

UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Facultad de Especialidades Empresariales
Carrera de Ingeniería en Comercio Electrónico

TEMA:

Implementación de una tienda en línea y Estrategias de Marketing para impulsar las ventas de Microempresas del Cantón Durán. Caso de estudio “Creativity Diseño y Publicidad”

AUTOR:

Leitgeber Tomala David Arturo

Trabajo de titulación previo a la obtención del grado de
Ingeniero en Comercio Electrónico

TUTOR:

Tafur Avilés, Guillermo Cesar

Guayaquil, Ecuador

2017



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO ELECTRÓNICO**

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Leitgeber Tomala David Arturo**, como requerimiento para la obtención del Título de **Ingeniero en Comercio Electrónico**.

TUTOR

Tafur Avilés Guillermo César

REVISOR

Orly, Carvache Franco

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ulloa Armijos Ana del Rosario

Guayaquil, a los 13 del mes de Marzo del año 2017



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO ELECTRÓNICO**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Leitgeber Tomala David Arturo**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Implementación de una tienda en línea y estrategias de Marketing para impulsar las ventas de las Microempresas del Cantón Duran Caso de estudio: “Creativity Diseño y Publicidad”** previo a la obtención del Título de **Ingeniero en Comercio Electrónico**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación, de tipo **proyecto integrador** referido.

Guayaquil, a los 13 del mes de Marzo del año 2017

AUTOR

f. _____

Leitgeber Tomala David Arturo



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO ELECTRÓNICO**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Leitgeber Tomala David Arturo**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Implementación de una tienda en línea y estrategias de Marketing para impulsar las ventas de Microempresas del Cantón Duran Caso de estudio: “Creativity Diseño y Publicidad”** cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 13 días del mes de Marzo del año 2017

AUTOR

f. _____

Leitgeber Tomala David Arturo

REPORTE URKUND

Seguro | <https://secure.orkund.com/view/25713433-825584-523784#q1bKLVayijY0NNUxNLTUMTTTMTXMTLUMTKK1VEqzkzPy0zLTE7MS05VsjLQMzC0tDQysjQwBhIWxgbmhka1AA==>

URKUND guillermo tafur (guillermo.tafur)

Documento: [TESIS FINAL CREATIVITY 16 FEBRERO 2017.docx](#) (D25934995)
 Presentado: 2017-02-21 15:13 (-05:00)
 Recibido: guillermo.tafur.ucsg@analysis.orkund.com
 Mensaje: [Mostrar el mensaje completo](#)
 2% de esta aprox. 22 páginas de documentos largos se componen de texto presente en 2 fuentes.

Lista de fuentes

Categoría	Enlace/nombre de archivo
	http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/6382/1/T-UCSG-PRE-ESP-CICE-6.pdf
	http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/6384/1/T-UCSG-PRE-ESP-CICE-8.pdf
	TESIS FINAL 2 ROBERTHY EDGAR 140 febrero 2017.docx
	TESIS UNIDA 2.docx
	http://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf
	http://www.expertosnegociosonline.com/como-usar-instagram-y-para-que-sirva
	http://definicion.de/twitter/
	https://guayacan.uninorte.edu.co/divisiones/iese/lumen/ediciones/11/articulos/el-uso-de-fac..
	http://www.janasoto.com/2012/09/twitter-conceptos-basicos-y-recomendaciones/

Fuentes alternativas

0 Advertencias. Reiniciar Exportar Compartir

100% # 41 Activo

Mes 13 Mes 14 Mes 15 Mes 16 Mes 17 Mes 18 Mes 19 Mes 20 Mes 21 Mes 22 Mes 23 Mes 24

Saldo inicial \$11.608,84 \$ 14.082 \$17.038,84 \$20.320,84 \$23.936,84 \$27.867,84 \$32.137,84 \$36.542,84 \$41.268,84 \$46.365,84 \$51.507,84 \$56.864,84 Ingresos

Publicidad \$513 \$529 \$548 \$564 \$669 \$682 \$795 \$854 \$905 \$940 \$1023 \$1026 Imprenta \$960 \$1080 \$1110 \$1200 \$1320 \$1440 \$1440 \$1470 \$1530 \$1530 \$1590 \$1710 Productos Promocionales \$500 \$538 \$564 \$592 \$632 \$638 \$660 \$692 \$702 \$712 \$734 \$746 Asesoría para páginas web \$900 \$1100 \$1350 \$1550 \$1600 \$1800 \$1800 \$2000 \$2250 \$2250 \$2300 \$2450

Total de ingresos \$14.482 \$17.329 \$20.611 \$24.227 \$28.158 \$32.428 36.833 \$41.559 46.656 51.798 \$57.155 \$62.797 Egresos Sueldos mensuales \$2.728,55 \$2.728,55 \$2.728,55 \$2.728,55 \$2.728,55 \$2.728,55 \$2.728,55 \$2.728,55 \$2.728,55 \$2.728,55 Alquiler de oficina \$200 \$200 \$200 \$200 \$200 \$200 \$200 \$200 \$200 \$200 \$200 \$200 Gastos de publicidad digital \$200 \$90 \$90 \$90 \$90 \$90 \$90 \$90 \$90 \$90 \$90 Gastos

Fuente externa: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/6384/1/T-UCSG-PRE-ESP-CICE-8.pdf> **100%**

Mes 1 Mes 2 Mes 3 Mes 4 Mes 5 Mes 6 Mes 7 Mes 8 Mes 9 Mes 10 Mes 11 Mes 12

SALDO INICIAL \$ 0,00 \$ 5.661,17 \$ 3.917,33 \$ 2.898,50 \$ 2.214,67 \$ 1.845,83 \$ 1.772,00 \$ 1.993,17 \$ 2.529,33 \$ 3.340,50 \$ 4.486,67 \$ 5.967,83 INGRESOS

Agradecimiento

Quiero agradecer primero a Dios, ya que gracias a él yo puedo estar en esta última etapa de mi vida. Gracias a Dios por regalarme muchas bendiciones y mucha fortaleza en cada día que ha transcurrido desde que ingrese por primera vez a esta carrera hasta estos últimos días en donde más he necesitado de él y de sus bendiciones y de éxitos que me ha permitido compartir.

Quiero agradecer también muy en especial a mi madre, ella es la persona más incondicional del mundo, gracias al esfuerzo de ella día a día en su trabajo yo puedo estar terminando una carrera universitaria, gracias a ella por apoyarme cada día desde que empezó mi vida universitaria dándome ese apoyo que necesito siempre para que no abandone la carrera en poco tiempo, muchas gracias a mi madre por haber hecho de mi un hijo de bien con valores y muy educado en la casa y ante la sociedad.

Agradezco también a mi tutor, el Ing. Guillermo Tafur Avilés por saber guiarme desde que inició este semestre con sus consejos, sus directrices correctas y precisas para que yo pueda realizar una buena tesis de grado y así poder graduarme como Ingeniero en Comercio Electrónico

David Arturo Leitgeber Tomala

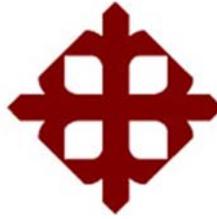
Dedicatoria

Quiero dedicar este proyecto de tesis primero a Dios por brindarme muchas bendiciones y éxitos a lo largo de mi vida universitaria, además por darme la fortaleza suficiente para no abandonar tan pronto la carrera en la que escogí y avanzar rápidamente hasta ser un profesional. También quiero dedicar a Dios este trabajo ya que él me ha brindado mucha salud y me ha protegido de todo mal y de todo pensamiento malo que me lleve a desconcentrarme de mis estudios universitarios.

A mi madre porque ella ha sido un pilar muy importante en toda mi vida escolar y en mi vida universitaria, ya que ella siempre me apoyo en todo lo que necesitaba en la Universidad y siempre me dio los más bonitos consejos para que no me desconcentre de mis estudios, además ella en todo momento me ha apoyado para que yo sea un adulto profesional con un buen título y por eso es que ella me apoyo mucho para que yo sea graduado de una de las mejores Universidades del Ecuador como lo es la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

A mi familia por la preocupación que tenían ya que en todo momento que nos reuníamos me preguntaban cómo iba en la universidad y que ahora de seguro se han de sentir muy orgullosos de tener a un familiar graduado tan joven y que a tan temprana edad sea un profesional de elite.

