digital en la empresa Data FIBER, los buscadores pueden ser una herramienta importante para el posicionamiento de la marca en línea. Los usuarios utilizan los buscadores para encontrar información sobre productos y servicios, por lo que es importante que la empresa se asegure de que su sitio web y sus contenidos sean fácilmente encontrados a través de los principales motores de búsqueda como Google, Bing, Yahoo!, entre otros.

### **Publicidad de en línea**

La publicidad en línea se refiere a la promoción de productos o servicios a través de Internet mediante la utilización de diversas plataformas digitales. Esta forma de publicidad es cada vez más utilizada por empresas de todo tipo, debido a que permite llegar a una audiencia más amplia de manera efectiva y a un costo menor en comparación con los medios de publicidad tradicionales. La publicidad en línea puede incluir anuncios en sitios web, redes sociales, correo electrónico, motores de búsqueda y otros medios digitales.

La publicidad en línea, también conocida como publicidad digital o publicidad en internet, se refiere a cualquier forma de promoción de productos, servicios o marcas



que se lleva a cabo en plataformas digitales, tales como sitios web, redes sociales, buscadores, aplicaciones móviles, entre otros. La publicidad en línea se ha convertido en una herramienta fundamental para las empresas en la actualidad, debido a que les permite llegar a su público objetivo de una manera más directa y efectiva. (Sainz, 2021)

En relación al tema de investigación, la publicidad en línea es un aspecto clave del marketing digital que puede ser utilizado por las empresas para promocionar sus productos o servicios y mejorar su posicionamiento en el mercado. El uso de publicidad en línea puede ayudar a las empresas a llegar a una audiencia más amplia y específica, lo que puede traducirse en un aumento de las ventas y una mejora de la imagen de marca. Por lo tanto, es importante que la empresa considere la utilización de la publicidad en línea como parte de su estrategia de marketing digital para maximizar su éxito en el mercado y mejorar su posicionamiento frente a sus competidores.

### **Estrategias de marketing digital**

Las estrategias de marketing digital se refieren a un conjunto de acciones planificadas y coordinadas en el ámbito digital que tienen como objetivo alcanzar objetivos comerciales específicos de una empresa o marca. Estas estrategias se basan en el uso de herramientas y canales digitales, como las redes sociales, el correo electrónico, los motores de búsqueda y los sitios web, entre otros, con el fin de promocionar productos o servicios, atraer clientes potenciales y mejorar la visibilidad y reputación de la marca en línea.

Según Shum (2021), las estrategias de marketing digital son el conjunto de acciones y planes enfocados en alcanzar los objetivos de marketing de una empresa mediante el uso de tecnologías digitales y medios electrónicos, como las redes sociales, el correo electrónico y los motores de búsqueda. Estas estrategias buscan aprovechar las oportunidades que ofrece el entorno digital para llegar a un público objetivo de manera

efectiva y personalizada, aumentar el tráfico a los sitios web y redes sociales de la empresa, y mejorar la tasa de conversión de visitantes a clientes.

Las estrategias de marketing digital son fundamentales para la empresa Data FIBER, debido a que le permitirán aumentar su visibilidad y posicionamiento en el mercado de internet. Al contar con una sólida estrategia de marketing digital, la empresa podrá llegar a nuevas audiencias, construir relaciones con clientes potenciales y competir con otras empresas en el mercado. Una estrategia clave para la empresa podría ser el uso de las redes sociales para promocionar sus servicios y productos, lo que le permitiría llegar a un público más amplio y aumentar su visibilidad.

### **SEO (Search Engine Optimization)**

El SEO es una técnica utilizada en el marketing digital para optimizar los sitios web y mejorar su posicionamiento en los motores de búsqueda como Google. Consiste en aplicar una serie de estrategias y acciones para que los buscadores puedan identificar con mayor facilidad el contenido relevante de un sitio web y, por tanto, mostrarlo entre los primeros resultados de búsqueda para ciertas palabras clave.

Según Estrade (2020), SEO se refiere a la práctica de mejorar la calidad y cantidad del tráfico que llega a un sitio web a través de los resultados de búsqueda orgánicos en los motores de búsqueda como Google, Bing y Yahoo!. En otras palabras, es el proceso de optimizar un sitio web para que sea más visible y atractivo para los motores de búsqueda, lo que a su vez aumenta la posibilidad de que los usuarios encuentren el sitio web y accedan a él.