David Arturo Leitgeber Tomala



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO ELECTRÓNICO**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

TAFUR AVILÉS GUILLERMO CÉSAR
TUTOR

f. _____

ULLOA ARMIJOS ANA DEL ROSARIO
DIRECTORA DE CARRERA

f. _____

CRUZ LUZURIAGA MARÍA ISABEL
COORDINADORA DEL ÁREA



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO ELECTRÓNICO**

CALIFICACIÓN

GUILLERMO CESAR TAFUR AVILÉS

TUTOR

INDICE GENERAL

Resumen	X
Abstract	XI
Introducción	1
Origen del problema	1
Situación Problemática	2
Formulación del problema	2
Delimitación del Problema	2
Justificación de la Investigación:	3
Objetivo General:	3
Objetivos Específicos:.....	3
Estructura Capitular de la tesis	4
Relación del proyecto con el programa de estudio	5
CAPITULO I.....	6
Marco Teórico, Historia del Cantón Duran y Definiciones de palabras	6
1.- Marco Teórico	6
1.1. Historia del Cantón Duran	6
1.2. Importancia del Internet	7
1.3.1. Sitio web	8
1.4. Redes sociales	8
1.4.2. Las redes profesionales	9
1.5. Estrategias de Marketing.....	12
Capítulo 2	13
Metodología y Diagnostico	13
Enfoque de la Investigación.....	13
Métodos de Investigación	13
Investigación en Sitio	13
Análisis de Resultados.....	15
Resultados de las Encuestas a clientes de los negocios	17
Criterios para elaborar la propuesta y su validación	23
Capitulo III	24
Propuesta de un sitio web y estrategias de marketing para el reconocimiento de la empresa.....	24
3.1. Producto.....	24

Estrategias de Marketing a utilizar	25
3.2. Mercado	26
3.3 Marca	26
3.4. Promoción y Publicidad	26
3.5. Talento humano	27
Cronograma de Actividades.....	28
Proyecciones Financieras	29
Proyecciones Talento Humano.....	29
Proyección de Ventas	32
Gastos Administrativos	41
Flujo de caja.....	41
Conclusiones	44
Recomendaciones.....	45
Bibliografía.....	46
Anexos.....	47
Anexo 1	47
ANEXO 2.....	48
ANEXO 3.....	51
DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN.....	55
FICHA DE REGISTRO.....	56

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Cronograma de actividades.....	28
Tabla 2 Pago nomina año 1.....	29
Tabla 3 Pago nomina año 2.....	30
Tabla 4 Ingresos por servicio Publicidad Año 1.....	32
Tabla 5 Ingresos por Servicio Publicidad Año 2.....	33
Tabla 6 Ingresos por Servicio Imprenta Año 1.....	34
Tabla 7 Ingresos por Servicio Imprenta Año 2.....	35
Tabla 8 Ingresos por Productos Promocionales Año 1.....	36
Tabla 9 Ingresos por Productos Promocionales Año 2.....	37
Tabla 10 Ingresos por Asesoría para páginas web Año 1.....	39
Tabla 11 Ingresos por Asesoría para páginas web Año 2.....	40
Tabla 12 Gastos Administrativos Año 1.....	41
Tabla 13 Gastos Administrativos Año 2.....	41
Tabla 14 Flujo de caja Año 1.....	42
Tabla 15 Flujo de caja Año 2.....	43

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Guía de Entrevista a propietarios de negocios.....	47
Anexo 2 Encuesta de Influencia de Redes sociales.....	48
Anexo 3 Resultados de encuestas de Influencia de las redes sociales	51

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Negocios en la Avenida Samuel Cisneros	14
Figura 2 Edad de clientes de Microempresas	17
Figura 3 Sexo de Clientes	18
Figura 4 Conexión a redes sociales	18
Figura 5 Importancia de redes sociales	19
Figura 6 Publicidad de Microempresas en Redes sociales	19
Figura 7 Redes sociales correctas para una Microempresa	20
Figura 8 Riesgo del uso de redes sociales en Microempresas	20
Figura 9 Implementación de un sitio web en una Microempresa	21
Figura 10 Objetivos del uso de redes sociales en una Microempresa	21
Figura 11 Características de un sitio web	22
Figura 12 Rentabilización de redes sociales en una microempresa	22
Figura 13 Logotipo de la empresa	26

Resumen

El presente trabajo de titulación fue efectuado con el objetivo de determinar y analizar la factibilidad de la implementación de una tienda en línea y estrategias de Marketing para impulsar las ventas de Microempresas del Cantón Durán, Caso de estudio Creativity Diseño y Publicidad, para que sirva de ejemplo para los negocios que se encuentran alrededor de la empresa mencionada.

Para esto, se realizó una investigación cualitativa mediante el cual se pudo determinar el número de negocios que existen alrededor de la Microempresa Creativity; además se realizaron entrevistas a los propietarios de varios negocios en el área de influencia analizada, para analizar las falencias y debilidades que tenían para poder ser reconocidos en las redes sociales y en el internet. Por otro lado se realizaron encuestas a clientes y público en general identificando las expectativas de este trabajo

Los resultados de las encuestas arrojaron que el 73.5% de las personas respondieron que las redes sociales son muy importantes para una empresa ya que son una carta de presentación para las personas cibernautas que hoy en día está buscando cosas nuevas dentro de las redes sociales con más acogida del público.

Como finalización de esta investigación, se presenta un sitio web que será el oficial de la empresa que se escogió como caso de estudio, en la que los clientes y público en general podrán observar todos los servicios que se ofrecen de la empresa así también los productos promocionales que se realizan para cualquier ocasión especial.

Palabras claves: Creatividad, Diseño gráfico, publicidad, camisetas personalizadas, páginas web, arte, ideas.

Abstract

The present project was carried out with the objective of determining and analyzing the feasibility of the implementing of an online store and Marketing strategies to boost the sales of Microenterprises of Canton Duran Case study Creativity Design and Advertising, to be an example for the business that are around the mentioned company.

For this, a qualitative investigation was carried out by means of which the number of business that were around Creativity Microenterprise could be determined; In addition, interviews were conducted with business owners to analyze their shortcomings and weaknesses in order to be recognized on social networks and on the Internet. Besides that, surveys were conducted on clients and the general public, identifying the expectations of this work

The results of the surveys showed that 73.5% of people answered that social networks are very important for a company since they are a cover letter for people who are looking for new things that are in the more successful social networks

As a conclusion of this research, a website is presented which will be the company official that was chosen as case study, in which customers and general public will be able to observe all the services that are offered of the company as well as the Promotional items that are made for any special occasion.

Introducción

Hoy en día en la sociedad actual, se puede observar que en el mercado están apareciendo nuevos negocios establecidos por iniciativa particular especialmente las denominadas “empresa familiar”; de estos negocios se analiza que la mayoría son microempresas que están queriendo tener un reconocimiento propio y especial por toda la ciudadanía en general, pero en ciertas ocasiones estas microempresas no tienen los conocimientos adecuados para estar en la internet y en especial en las redes sociales.

Es por esto que las personas dueñas de sus negocios al no tener a la mano a alguien que los ayude en ese aspecto, intentan realizarlo por sus propios medios pero al final no realizan un trabajo correcto que les lleve a ser reconocidos y a estar en todas las redes sociales que hoy en día se manejan.

El objeto de estudio es ofrecer a los propietarios de las microempresas en Duran estrategias de negocio, adaptadas a las necesidades que posean cada una de ellas.

El campo del estudio son los propietarios de las microempresas del cantón Duran y como caso de estudio la microempresa “Creativity Diseño y Publicidad”

Origen del problema

El origen del problema y caso de estudio es la empresa Creativity Diseño y Publicidad, microempresa constituida en Duran, con poco reconocimiento de parte de las personas que habitan en el sector donde se ubica la empresa, por otro lado la mencionada empresa no cuenta con un reconocimiento a nivel de redes sociales puesto que este es su mayor problema, y necesitan mejorar sus ventas a través de la implementación de sus redes oficiales y de un sitio web oficial que ayude al reconocimiento online de esta empresa para que pueda crecer empresarialmente.

Hoy en día, existe un fenómeno llamado la revolución de las redes sociales que cada día está acaparando aún más la atención de muchas personas en especial jóvenes cibernautas, es por esto que las empresas están poniendo todo sus esfuerzos por tratar de captar la atención de estas personas y lo hacen por medio de las redes sociales y estrategias de marketing previamente definidas.

Para dar solución a este problema, esta investigación se centrara en aplicar estrategias de marketing al caso de estudio de la empresa Creativity Diseño y Publicidad para que sea un modelo a seguir para otras microempresas y negocios aledaños a donde se encuentra la empresa mencionada.

Situación Problemática

Hoy en día existen una baja utilización por parte de las microempresas de Durán sobre estrategias de marketing ya sean: redes sociales, publicidad en la web; para mejorar la participación en el mercado. Esto se da por el poco conocimiento que tienen los propietarios de los negocios para promocionarse y tener publicidad online.

Formulación del problema

El problema se formula a través de la siguiente pregunta:

¿La implementación de una tienda en línea y estrategias de marketing impulsaran las ventas de Microempresas del cantón Durán?

Delimitación del Problema

Este proyecto está delimitado a las microempresas del cantón Durán. Escogiendo como caso de estudio a la empresa “Creativity Diseño y Publicidad”, Ubicada en la ciudadela Abel Gilbert Pontón

- Campo: Comercio Electrónico, Publicidad y Diseño grafico
- Área: Social.
- Aspecto: Productos y Servicios
- Ubicación: Ecuador, Provincia del Guayas, cantón duran
- Delimitado a: configuración de comercio electrónico, Publicidad online y estrategias de marketing.

Justificación de la Investigación:

1.- En el cantón Duran, las microempresas tienen un reconocimiento presencial de parte de las personas que saben que en un lugar específico queda un determinado negocio, pero aquel negocio no es reconocido a nivel digital en este caso de redes sociales, ni de manera global no cuenta con un sitio web oficial.

2.- Dentro del caso de estudio, la empresa cuenta con un bajo reconocimiento a nivel de redes sociales tampoco cuenta con un sitio web oficial como respaldo para promocionar los servicios que ofrece o los productos que la empresa realiza.

3.- Las redes sociales y los sitios web mejoran favorablemente el comercio de las microempresas de Durán; puesto que son un medio de comunicación entre los potenciales clientes y las microempresas.

Objetivo General:

Proponer estrategias de marketing que permitan a Creativity Diseño y Publicidad mejorar su participación en el mercado.

Objetivos Específicos:

- Seleccionar las redes sociales que permitan potencializar el nombre y la marca de la empresa y su reconocimiento digital
- Implementar un sitio web de calidad donde la empresa pueda publicar los productos y servicios que ofrecen.
- Ofrecer promociones y descuentos a los clientes.
- Ser una empresa innovadora en el mundo del diseño gráfico y las redes sociales con nuevas tecnologías.

Estructura Capítular de la tesis

La tesis está conformada por introducción, tres capítulos, conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos.

La introducción contiene información sobre los antecedentes, objeto de estudio, campo de estudio, origen del problema, problema de investigación, justificación de la investigación, objetivos de la tesis, tareas científicas, metodología del proyecto y los resultados esperados y la relación del proyecto con los campos de conocimiento, áreas y materias de la carrera.

Capítulo I: Marco teórico

Se refiere a la descripción teórica y conceptual de teorías relacionadas al problema de investigación. Dentro de este capítulo se realiza el análisis de los elementos conceptuales de implementación de una tienda en línea y estrategias de marketing para una microempresa del cantón Durán

Capítulo II: Metodología y diagnóstico

En este capítulo se describen los métodos y técnicas utilizados para el análisis del problema de investigación y cuál sería su posterior diagnóstico.

Capítulo III: Propuesta

En este capítulo se detalla las estrategias a utilizar como propuesta, considerando al producto, mercado, competencia, distribución, marca, promoción, publicidad y talento humano.

Adicionalmente se presenta el cronograma de actividades además de elaborar una planificación financiera para determinar el costo que sería la implementación de una tienda en línea para la microempresa.

Relación del proyecto con el programa de estudio

El presente proyecto está determinado al uso de herramientas tecnológicas y útiles que toda microempresa necesita hoy en día, con el único objetivo de que con la realización de un sitio web de primera calidad la microempresa Creativity diseño y publicidad pueda crecer empresarialmente.

Las materias a implementar en nuestro proyecto dentro de la carrera de Comercio Electrónico son:

Administración: Administración de proyectos, Evaluación de proyectos, Comunidades virtuales, Fundamentación de gestión financiera, Optativa I, Contabilidad y Costos, Trabajo de Graduación I y II , Marketing e investigación de mercados , Ética profesional, Matemáticas Administrativas (Estadística).

Comercio electrónico: HTML, Páginas dinámicas I Y II, E-Business, Modelos de negocio en comercio electrónico

Diseño: Diseño gráfico, Interface Web, E-Marketing

CAPITULO I

Marco Teórico, Historia del Cantón Durán y Definiciones de palabras

1.- Marco Teórico

1.1. Historia del Cantón Durán

Durán, es un cantón de la provincia del Guayas, en el Ecuador. Está ubicado en el margen oriental del río Guayas, frente a la ciudad de Guayaquil, capital provincial, a la que está unida por el puente de la Unidad Nacional. La ciudad de Eloy Alfaro, es la cabecera del cantón Durán.

Fue creada como parroquia rural del cantón Guayaquil el 16 de octubre de 1902. El 10 de enero de 1986 mediante Ley de Creación, fue separada administrativamente de Guayaquil, siendo convertida en cantón durante el gobierno de León Febres-Cordero. Actualmente forma parte del Guayaquil Metropolitano, su actividad económica, social y comercial está fuertemente ligada a Guayaquil, siendo ciudad dormitorio para miles de trabajadores que trabajan en Guayaquil.

Es considerada parte de la Conurbación de Guayaquil, es también parte de la Zona de Planificación #8 junto con el cantón de Guayaquil y de Samborondón, ambas separadas por el puente de la unidad nacional. (Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo, 2015, pag. 16)

Según datos del INEC, luego del Censo Nacional ejecutado en 2010, presento la lista de las ciudades con más habitantes; y dentro de las 10 primeras ciudades se encuentra el cantón Durán que cuenta con 235.8 mil habitantes.

En relación con los indicadores económicos, se refleja que la mayor parte de la población en el cantón duran se dedica al comercio al por mayor y menor con un 29.9%, además dentro de las principales actividades que generan mayor ingreso dentro del cantón Durán, está las Industrias Manufactureras con 60.9% de ingresos por ventas. (Secretaria de planificación y Desarrollo, 2015, pag. 2)

La (Superintendencia de Compañías, 2015) Dentro de lo que son las microempresas, indicó en su plataforma que el número de empresas que se encuentran constituidas en el cantón Durán son 462 empresas, de las cuales 150 son micro empresas

1.2. Importancia del Internet

Hoy en día, el internet se ha convertido en una herramienta muy importante para todas las personas, ya que dentro del mismo se puede encontrar información científica, social, de entretenimiento, ciencia y de tecnología; de tal manera que en este aspecto interviene lo que se conoce como Las TICS.

(Gutierrez, 2003) afirmó:

Las TICS son herramientas que los profesores deben utilizar en las aulas y escuelas dando un papel adecuado y aprovechándolas en función de la actividad educativa; su incorporación al sector educativo incluye a todo el personal implicado, padres, profesores, alumnos, personal administrativo, directivos y la sociedad en general (p.1).

Por otro lado podemos decir que las TICS son una vital ayuda en el aprendizaje de los niños y jóvenes hoy en día, porque les resulta más sencillo, practico y aprenden mejor apoyados por estas tecnologías de la información y comunicación.

Además, el internet sirve de mucha ayuda para las empresas hoy en día, ya que si una persona normal desea buscar un almacén donde vendan zapatos, su principal fuente de búsqueda será el internet, de tal manera que las empresas por obligación deberían tener un sitio web oficial que las represente, ya que en términos generales el internet sería una vitrina para los negocios y empresas en general que quieran darse a conocer hacia las personas.

1.3. Páginas web

Milenium (como se citó en Melamed, 2004) aseguró que página web es un documento situado en una red informática, al que se accede mediante enlaces de hipertexto. Este documento HTML que tiene su propia dirección web, o URL, acceso a la primera página usualmente solicitada en un sitio web, la cual es llamada “home page”.

También comenta que una página web es un documento electrónico que contiene información específica de un tema en particular y que es almacenado en algún sistema de cómputo que se encuentre conectado a la red mundial de información denominada internet, de tal forma que este documento pueda ser consultado por cualquier persona que se conecte a esta red mundial de comunicaciones.

1.3.1. Sitio web

Por otra parte, Milenium (como se citó en Melamed, 2004) nos dice que es un conjunto de archivos electrónicos y páginas web referentes a un tema en particular, que incluye una página inicial de bienvenida generalmente denominada home page, con un nombre de dominio y dirección en internet específicos.

1.4. Redes sociales

Las redes sociales han tenido un desarrollo vertiginoso basado en la ventaja de permitir a los usuarios expresarse y compartir en un ambiente en el que se sienten en absoluta confianza. El crecimiento de las redes sociales, así como la diversificación de aplicaciones que corren sobre ellas son evidencia suficiente de que no son una moda tecnológica, sino que están cambiando el mundo y las formas en las que la sociedad se desenvuelve.(Juan Carlos Torres, 2012, pag.2)

1.4.1. Las redes sociales una nueva herramienta de difusión

¿Qué es una red social?