El SEO es importante en el marketing digital debido a que permite que las empresas aumenten su visibilidad en línea, lo que puede traducirse en un mayor tráfico en el sitio web, y por ende, más oportunidades de generar conversiones y ventas. Además, el SEO es una

estrategia de marketing digital de bajo costo y alto impacto, debido a que no se necesita invertir grandes cantidades de dinero para implementarla y puede generar resultados duraderos en el tiempo. En el caso de la empresa Data FIBER, la optimización para motores de búsqueda (SEO) podría ser una estrategia de marketing digital efectiva para mejorar su visibilidad en línea y aumentar su tráfico web. Al aplicar técnicas de SEO en su sitio web, la empresa puede mejorar su posicionamiento en los resultados de búsqueda de los motores de búsqueda como Google, lo que le permitiría ser encontrado más fácilmente por sus potenciales clientes.

La aplicación de técnicas de SEO también podría ayudar a la empresa a mejorar la calidad de su contenido web, al enfocarse en la creación de contenido útil y relevante para sus audiencias objetivas. Además, la utilización de palabras clave adecuadas y la optimización de títulos, descripciones y etiquetas en las páginas web de la empresa, podrían mejorar su indexación por parte de los motores de búsqueda, lo que le permitiría ser encontrada más fácilmente por los usuarios interesados en sus servicios.

### **SEM (Search Engine Marketing)**

Es una estrategia de marketing digital que busca mejorar la visibilidad de una página web a través de la promoción de anuncios en buscadores como Google. En otras palabras, SEM se enfoca en la utilización de técnicas de publicidad pagada, como los anuncios de pago por clic, para aumentar la presencia de una empresa en los resultados de búsqueda de los usuarios. Al implementar una estrategia de SEM, se pueden crear anuncios relevantes y atractivos que aparecerán en los resultados de búsqueda de los usuarios cuando realicen búsquedas relacionadas con los productos o servicios que ofrece la empresa.

Según Gómez (2020), SEM es "un conjunto de prácticas de marketing en línea que incluyen la optimización de motores de búsqueda (SEO) y publicidad en motores de búsqueda (SEA) para aumentar la visibilidad y el tráfico de un sitio web en los resultados de búsqueda de Google y otros motores de búsqueda

En cuanto a su relación con la empresa, el SEM puede ser una herramienta muy útil para la empresa proveedora de internet, debido a que le permitiría aparecer en los resultados de búsqueda de los usuarios que buscan productos similares a los que ofrece la empresa. Además, al utilizar técnicas de publicidad pagada, la empresa puede aumentar su visibilidad en línea y atraer a más clientes potenciales. Sin embargo, es importante tener en cuenta que el SEM requiere una inversión económica, por lo que la empresa deberá evaluar cuidadosamente si esta estrategia es viable en términos financieros.

### **Marketing digital en el mercado empresarial**

El marketing digital y el comercio están estrechamente relacionados, debido a que el marketing digital es una herramienta clave para impulsar el comercio electrónico. El comercio electrónico se refiere a la compra y venta de productos y servicios a través de plataformas en línea, y el marketing digital es una forma efectiva de promocionar y vender servicios en línea.

Las estrategias de marketing digital pueden ayudar a las empresas a mejorar la visibilidad de sus productos y servicios en línea, atraer a más clientes potenciales y generar más ventas en línea. Las empresas pueden utilizar diversas herramientas de marketing digital, como la publicidad en línea, el correo electrónico marketing, el SEO, el SEM, el marketing en redes sociales, entre otros, para promocionar sus productos y servicios en línea y aumentar sus ventas. (Pedroche & Fran, 2022)

En el caso de la empresa DATA FIBER, la aplicación del marketing digital puede permitirle llegar a una audiencia más amplia y aumentar sus ventas. La empresa debe diseñar una estrategia de marketing digital que incluya canales como las redes sociales, la publicidad en línea y el correo electrónico, para promover sus servicios en línea y llegar a nuevos clientes potenciales. Además, la empresa debe optimizar su sitio web para motores de búsqueda, lo que mejorará su visibilidad en línea y la capacidad de los consumidores para encontrar sus servicios.