Celaya (como se citó de Herrera, 2012) Las redes sociales son lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos. (pag. 4).

Adicionalmente ,Herrera (como se citó de Duncan Watts 2003) Describió que un aspecto interesante es la teoría de los seis grados, mediante la cual el expone que la mayoría de las personas mantienen un vínculo directo, más o menos permanente con alrededor de 100 personas. Estas, las cuales se van restando o sumando a lo largo de nuestras vidas, viene a consolidar una lista de 100 a 200 personas aproximadamente en nuestra lista. Si estos 100 contactos nos presentaran a sus 100 respectivos contactos, nuestra lista de referencia iría creciendo exponencialmente. Es decir, en un primer nivel tendríamos 100 personas, y si cada uno de ellas nos presenta a sus 100 respectivos contactos, tendríamos 10.000 integrantes en nuestra lista, y así sucesivamente hasta llegar a nuestro sexto nivel, con un total de 1 billón de personas (un millón de millones). Bajo esta primicia, cualquier persona estaría en posibilidad de conocer a cualquier otra persona del mundo a través de su red de contactos. (Pag. 4)

1.4.2. Las redes profesionales

Desde el punto de vista Profesional, Herrera (2012) explicó que este tipo de redes han contribuido a fomentar el concepto de “networking” entre las Pymes y mandos intermedios en el caso de las empresas más grandes. Su valor agregado es que permiten ir desarrollando una amplia lista de contactos profesionales, tanto para intercambios comerciales como para interacción y búsquedas de oportunidades entre las personas. Normalmente, los usuarios que ingresan a estas redes incluyen una descripción de su hoja de vida, lo cual constituye el punto de partida en sus interacciones posteriores. Todas estas plataformas cuentan con un buscador interno que nos permite rastrear la base de contactos por el nombre de la persona que buscamos o por el nombre de la empresa o universidad. Los usuarios a su vez pueden integrarse entre sí de acuerdo con sus expectativas, gustos y preferencias.

1.4.3. Redes sociales a utilizar

Facebook

Facebook es una red social creada por Mark Zuckerberg mientras estudiaba en la universidad de Harvard. Su objetivo era diseñar un espacio en el que los alumnos de dicha universidad pudieran intercambiar una comunicación fluida y compartir contenido de forma sencilla a través de Internet. Fue tan innovador su proyecto que con el tiempo se extendió hasta estar disponible para cualquier usuario de la red.

Facebook fue fundada en 2004 sin embargo tardó unos años en hacerse público y recién a partir del 2007 comenzaron a desarrollarse versiones en español, portugués, francés, alemán y otros idiomas. Cabe mencionar que pese a lo muy masificado que se encuentra el servicio, la mayoría de los usuarios viven o residen en Estados Unidos. En la actualidad se estima que la red social cuenta con más de 500 millones de usuarios.

El funcionamiento de Facebook es similar al de cualquier otra red social, aunque esta oración deberíamos formularla al revés, ya que es esta la red social que marca los antecedentes y las condiciones que deben cumplir las demás.

En Facebook existen dos tipos de cuentas: las de cualquier usuario normal y corriente y la que pueden abrir las empresas. Las primeras son totalmente gratuitas y permiten la comunicación fluida entre personas reales; las segundas sirven para ofrecer productos o servicios y mantener contacto cercano entre empresas y clientes. A su vez en las cuentas de empresas existen las versiones gratuitas y las pagas, estas últimas ofrecen más prestaciones, permitiendo una mayor visibilidad a la compañía pertinente. (Pérez, 2013, pág. 2).

Twitter

Los creadores de Twitter lo definen, en su sitio web (www.twitter.com), como una red de información en tiempo real, la cual permite conectarse a lo que las personas les interesa, el individuo busca lo que para él sea relevante y empieza a seguir la conversación y hacer parte de ella. La conversación se da entre pequeños pedazos de información o micro blogs, conocidos como tweets, los cuales constan de una extensión de 140 caracteres. A través de estos tweets es

posible enlazar otras webs, imágenes, videos, música, aplicaciones o simplemente escribir texto. Twitter (como se citó de Jiménez, 2010)

Se caracteriza por su sencillez, aunque en un principio puede llegar a ser ligeramente confuso. Por este motivo, en este artículo se pretende aportar un poco de luz a quienes comienzan a usar esta herramienta. (Soto, 2012, pág. 1).

Cuando un usuario publica un mensaje en su página de Twitter, es enviado automáticamente a todos los usuarios que hayan escogido la opción de recibirlos.

Dicho mensaje también puede ser visto de forma inmediata en el perfil del usuario. La plataforma de Twitter nació en octubre de 2006 en San Francisco (Estados Unidos) como una red social con ciertas características auténticas. Entre las mismas, podemos mencionar que permite un servicio absolutamente gratuito y sin publicidades (se financia con las inversiones de empresas de capital riesgo), es muy sencillo de utilizar y estableció una nueva forma de comunicación, en la que lo público y lo privado se fusionan. (Gardey, 2014)

Instagram

Instagram es una red social orientada a ser usada con dispositivos móviles pero se puede utilizar desde las tabletas y también tiene una versión Web siendo una versión prácticamente solo de lectura. ¿Y qué hace a Instagram que sea la red social de moda? Su secreto es ser una red social divertida y visual, ¡y su gran poder de conectividad con otras personas! Su principal función es ofrecer un servicio gratuito para compartir imágenes o vídeos cortos de aproximadamente 1 minuto.

La función de esta red social es estar enfocada a la subida y tratamiento de imágenes con sus retoques y filtros fotográficos avanzados ya que fue la pionera del selfie, siendo esto lo que la hace única y diferente. Se ha creado una gran comunidad y el seguimiento de sus usuarios es muy frecuente y persistente. Tanto que ha provocado una adicción de sus usuarios que utilizan esta red social día a día convirtiéndose en verdaderos fans de Instagram. Instagram nos permite incluir hashtags para que personas afines o con gustos iguales, puedan encontrarnos fácilmente. (Matesa, 2016, pág. 1)

1.5. Estrategias de Marketing

1.5.1. Elección de una Estrategia de Marketing

Mc Carthy J (como se citó en Murillo & Suarez 2014) Afirma que el objetivo es examinar las diferentes estrategias de marketing que se ofrecen a la empresa para permitir alcanzar sus objetivos de crecimiento y rentabilidad. (pág. 22)

Se debe mantener:

- Una posición actual y seguir la evolución esperada del mercado.
- Invertir para reconstruir una posición deteriorada o pérdida, esta es la estrategia de revitalización.
- Dejar un mercado o segmento poco atractivo y donde la empresa no tiene la posibilidad de asegurar una ventaja de competitividad defendible.

1.5.2. Tipos de estrategias de Marketing

Según Suarez&Mora, (2014) Existen 4 estrategias fundamentales de Marketing: Penetración del mercado, desarrollo de mercado, desarrollo de producto y diversificación.

Estrategias de penetración de mercado: Busca incrementar las ventas de productos existentes con clientes actuales.

Estrategias de desarrollo de mercado: Es introducir productos existentes en nuevos mercados, significa que se debe alcanzar nuevos segmentos de consumidores dentro de un mercado o expandirse a otras áreas geográficas.

Desarrollo de producto: Puede significar ampliar la línea de productos o realizar variaciones en los mismos para crear un mayor crecimiento al vender nuevos productos en mercados existentes. (pág. 23)

Cómo definir las estrategias de marketing: Las estrategias de marketing las definimos conociendo las necesidades y deseos actuales y futuros de los clientes, identificar diferentes grupos de posibles consumidores y prescriptores en cuanto a sus gustos y preferencias o segmentos de mercado.

Capítulo 2

Metodología y Diagnostico

Enfoque de la Investigación

El enfoque a utilizar para esta investigación es mixto, por lo que se vincularan datos cualitativos y cuantitativos dentro de una misma investigación. Dentro del enfoque Cuantitativo se realiza la recolección de pruebas numéricas a través de encuestas, a usuarios de los negocios y para el enfoque Cualitativo se harán entrevistas a propietarios de negocios del área de investigación.

Métodos de Investigación

En lo que respecta a la metodología de la investigación, se utilizara el método descriptivo; con el cual se detallara las características de la implementación de un sitio web que identifique a la empresa además de redes sociales para la promoción de los servicios y productos que ofrezca. Además se utilizó el método Exploratorio el cual consistió en recorrer la zona aledaña a donde se encuentra ubicada la empresa con el fin de analizar el número de microempresas que existen en esa zona.

Investigación en Sitio

La empresa “Creativity Diseño y Publicidad” está ubicada en el Cantón Durán, la dirección de la Microempresa es: Avenida Samuel Cisneros y Avenida los Shirys, Ciudadela Abel Gilbert Pontón 1era Etapa Mz. 36 Solar 10 (ANEXO 5)

A lo largo de la Avenida Samuel Cisneros se pudo observar que existen otras microempresas y negocios que se dedican a actividades varias en el mercado, por esta razón se realizó una investigación de mercado analizando detenidamente cuantos negocios existen a lo largo de la Avenida Samuel Cisneros; llegando a la conclusión de que esta Avenida es una zona muy comercial con negocios de toda índole

El resultado de la investigación de mercado es el siguiente:

Farmacias	13
venta de CDs musicales y películas	6
panaderías	8
tienda de ropa	12
asadero de pollos	9
Bazar y Papelerías	13
Restaurantes	19
Chifas	3
Picanterías	3
Cafeterías	2
Comisariatos	2
Tienda de abastos	21
Ferreterías	6
Cyber	8
Salones de belleza y peluquería unisex	11
Almacenes para carros y motos	17
Barberías	6
Locales de comidas rápidas	10
Distribuidores de CLARO	6
Almacenes de Electrodomésticos	3
Mini Comisariatos	2
Dentistas	3
Consultorios Médicos	4
Veterinarios	2
Locales de Venta de Pollo por Libra	4
Locales Varios	60
TOTAL	253

Figura 1: Negocios en la Avenida Samuel Cisneros de Durán. Elaborado por: David Leitgeber

En esta tabla se puede observar el número total de establecimientos dedicados al negocio que se encuentran a ubicados a lo largo de toda la Avenida Samuel Cisneros que comprende desde la Avenida Nicolás Lapentí que conecta con el Puente de la Unidad Nacional hasta el SECAP (Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional)

El número total de negocios es de 253, de los cuales 115 negocios se encuentran de lado derecho de la Avenida desde el Puente de la Unidad Nacional y 138 negocios se encuentran del lado izquierdo en dirección hacia SECAP

Calculo de la muestra

Para el cálculo de la muestra del tamaño de la población del cantón Durán se utilizó la calculadora de Red de bibliotecas UNNE (UNNE, 2017)

Análisis de Resultados

Resultados de Entrevistas a Propietarios de Negocios

Se diseñó una guía de entrevista (Anexo 2) para realizarla a 12 propietarios de microempresas que se encuentran a lo largo de la Avenida Samuel Cisneros. Los entrevistados expresaron sus ideas y criterios respecto a la influencia de las redes sociales en sus negocios.

Los resultados de las entrevistas formuladas son:

En el primer tema sobre el Acceso a Internet; 9 de los 12 propietarios encuestados respondieron que si cuentan con el servicio dentro de sus negocios, mientras que los 3 restantes dijeron que no cuentan con Internet. Sin embargo 11 de los 12 entrevistados aseguro de que si le gustaría tener mayor publicidad Impresa y digital además de estar presente en las redes sociales con mayor público y por supuesto contar cada uno con su sitio web oficial.

En cuanto al tema de Descripción del negocio, los propietarios respondieron en pocas palabras a que se dedicaba su microempresa, algunos mencionaron que se dedican a la venta de Artículos varios de bazar, otros a la venta de ropa y Venta de artículos para oficina. Además en lo que respecta al tiempo de funcionamiento de sus negocios; había locales que coincidían en el largo tiempo que llevan atendiendo al público en general con la diferencia de que unos llevan 33 años de atención como el caso del Chifa Ecu china con su propietaria Justinna Guim Kusactay o el caso de la propietaria del Restaurante La Costa del Sabor que lleva 15 años atendiendo al público.

En los horarios de atención 10 de 12 propietarios encuestados expresaron que desde las 8:30 am inician su jornada laboral excepto que los restantes inician su jornada laboral un poco más tarde.

En cuanto a los días de mayor afluencia al publico 8 de las 12 personas entrevistadas contestaron que los fines de semana cuentan con mayor clientela

Mientras que los 4 restantes dijeron que entre semana cuentan con mayor afluencia de personas

Para la Publicidad del negocio, los propietarios de los negocios afirmaron que si han hecho algún tipo de publicidad, de los cuales 11 de 12 entrevistados comento que ha realizado publicidad Impresa, digital y Boca a Boca.

De los 12 entrevistados; 7 opinaron que han realizado publicidad impresa para darse a conocer al público, mientras que 3 han realizado además de publicidad impresa, publicidad digital ya que cuenta con una página en Facebook cada uno de los negocios, mientras que los 2 restantes no han realizado ningún tipo de publicidad ya sea digital o impresa

En el tema de Innovación y creatividad, todos los encuestados expresaron que sus estrategias de ventas más efectivas son los descuentos y ofertas sin dejar de lado la buena atención al cliente.

Sin embargo el propietario de la Papelería J y M comento que él cuenta con el servicio de “Banco del barrio” del Banco Guayaquil y Banco Pichincha para captar la mayor atención del público.

Por otro lado se realizó la pregunta a cada propietario Si contaban con clientes fijos, y todos respondieron que si cuentan con clientes fijos y además comentaron de que la clave para que hayan conseguido tener sus clientes fijos es la amabilidad y la buena atención que siempre ofrecen a sus clientes.

Para finalizar; 9 de los 12 entrevistados coincidieron que las épocas en donde tienen mayores ventas son las de Feriados y días festivos como Navidad, fin de año, Carnaval, Fiestas de Guayaquil. Además la propietaria del Restaurante La Costa del Sabor comento que el feriado de semana santa, le genera más ventas ya que las personas buscan comer otro tipo de platos en especial mariscos puesto que no se puede comer carne durante la Semana Santa.

Resultados de las Encuestas a clientes de los negocios

Dentro de este tema se realizara el análisis de los resultados obtenidos y su interpretación correspondiente de las 388 encuestas realizadas a clientes de los negocios de la Avenida Samuel Cisneros en Duran y también a personas en general de entre los 20 y 50 años de edad. (Anexo 3)

Para el desarrollo de la encuesta se utilizó la aplicación Google Drive, la que permite procesar automáticamente los resultados de la encuesta en línea.

A continuación se detallan los datos de la tabulación:

1.- Edad de los clientes de las microempresas

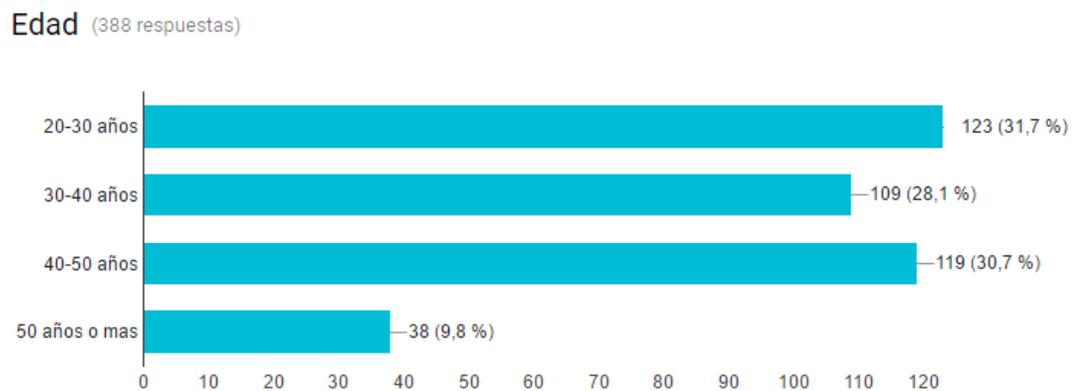


Figura 2: Edad de los clientes de microempresas Fuente: Encuestas Influencia de las redes sociales en las PYMES de Duran. Realizado por: David Leitgeber

En la gráfica se observa que los clientes encuestados se encuentran en un rango que va desde los 20 a 50 años en adelante. Por lo tanto se analiza que el mayor número de encuestados se encuentran en los rangos de edad desde los 20 a 30 años y desde los 40 a 50 años.

2.- Sexo de clientes

Sexo (384 respuestas)

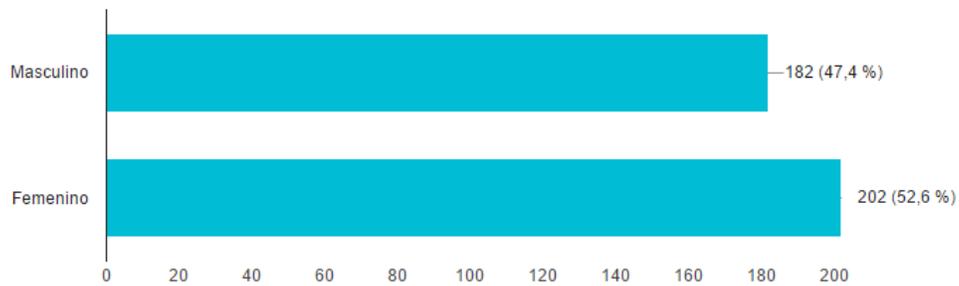


Figura 3: Sexo de los clientes Fuente: Encuestas Influencia de las redes sociales en las PYMES de Duran. Realizado por: David Leitgeber

En esta grafica se muestra que del número total de encuestados; se divide en 2 que son: el 47.4% de hombres mientras que un 52.6 % fue para el sexo Femenino.