## **MARCO METODOLÓGICO**

Para garantizar un adecuado desarrollo del presente estudio de caso, se aplicó el siguiente método de investigación con el fin de obtener resultados más efectivos.

### **Método**

En este estudio de caso, se empleó el método deductivo como método de investigación, el cual permitirá llegar de manera más efectiva a conclusiones generales a partir de los resultados obtenidos mediante técnicas cuantitativas. De esta forma, se logrará cumplir con los objetivos del trabajo de manera eficiente.

### **Técnica**

En el presente estudio, se aplicará la técnica de encuestas dirigidas de manera directa a los trabajadores que forman parte de la empresa de internet Data FIBER. Esta técnica permitirá obtener información detallada sobre el establecimiento y reconocer el estado del marketing digital que se emplean actualmente en la empresa. Además, se realizará una encuesta a los consumidores de pueblo nuevo, con el fin de reconocer el posicionamiento de la empresa en la localidad.

### **Instrumento**

Por último, se utilizará un cuestionario de preguntas opcionales dirigido a los colaboradores del establecimiento como instrumento investigativo para llevar a cabo una buena realización de la técnica de investigación.

## RESULTADOS

Según los resultados de la encuesta aplicada a los empleados de la empresa de internet Data FIBER, las respuestas obtenidas fueron las siguientes:

Tabla 1. ¿En qué medida crees que la empresa Data FIBER utiliza técnicas de marketing digital efectivas?

Opciones	Respuestas	Porcentaje
a) Muy efectivas	0	0,00%
b) Algo efectivas	3	50,00%
c) Neutro	1	16,67%
d) Poco efectivas	2	33,33%
e) Nada efectivas	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de Data FIBER.

Elaborado por: Carpio Meiby

De los seis encuestados, el 50% consideró que las técnicas de marketing digital de la empresa son algo efectivas, mientras que el 33,33% las consideró poco efectivas. Un 16,67% respondió "neutro" y ningún encuestado consideró que las técnicas eran muy efectivas o nada efectivas.

Tabla 2. ¿Cuál es la principal estrategia de marketing digital que utiliza la empresa Data FIBER?

Opciones	Respuestas	Porcentaje
a) Página web	1	16,67%
b) Redes sociales	2	33,33%
c) Email marketing	0	0,00%
d) Publicidad en línea	3	50,00%
e) Otras (especificar): _____	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de Data FIBER.

Elaborado por: Carpio Meiby

La mayoría de los encuestados (50%) consideran que la principal estrategia de marketing digital utilizada por Data FIBER es la publicidad en línea, seguida por las redes sociales (33,33%). Solo uno de los encuestados indicó que la página web era la principal estrategia, mientras que ninguno mencionó el email marketing ni otras estrategias no especificadas.

*Tabla 3. ¿Cómo describirías la calidad de la página web de la empresa Data FIBER?*

<b>Opciones</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
a) Muy buena	0	0,00%
b) Buena	2	33,33%
c) Neutro	1	16,67%
d) Mala	3	50,00%
e) Muy mala	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100,00%</b>

*Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de Data FIBER.*

*Elaborado por: Carpio Meiby*

En esta pregunta se evaluó la percepción de la calidad de la página web de la empresa Data FIBER. Los resultados muestran que el 33,33% de los encuestados la califican como buena, mientras que el 50% la consideran mala. El 16,67% se mostró neutral y ningún encuestado la consideró muy buena o muy mala. En total, participaron seis encuestados en esta pregunta.

*Tabla 4. ¿En qué medida crees que la empresa Data FIBER está utilizando los recursos adecuados para mejorar su estrategia de marketing digital?*

<b>Opciones</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
a) En gran medida	0	0,00%
b) Algo	1	16,67%
c) Neutro	2	33,33%
d) Poco	3	50,00%
e) Nada	0	0,00%

<b>Total</b>	6	100,00%
--------------	---	---------

*Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de Data FIBER.*

*Elaborado por: Carpio Meiby*

El 50% de las respuestas indicó que la estrategia de marketing digital de la empresa es algo efectiva, mientras que un 33,33% considera que es poco efectiva. En cuanto a la principal estrategia de marketing digital utilizada, el 50% indicó que es la publicidad en línea, seguida de las redes sociales con un 33,33%. Respecto a la calidad de la página web de la empresa, el 50% considera que es mala.