3.- Frecuencia de conexión a redes sociales

1.-¿Con que frecuencia usted se conecta a las redes sociales (388 respuestas)

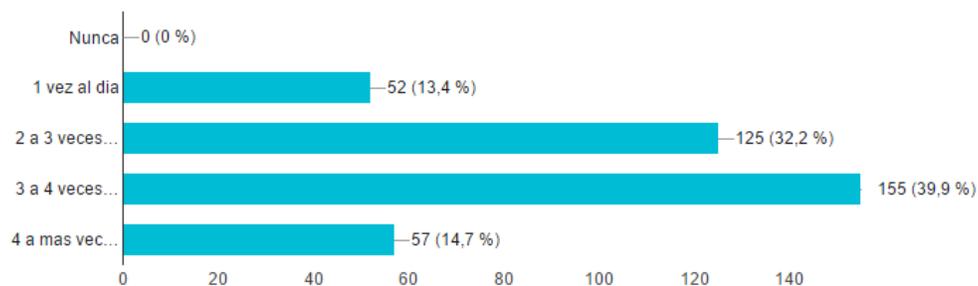


Figura 4: Conexión a redes sociales Fuente: Encuestas Influencia de las redes sociales en las PYMES de Duran. Realizado por: David Leitgeber

La conexión a redes sociales es un tema muy importante, es por esto que del total de encuestados, en la figura No. 3 se muestra que el 39.9 % se conecta de 3 a 4 veces al día, mientras que un 32.2% respondió que se conecta de 2 a 3 veces al día

4.- Importancia de las redes sociales para las Microempresas

2.- ¿Que tan importante son las redes sociales para una micro empresa?

(388 respuestas)

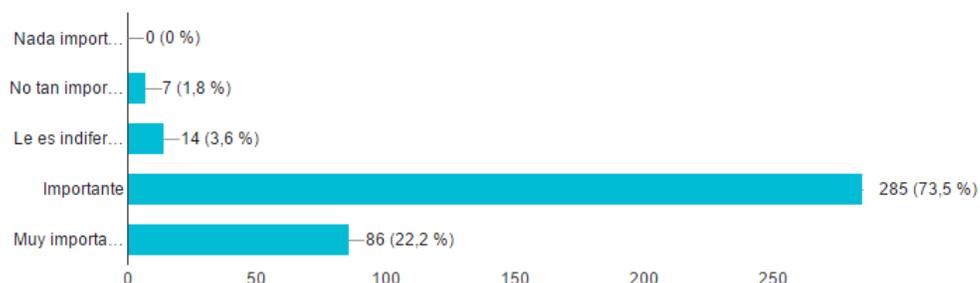


Figura 5: Importancia de las redes sociales Fuente: Encuestas Influencia de las redes sociales en las PYMES de Duran. Realizado por: David Leitgeber

La importancia de las redes sociales dentro de las microempresas se ve reflejada en la figura No. 4 que demuestra que el 73.5% dijo que es importante contar con redes sociales en una microempresa.

5.- Publicidad de microempresas en Redes sociales

3.- Como considera usted la publicidad de una micro empresa en redes sociales?

(388 respuestas)



Figura 6: Publicidad de microempresas en Redes sociales Fuente: Encuestas Influencia de las redes sociales en las PYMES de Duran. Realizado por: David Leitgeber

Como se refleja en la Figura No. 6 los encuestados respondieron que la publicidad en redes sociales les parece muy interesante para estar informados con el 59.3%, mientras que un 29.9% respondió que le agrada mucho contar con publicidad de microempresas en redes sociales

6.- Redes sociales correctas para una microempresa

4.-¿Que tipo de redes sociales considera que son efectivas para promocionar una micro empresa?

(388 respuestas)

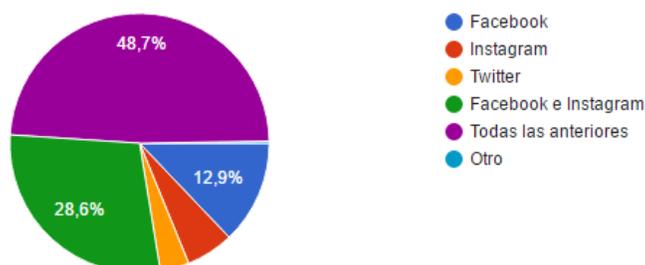


Figura 7: Redes sociales correctas para una microempresa Fuente: Encuestas Influencia de las redes sociales en las PYMES de Duran. Realizado por: David Leitgeber

En la Figura 7; el 48.7% de los encuestados, respondió que las redes sociales Facebook, Twitter e Instagram son las más efectivas para potenciar una microempresa.

7.- Riesgos del uso de las redes sociales en las microempresas

5.-¿Que riesgos cree usted que tiene una micro empresa al usar las redes sociales?

(388 respuestas)

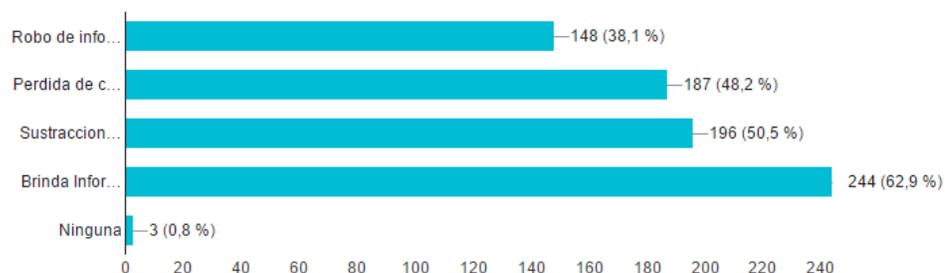


Figura 8: Riesgos del uso de redes sociales en microempresas Fuente: Encuestas Influencia de las redes sociales en las PYMES de Duran. Realizado por: David Leitgeber

El 62.9% de los clientes encuestados afirma que el mayor riesgo es brindar información a la competencia cuando se utilizan las redes sociales; mientras que la sustracción de datos y la pérdida de información con un 50.5% y 48.2% respectivamente afirman que serían otros riesgos cuando se usan las redes sociales para las microempresas.

8.- Sitio web en una Microempresa

6.-¿Considera usted que una micro empresa debería contar con un sitio web para generar mayor impacto y presencia en Internet?

(388 respuestas)

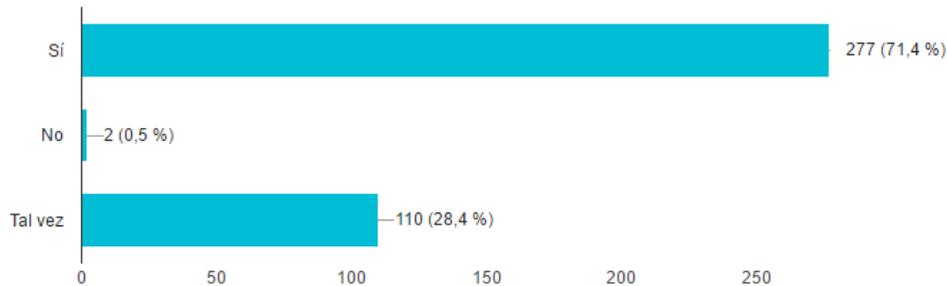


Figura 9: Implementación de sitio web en una microempresa Fuente: Encuestas Influencia de las redes sociales en las PYMES de Duran. Realizado por: David Leitgeber

En la figura No.9 se observa que el 71.4% de los encuestados respondió que una microempresa si debería contar con un sitio web para generar mayor impacto y presencia en Internet, mientras que un 28.4% dijo que tal vez sería correcto tener un sitio web de una microempresa.

9.- Beneficios del uso de Redes sociales en una microempresa

7.-Si una micro empresa utiliza sus redes sociales, que obtiene con el uso de estas?