*Tabla 5. ¿Cómo crees que los problemas de marketing digital afectan el posicionamiento de marca de la empresa Data FIBER?*

<b>Opciones</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
a) En gran medida	3	50,00%
b) Algo	1	16,67%
c) Neutro	2	33,33%
d) Poco	0	0,00%
e) Nada	0	0,00%
<b>Total</b>	6	100,00%

*Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de Data FIBER.*

*Elaborado por: Carpio Meiby*

El 50% de los encuestados piensan que los problemas de marketing digital afectan en gran medida el posicionamiento de la marca de Data FIBER, mientras que el resto se divide entre respuestas neutras y poco efectivas.

Por otro lado, de acuerdo a las respuestas obtenidas de la encuesta realizada a los consumidores de internet en Pueblo Nuevo, se obtuvieron los siguientes resultados.

*Tabla 6. ¿Cuenta usted con internet en casa?*

<b>Opciones</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
a) Si	65	71,43%



b) No	26	28,57%
<b>Total</b>	<b>91</b>	<b>100,00%</b>

*Fuente: Encuesta aplicada a los consumidores de Pueblo Nuevo.*

*Elaborado por: Carpio Meiby*

Del total de encuestados, el 71,43% afirmó contar con internet en su hogar, mientras que el 28,57% restante indicó que no disponía de este servicio en casa.

*Tabla 7. ¿Cómo se llama su proveedor de internet?*

Opciones	Respuestas	Porcentaje
a) Data FIBER	18	27,69%
b) Ifonet	19	29,23%
c) Telecom	20	30,77%
d) Intercom	2	3,08%
e) Otro	6	9,23%
<b>Total</b>	<b>65</b>	<b>100,00%</b>

*Fuente: Encuesta aplicada a los consumidores de Pueblo Nuevo.*

*Elaborado por: Carpio Meiby*

De los encuestados que cuentan con servicio de internet en casa, el 27,69% indica que su proveedor es Data FIBER, el 29,23% Ifonet, el 30,77% Telecom y solo el 3,08% Intercom. Además, el 9,23% de los encuestados indicó tener un proveedor distinto a los mencionados

*Tabla 8. ¿Conoce usted a la empresa Data FIBER?*

Opciones	Respuestas	Porcentaje
a) Si	63	69,23%
b) No	28	30,77%
<b>Total</b>	<b>91</b>	<b>100,00%</b>

*Fuente: Encuesta aplicada a los consumidores de Pueblo Nuevo.*

*Elaborado por: Carpio Meiby*

El 69,23% de los encuestados dijeron que sí conocen la empresa Data FIBER, mientras que el 30,77% respondió que no.

Tabla 9. ¿Cómo usted conoció usted a la empresa?

Opciones	Respuestas	Porcentaje
a) Internet y/o Redes sociales	18	19,78%
b) Publicidad tradicional	32	35,16%
c) Le contó un amigo	13	14,29%
d) No conozco	28	30,77%
<b>Total</b>	<b>91</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los consumidores de Pueblo Nuevo.

Elaborado por: Carpio Meiby

La encuesta preguntó a los encuestados cómo conocieron la empresa Data FIBER. El 35,16% de los encuestados dijo que conoció la empresa a través de publicidad tradicional, mientras que el 19,78% dijo que fue a través de Internet y/o redes sociales. El 14,29% de los encuestados dijo que le contó un amigo, y el 30,77% dijo que no conocía la empresa.

Tabla 10. ¿Recomendaría usted los servicios ofrecidos por Data FIBER?

Opciones	Respuestas	Porcentaje
a) Si	63	69,23%
b) No	28	30,77%
<b>Total</b>	<b>91</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los consumidores de Pueblo Nuevo.

Elaborado por: Carpio Meiby

El 69,23% de los consumidores encuestados en Pueblo Nuevo recomendaría los servicios ofrecidos por Data FIBER, mientras que el 30,77% no lo haría.

## **DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

Los resultados de la encuesta indican que existe una percepción generalizada entre los empleados de Data FIBER de que la estrategia de marketing digital de la empresa necesita mejoras. La mayoría de los encuestados consideran que las técnicas de marketing digital son solo algo efectivas o poco efectivas. Además, la encuesta revela que la principal estrategia de marketing digital utilizada por la empresa es la publicidad en línea, seguida por las redes sociales, lo que sugiere una falta de diversificación de las estrategias de marketing digital.

Respecto a la calidad de la página web de la empresa, la mayoría de los encuestados consideran que es mala. Esto es preocupante, debido a que la página web es una herramienta importante para atraer y retener clientes en el entorno digital. Por otro lado, la mitad de los encuestados indicó que los problemas de marketing digital afectan en gran medida el posicionamiento de la marca de Data FIBER.

Estos resultados sugieren que la empresa necesita trabajar en su estrategia de marketing digital y mejorar la calidad de su página web para mejorar su posicionamiento en el mercado. Es importante que Data FIBER diversifique sus estrategias de marketing digital y se asegure de que estén enfocadas en los canales y plataformas adecuados para llegar a su público objetivo. Además, la empresa debe tomar medidas para mejorar la calidad de su página web y asegurarse de que sea atractiva, funcional y fácil de usar para los usuarios.

Se identificaron varios hallazgos problemáticos en la estrategia de marketing digital de la empresa. En primer lugar, se encontró que la estrategia actual de marketing digital de Data FIBER es considerada insuficiente y limitada por el 83,33% de los encuestados. La empresa solo utiliza una página de Facebook para publicidad, lo que impide llegar a más canales y plataformas en línea. Otro hallazgo es la falta de actualización constante de contenidos en la página web de la empresa, según el 50% de los encuestados. Además, la empresa no cuenta con un posicionamiento adecuado en buscadores, lo que dificulta la visibilidad de su sitio web.

También se identificó una debilidad en la estrategia de marketing de atracción y fidelización, ya que la empresa no está generando suficiente interacción con los clientes actuales ni atrayendo nuevos clientes de manera efectiva, según el 66,67% de los encuestados. Por último, se encontró que la empresa no cuenta con personal especializado para la gestión de redes sociales, lo que dificulta su manejo y actualización constante, según el 50% de los encuestados.

Los resultados de la encuesta realizada a los consumidores de internet en Pueblo Nuevo, muestran que la mayoría de los encuestados cuentan con servicio de internet en su hogar y que los proveedores más utilizados son Ifonet y Telecom, aunque un 27,69% de los encuestados indicó que su proveedor de internet es Data FIBER. Asimismo, se encontró que un alto porcentaje de los encuestados (69,23%) conocen la empresa Data FIBER, aunque un 30,77% indicó que no.

La publicidad tradicional es el medio por el cual la mayoría de los encuestados conoció la empresa (35,16%), mientras que un 19,78% lo hizo a través de Internet y/o redes sociales. En cuanto a la recomendación de los servicios de Data FIBER, el 69,23% de los encuestados afirmó que sí lo haría, mientras que el 30,77% restante no lo haría.

En base a los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los colaboradores de Data FIBER y considerando que el 50% de ellos considera que las técnicas de marketing digital de la empresa son poco efectivas y el 50% piensa que los problemas de marketing digital afectan en gran medida el posicionamiento de la marca de la empresa, se puede concluir que la falta de eficacia en las estrategias de marketing digital tiene un impacto negativo en el posicionamiento de la marca de Data FIBER.

Además, la mayoría de los encuestados (50%) considera que la principal estrategia de marketing digital utilizada por la empresa es la publicidad en línea, lo cual sugiere que puede existir una falta de diversificación en las estrategias de marketing digital que la empresa está utilizando. Asimismo, el hecho de que el 50% de los encuestados califique la calidad de la página web de la empresa como mala podría estar afectando la experiencia del usuario y, por ende, la percepción de la marca.

Estos resultados demuestran que los problemas de marketing digital existentes en Data FIBER tienen consecuencias negativas en el posicionamiento de la marca y, por lo tanto, es importante que la empresa tome medidas para mejorar sus estrategias de marketing digital y la calidad de su página web para mejorar su posición en el mercado y la percepción de su marca entre los consumidores.