(388 respuestas)

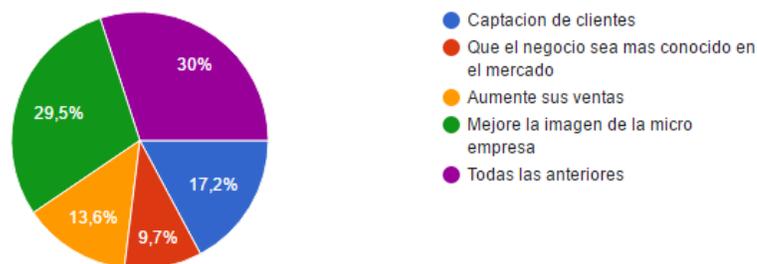


Figura 10: Objetivos del uso de las redes sociales en una microempresa Fuente: Encuestas Influencia de las redes sociales en las PYMES de Duran. Realizado por: David Leitgeber

En la Figura 10 se observa que el 30% de encuestados respondió que todas las opciones dadas son los beneficios que tiene una empresa al utilizar las redes sociales.

10.- Características de un Sitio web

8.-De las siguientes opciones. Que es lo que le llama mas la atención cuando visita un sitio web?

(388 respuestas)

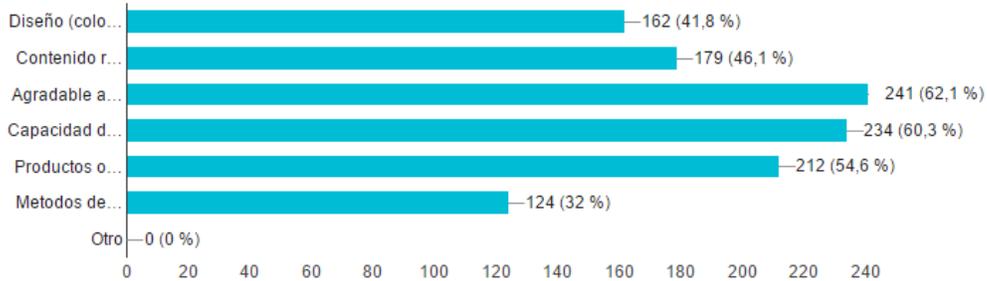


Figura 11: Características de un Sitio web Fuente: Encuestas Influencia de las redes sociales en las PYMES de Duran. Realizado por: David Leitgeber

En la figura 11 se refleja que los encuestados con el 62.1% han elegido que un sitio web debe ser agradable a la visualización, mientras que con el 60.3% un sitio web deber tener la capacidad de ser entendido por los visitantes que ingresan al sitio web y un 54.6% dijo que le llama la atención que un sitio web tenga productos o servicios llamativos e innovadores.

11.- Rentabilizacion de las redes sociales en una Microempresa

9.-¿Considera usted que el uso de las redes sociales ayuda a Rentabilizar una micro empresa?

(388 respuestas)

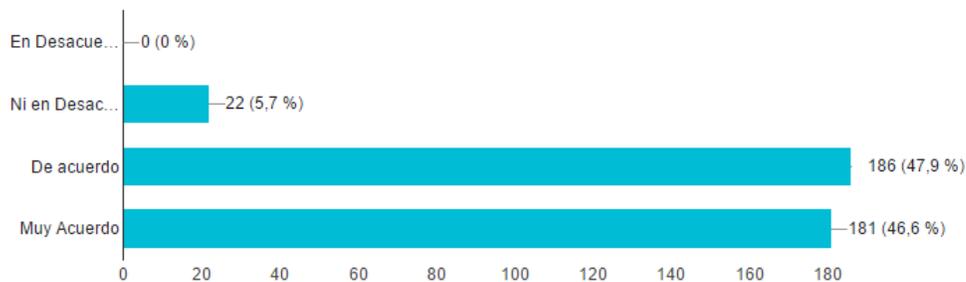


Figura 12: Rentabilizacion de redes sociales en microempresas Fuente: Encuestas Influencia de las redes sociales en las PYMES de Duran. Realizado por: David Leitgeber

El 47.9% de los encuestados dijo que esta de acuerdo que las redes sociales ayudan a Rentabilizar una microempresa, mientras que el 46.6% afirmo que esta muy de acuerdo que las redes sociales mejoran las ventas de una microempresa.

Criterios para elaborar la propuesta y su validación

Los siguientes criterios se utilizaron para elaborar la propuesta y su validación:

Seguridad: en este punto se refiere a las seguridades técnicas que tiene que tener el sitio web, así también como los estándares de seguridad que por obligación tiene que llevar para no ser víctima de un ataque informático.

Accesibilidad: este punto se refiere a que si el sitio web a construir tiene los estándares señalados por la W3C en cuestión a que tan manejable y de fácil uso es el sitio web para cualquier persona que visite la página web.

Interacción: en este punto indica la relación que debe tener el sitio web con los usuarios que lo visiten diariamente, y esto se puede evidenciar si la página web tiene herramientas de comunicación activa con sus potenciales clientes, tales como: Blogs, chat en línea, formulario de contacto con la empresa, números de teléfonos para llamadas y redes sociales.

Contenido y Calidad: dentro de este criterio se detalla el contenido que debe tener el sitio web a realizar; que este sea coherente, de calidad y en relación con el nombre de la página.

Capítulo III

Propuesta de un sitio web y estrategias de marketing para el reconocimiento de la empresa

3.1. Producto

Creativity Diseño y publicidad es un sitio web creado con la finalidad de promocionar los servicios que tiene la empresa y los productos que realiza y se vende en la empresa. Cuenta con profesionales de excelente calidad que le brindaran una gama de servicios y productos de publicidad con la finalidad de que el negocio del cliente sea reconocido gracias a sus servicios y productos que la empresa brinda.

En el sitio web de Creativity Diseño y Publicidad, el cliente se puede informar de los servicios de Diseño gráfico y publicidad que la empresa realiza, además de ver una galería donde encontrará los productos que vende y los trabajos realizados a otros negocios y locales en general.

Los productos y servicios que Creativity diseño y Publicidad brinda a la ciudadanía son: diseño gráfico, Publicidad, Imprenta, Productos promocionales, asesoría para páginas web

Los productos promocionales que se diseña son: Jarros Prendedores o Pines, Camisetas Personalizadas, Abrigos, Gorras, Llaveros

Las redes sociales serían otra fuente de comunicación de parte de la empresa hacia el público en general, ya que constantemente la empresa realizaría publicaciones con relación a sus servicios y productos que ofrece, sin dejar a un lado los concursos y promociones que no puede faltar.

Finalmente la empresa brinda al público el servicio de asesoría, consultoría y diseño de sitios web de calidad, eficientes y con un diseño que sea muy elegante y agradable a la visión de las personas que visiten el sitio web de la microempresa

Estrategias de Marketing a utilizar

Las estrategias de marketing son mecanismos que nos ayudan a tener un mayor reconocimiento en los potenciales clientes, a través de herramientas ya sea tecnológicas o de mercado.

(CreceNegocios, 2012) comentó

“Las estrategias de marketing consisten en acciones que se llevan a cabo para alcanzar determinados objetivos relacionados con el marketing, tales como dar a conocer un nuevo producto, aumentar las ventas o lograr una mayor participación en el mercado”.

Es por esto que las estrategias de marketing benefician a la empresa que las utiliza porque ayudan a mejorar las ventas y al crecimiento empresarial de las mismas.

Una de las estrategias a utilizar es “La estrategias de las 4 P’s” que consisten en aspectos como son: Producto, Precio, Promoción y Plaza.

Producto: Diseñar nuevos modelos para los artículos promocionales como Camisetas personalizadas, Gorras, jarros; para que de esta manera dichos productos sean del agrado de los potenciales clientes.

Precio: Ofertar los servicios y productos con precios más accesibles para el público, es decir bajar los mismos para que los potenciales clientes continúen solicitando los servicios de la empresa e incentivar las ventas.

Promoción: Se realizaran concursos por medio de herramientas online a través de las redes sociales de los productos promocionales que realiza la empresa, además periódicamente se efectuaran ofertas y descuentos que sean atractivos para el público en general, por otro lado se anunciará en periódicos, revistas y páginas de anuncios clasificados el nombre de la empresa y a lo que se dedica para obtener mayor reconocimiento de la ciudadanía.

Plaza: Se ofrecerán nuestros productos a través de la implementación de una tienda en línea para darle mayor comodidad al cliente si desea comprar desde su hogar un artículo de la empresa.

3.2. Mercado

La empresa, Creativity Diseño y Publicidad, está dirigido principalmente a los negocios de toda índole ubicados en el área de donde se encuentra la empresa que requieren algún tipo de publicidad para que con nuestra ayuda los negocios de la zona puedan ser reconocidos por el público en general, además la empresa se dirige también para aquellas personas que deseen hacer un obsequio muy especial para sus seres queridos en fechas festivas o para personas que se quieren dar a conocer por medio de tarjetas de presentación y demás artículos de publicidad.