## CONCLUSIONES

Se puede concluir que existen ciertos hallazgos problemáticos de marketing dentro de la empresa Data FIBER en el año 2022. En particular, se encontró que el 50% de los colaboradores considera que las técnicas de marketing digital de la empresa son algo efectivas o poco efectivas, lo que sugiere que existe margen de mejora en esta área. Además, el 50% de los encuestados consideró que la calidad de la página web de la empresa es mala, lo que indica que puede haber problemas con la usabilidad y el diseño del sitio web.

Se pudo describir la información relacionada con las estrategias de marketing digital utilizadas en empresas de servicio, específicamente en Data FIBER. Se encontró que la principal estrategia de marketing digital utilizada por la empresa es la publicidad en línea, seguida de las redes sociales. Sin embargo, ninguno de los encuestados mencionó el email marketing ni otras estrategias no especificadas. La mayoría de los encuestados conoce la empresa Data FIBER a través de publicidad tradicional, lo que sugiere que la empresa tiene poca presencia en línea.

Se pudo determinar que los problemas de marketing digital existentes en Data FIBER tienen consecuencias en el posicionamiento de marca de la empresa. El 50% de los colaboradores encuestados considera que estos problemas afectan en gran medida el posicionamiento de la marca, lo que sugiere que estos problemas deben ser atendidos para mejorar la percepción del público sobre la empresa. Es importante que la empresa preste atención a estas conclusiones para poder mejorar su estrategia de marketing digital y así lograr un mayor éxito en el mercado.

## RECOMENDACIONES

Se recomienda que la empresa realice una revisión exhaustiva de su página web, con el objetivo de mejorar la usabilidad y el diseño para que resulte más atractiva y fácil de usar para los usuarios. Además, la empresa podría considerar la implementación de estrategias de email marketing, lo que permitiría una comunicación más personalizada y directa con sus clientes. La página web es una herramienta importante para la presentación de la empresa en línea y para establecer la presencia de la marca en el mercado.

Se recomienda que la empresa invierta en publicidad en línea y en redes sociales para mejorar su presencia en línea. Es importante que la empresa identifique el público objetivo y adapte su mensaje y contenido a ellos, con el objetivo de generar un mayor impacto y captar la atención de nuevos clientes potenciales. Además, se sugiere que la empresa realice una evaluación regular de su estrategia de marketing digital para identificar oportunidades de mejora y adaptarse a los cambios en el mercado.

Se sugiere que la empresa genere una mayor interacción con sus clientes y prospectos, a través de la realización de encuestas y la obtención de retroalimentación para mejorar la calidad de los servicios ofrecidos y la satisfacción de los clientes. La retroalimentación de los clientes permitirá a la empresa adaptarse y mejorar su estrategia de marketing digital, generando un mayor impacto en el mercado y mejorando su posicionamiento de marca. Por lo tanto, es importante que la empresa utilice una variedad de canales en línea, como motores de búsqueda, directorios de internet, redes sociales y marketing de contenidos para mejorar su visibilidad en la web.

## BIBLIOGRAFÍA

- Armstrong, G., & Kotler, P. (2019). *Fundamentos de Marketing* (Décimo primera ed.). Carolina: Pearson Educación. Obtenido de [https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod\\_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf](https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf)
- Bricio, K., Calle, J., & Zambrano, M. (2018). El marketing digital como herramienta en el desempeño laboral en el entorno ecuatoriano: estudio de caso de los egresados de la Universidad de Guayaquil. *Revista Universidad y Sociedad*, 103-109.
- Carrasco, M. (2020). Herramientas del marketing digital que permiten desarrollar presencia online, analizar la web, conocer a la audiencia y mejorar los resultados de búsqueda. *Revista Perspectivas*, 33-60.
- Estrade, J. (2020). *Marketing Digital. Mobile Marketing, SEO y Analítica Web*. España: ANAYA MULTIMEDIA.
- Gómez, L. (2020). *Una guía completa de publicidad digital*. Park Publishing House.
- Moro, M. S. (2020). *Marketing digital y dirección de e-commerce*. ESIC Editorial: España.
- Moro, M., M. S., & Campo, J. (2020). *Marketing digital y dirección de e-commerce*. ESIC Editorial.
- Núñez, E. C., & Miranda, J. D. (2020). El marketing digital como un elemento de apoyo estratégico a las organizaciones. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 1-13.
- Pedroche, A., & Fran, V. . (2022). *Posiciónate Tú Primero*. España: Gestión 2000.



Perdigón, R., Viltres, H., & Madrigal, I. (2018). Estrategias de comercio electrónico y marketing digital para pequeñas y medianas empresas. *Revista Cubana de Ciencias Informáticas*, 192-208.

Sainz, J. (2018). *El plan de marketing digital en la práctica*. ESIC.

Sainz, J. (2021). *El plan de marketing digital en la práctica*. España: ESIC Editorial.

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

Soto, N. (2016). “*Plan de marketing para la empresa de ropa deportiva Stilo Internacional de la Ciudad de Loja*”. [Tesis de pregrado]. Universidad Nacional de Loja. Loja. Obtenido de <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/17590/1/Nuvia%20del%20Carmen%20Soto%20Chamba.pdf>

Villegas, D. (2019). La importancia de la estadística aplicada para la toma de decisiones en Marketing. *Revista Investigación y Negocios*, XII(20), 29-42. Obtenido de [http://www.scielo.org.bo/pdf/riyn/v12n20/v12n20\\_a04.pdf](http://www.scielo.org.bo/pdf/riyn/v12n20/v12n20_a04.pdf)

## ANEXOS

### ANEXO I. Carta autorización

Babahoyo, 20 de febrero de 2023

Magister  
Eduardo Enrique Galeas Guijarro  
**DECANO DE LA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN FINANZAS E INFORMÁTICA**  
En su despacho. –

De mis consideracionesGG

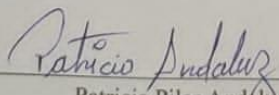
Yo, **PATRICIA PILAR ANDALUZ BAJAÑA**, dejo expresa la autorización a la estudiante **CARPIO PEÑA MEIBY JULISSA**, con cédula de ciudadanía #1207641216, para que recepte e interprete la información de la empresa, proveniente de fuentes fidedignas, de la empresa "DATA-FIBER" tales como Servicio de Rentas Internas; Superintendencia de Compañías; Valores y Seguros o algún otro repositorio digital, así también los documentos que nosotros le facilitaremos para la elaboración de su tema de caso de estudio: **PALABRAS CLAVE CONCERNIENTE AL PROYECTO DE TITULACION MARKETING DIGITAL EN LA EMPRESA DE INTERNET DATA-FIBER DEL CANTON PUEBLO NUEVO NUEVO EN EL PERIODO 2022.**

Admitiendo que dicha información no podrá ser manipulada en sus cifras y en su contenido.

Sin otro particular, me suscribo.

**DATA-FIBER**   
**FTTH & WIRELESS**  
Ing. Patricia Andalus Bajaanã  
**GERENTE GENERAL**

Atentamente



Patricia Pilar Andalus Bajaanã  
Gerente  
"DATA-FIBER."

## ANEXO II. Análisis antiplagio

**CERTIFICADO DE ANÁLISIS**  
magister

**2%** Similitudes

**0%** Texto entre comillas  
0% similitudes entre comillas

**< 1%** Idioma no reconocido

# Marketing digital en la empresa de internet Data Fiber del cantón Pueblo Nuevo periodo 2022

**Nombre del documento:** Carpio Peña Meiby Julissa.docx

**ID del documento:** 60544e1f25e8d9cd83dbd7705f0864607fa8ec9

**Tamaño del documento original:** 72.76 ko

**Autor:** Meiby Julissa Carpio Peña

**Depositante:** Meiby Julissa Carpio Peña

**Fecha de depósito:** 6/4/2023

**Tipo de carga:** url\_submission

**fecha de fin de análisis:** 6/4/2023

**Número de palabras:** 7732

**Número de caracteres:** 48.467

Ubicación de las similitudes en el documento:

### Fuentes principales detectadas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	<a href="https://thecolor.blog/es/marketing-digital/">thecolor.blog   Marketing Digital. Qué Es Y Cómo Puede Ayudarte En Tu Negocio. To...</a> 1 fuente similar	< 1%		Palabras idénticas : + 1% (31 palabras)
2	<a href="https://www.burrosabio.com/transforma-tu-presencia-en-linea-como-combinar-marketing-digital-y-seo/">www.burrosabio.com   Transforma tu presencia en línea: cómo combinar marketin...</a>	< 1%		Palabras idénticas : + 1% (30 palabras)
3	<b>Documento de otro usuario</b> #31ee9 El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas : + 1% (21 palabras)

### Fuentes con similitudes fortuitas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	<b>Documento de otro usuario</b> #d71ed El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas : + 1% (16 palabras)
2	<a href="https://content.ucn.edu.co/wp-media-folder-fundacion-universitaria-catolica-del-norte/wp-content/uplo...">content.ucn.edu.co</a>	< 1%		Palabras idénticas : + 1% (13 palabras)
3	<a href="https://fladd.com/doc/resumen-marketing-i-pdf-marketing-i">fladd.com   Marketing I (Resumen completo)   Marketing I   Comercializacion Mark...</a>	< 1%		Palabras idénticas : + 1% (14 palabras)
4	<b>ESTUDIO DE CASO FINAL.docx   ESCASEZ DEL MARKETING Y LA PUBLICIDAD ...</b> #52d404 El documento proviene de mi grupo	< 1%		Palabras idénticas : + 1% (10 palabras)
5	<b>Documento de otro usuario</b> #e6d9b El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas : + 1% (10 palabras)

### Fuente ignorada

Estas fuentes han sido retiradas del cálculo del porcentaje de similitud por el propietario del documento.

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	<b>Carpio Meiby Caso de estudio_c.docx   Marketing digital en la empresa de L...</b> #e5410d El documento proviene de mi biblioteca de referencias	61%		Palabras idénticas : 61% (4750 palabras)

### ANEXO III. Encuesta dirigida a los colaboradores de la empresa Data FIBER



#### UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

#### FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN FINANZAS E INFORMÁTICA

#### Encuesta a los colaboradores de la empresa Data FIBER

**Objetivo:** Conocer los hallazgos problemáticos de marketing que existen dentro la empresa Data FIBER en el año 2022.

¿En qué medida crees que la empresa Data FIBER utiliza técnicas de marketing digital efectivas?

- a) Muy efectivas
- b) Algo efectivas
- c) Neutro
- d) Poco efectivas
- e) Nada efectivas

¿Cuál es la principal estrategia de marketing digital que utiliza la empresa Data FIBER?

- a) Página web
- b) Redes sociales
- c) Email marketing
- d) Publicidad en línea
- e) Otras (especificar): \_\_\_\_\_

¿Cómo describirías la calidad de la página web de la empresa Data FIBER?

- a) Muy buena
- b) Buena
- c) Neutro

- d) Mala
- e) Muy mala

¿En qué medida crees que la empresa Data FIBER está utilizando los recursos adecuados para mejorar su estrategia de marketing digital?

- a) En gran medida
- b) Algo
- c) Neutro
- d) Poco
- e) Nada

¿Cómo crees que los problemas de marketing digital afectan el posicionamiento de marca de la empresa Data FIBER?

- a) En gran medida
- b) Algo
- c) Neutro
- d) Poco
- e) Nada

## ANEXO IV. Encuesta dirigida a los consumidores



### UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

### FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN FINANZAS E INFORMÁTICA

#### Encuesta a los a los consumidores

**Objetivo:** Conocer el posicionamiento de la empresa Data FIBER en el año 2022.

¿Cuenta usted con internet en casa?

- a) Si
- b) No

¿Cómo se llama su proveedor de internet?

- a) Data FIBER
- b) Ifonet
- c) Telecom
- d) Intercom
- e) Otro

¿Conoce usted a la empresa Data FIBER?

- a) Si
- b) No

¿Cómo usted conoció usted a la empresa?

- a) Internet y/o Redes sociales
- b) Publicidad tradicional
- c) Le contó un amigo
- d) Otra

¿Recomendaría usted los servicios ofrecidos por Data FIBER?

- a) Si
- b) No