3.3 Marca

Ser una empresa reconocida por todos los negocios alrededor de la zona por medio de su logotipo; para que de esta manera confíen y estén seguros de que en Creativity Diseño y Publicidad, tendrán todo tipo de publicidad con una excelente calidad.



Figura 13 Logotipo de la empresa. Elaborado por Karol vera y David Leitgeber

3.4. Promoción y Publicidad

En lo que respecta a este punto, la empresa se promocionara a través de las redes sociales con mayor afluencia de público y estas son: Facebook, Instagram y Twitter, las cuales servirán para publicar los servicios y productos en general, además de todo tipo de información respecto a la empresa y para realizar periódicamente con herramientas en línea adaptadas para las redes sociales con premios hechos por Creativity con el fin de tener un mayor reconocimiento en redes sociales y potencializar la marca de Creativity Diseño y Publicidad.

Por otro lado se realizará la publicidad impresa, y esto se trata de entregar volantes en principales lugares del Cantón Durán con el objetivo de dar a conocer a los futuros clientes potenciales para la microempresa.

Adicionalmente al sitio web oficial de la empresa se aplicaran los procedimientos técnicos adecuados y las técnicas SEO (Search Engine Optimization) para que pueda estar en los primeros lugares de búsqueda de Google y así, de esta manera el sitio web sea una vitrina digital en el internet para atraer a los clientes a través del mencionado motor de búsqueda. Finalmente, para tener un mayor reconocimiento en internet, se realizará campañas publicitarias tanto como en Facebook y en Google Adwords, certificando así llegar a más personas por medio de anuncios llamativos para la vista del cliente.

3.5. Talento humano

El personal que trabajará en la empresa Creativity Diseño y Publicidad será el siguiente:

La Gerente General la cual es la propietaria de la empresa, será la encargada de organizar y coordinar el diseño y entrega de la publicidad solicitada por el cliente

Un encargado del Departamento de Diseño de sitios web, el cual se encargará de asesorar de la mejor manera al cliente para que tenga una idea fresca y clara de cómo diseñar el sitio web ideal para el negocio que tenga dicho cliente.

Un encargado del Departamento de Diseño gráfico, el cual realizará todos los diseños publicitarios que la Gerente general recepte de los clientes que lleguen a la empresa a solicitar de alguna publicidad en especial.

Cronograma de Actividades

Tabla 1

ACTIVIDADES	MESES			
	Mes1	Mes2	Mes3	Mes4
1.- Descripción del contexto, antecedentes, Justificación, formulación del problema	X			
2.- Objetivos generales, específicos, Creación del sitio web, Relación del proyecto con el programa de estudio		X		
3.- Marco teórico, marco conceptual, Diseño metodológico, cambios al sitio web			X	
4.- Plan de trabajo, recursos, presupuesto, recomendaciones y conclusiones, referencias y anexos				X

Proyecciones Financieras

En lo que respecta a las Proyecciones financieras, se utilizara el flujo de caja proyectado, ya que al implementar una microempresa la liquidez es el factor financiero más importante; por lo que se consideran algunos aspectos preponderantes como lo son: Capital Inicial Requerido, el periodo de recuperación del Capital Inicial y el Punto de Equilibrio de la operación. Para iniciar las operaciones de la empresa se contara con \$10.000 de los cuales se los invertirá en el pago del alquiler de un local, se compraran los equipos y maquinas necesarias para la puesta en marcha de la empresa y para la adecuación de una oficina con muebles, sillas y escritorios necesarios para la empresa.

Proyecciones Talento Humano

Para las proyecciones de Talento humano se detallaran los valores correspondientes al sueldo del gerente o propietario que será de \$500, el socio minoritario será de \$400 y el asistente \$400, además se reconocerán los valores del Décimo Tercer Sueldo, Décimo Cuarto Sueldo correspondiente a un salario básico unificado.

Pago nomina Año 1

Tabla 2

Cargo	Número de empleados	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Vacaciones	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto sueldo	Total Primer Año
Gerente-Propietaria	1	\$500	\$6000	\$500	\$500	\$350	\$7.350
Asistente	1	\$400	\$4800	\$400	\$400	\$280	\$5.880
Diseñador Web	1	\$375	\$4500	\$375	\$375	\$262	\$5.512
						TOTAL	\$18.742

- El valor para determinar el total de pago de nómina en el 1er año se lo calcula así: **18.742/12 = 1,561.83**
- El valor total del pago de nómina en el 1er año es: \$1561.83

Dentro del pago de nómina del 2do año; para el personal antiguo se incrementara en un 10% el sueldo mensual que reciben mensualmente, además se contratara un nuevo diseñador gráfico y este recibirá el sueldo correspondiente al salario básico unificado.

Pago Nomina Año 2

Tabla 3

Cargo	Número de empleados	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Vacaciones	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto sueldo	Total Segundo Año
Gerente-Propietaria	1	\$500	\$6000	\$500	\$500	\$350	\$7.350
Asistente	1	\$400	\$4800	\$400	\$400	\$280	\$5.880
Diseñador Web	1	\$375	\$4500	\$375	\$375	\$262	\$5.512
Diseñador Grafico	1	\$375	\$4500	\$375	\$375	\$262	\$5.512
Diseñador Web	1	\$375	\$4500	\$375	\$375	\$262	\$5.512
						TOTAL	29,766

Elaborado por: David Leitgeber

- El incremento de sueldo para los empleados antiguos se calcula de la siguiente manera:

Total de personal Antiguo x 10 % de incremento

Total Personal Antiguo	10 % de incremento
29,766	1.10
TOTAL	32,742.60

- El resultado que reflejo de la anterior operación, se lo divide para 12 para saber cuál es el pago de nómina del Segundo año

Valor a pagar	Numero de meses
32,742.60	12
TOTAL	2,728.55 mensual

Proyección de Ventas

En este rubro se detallará cuáles serían los ingresos de la empresa en su primer año de funcionamiento, por lo cual dentro de los principales ingresos que tiene la empresa son los ingresos por los servicios que ofrece y que se detallaran a continuación

Ingresos por Servicio Publicidad Año 1

Tabla 4

Producto	Precio x metro cuadrado	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Gigantografía	\$8	-	2	2	2	3	3	2	4	4	5	6	10
Roll up	\$35	-	1	2	2	2	3	3	3	3	4	5	6
Banners	\$35	-	1	1	2	2	2	1	2	2	1	4	4
Backlights	\$16	-	1	1	0	0	0	3	2	3	3	5	4
	TOTAL		\$102	\$137	\$156	\$164	\$368	\$204	\$239	\$255	\$263	\$443	\$494

Elaborado por: David Leitgeber

Ingresos por Servicios Publicidad Año 2

Tabla 5

Producto	Precio x metro cuadrado	Mes 13	Mes 14	Mes 15	Mes 16	Mes 17	Mes 18	Mes 19	Mes 20	Mes 21	Mes 22	Mes 23	Mes 24
Gigantografia	\$8	6	8	10	10	10	10	11	12	12	12	12	14
Roll up	\$35	5	5	7	8	9	8	9	10	10	11	10	11
Banners	\$35	6	6	5	4	6	6	8	8	9	9	11	11
backlights	\$16	5	5	3	4	4	7	7	8	9	9	12	9
	TOTAL	\$513	\$529	\$548	\$564	\$669	\$682	\$795	\$854	\$905	\$940	\$1023	\$1026

Elaborado por: David Leitgeber

Ingreso por servicio de Imprenta Año 1

Tabla 6

Artículo	Precio por millar	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Volantes	\$90	-	2	2	3	3	4	2	3	3	4	5	6
Dípticos	\$150	-	1	2	2	3	3	4	4	5	5	5	6
Tarjetas de presentación	\$30	-	3	2	3	3	4	5	5	5	6	7	8
	TOTAL 3		\$420	\$540	\$660	\$810	\$930	\$930	\$1020	\$1170	\$1290	\$1410	\$1680

Elaborado por: David Leitgeber

Ingresos Servicio de Imprenta Año 2

Tabla 7

Artículo	Precio por millar	Mes 13	Mes 14	Mes 15	Mes 16	Mes 17	Mes18	Mes 19	Mes 20	Mes 21	Mes 22	Mes 23	Mes 24
Volantes	\$90	6	7	7	7	7	7	8	8	8	8	9	9
Dípticos	\$150	2	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4
Tarjetas de presentación	\$30	4	5	6	4	3	7	4	5	7	7	6	10
	TOTAL	960	1080	1110	1200	1320	1440	1440	1470	1530	1530	1590	1710

Elaborado por: David Leitgeber

Ingresos por Productos Promocionales Año 1

Tabla 8

Producto	Precio	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes11	Mes12
Plumas	\$40 (100 unidades)	2	2	2	3	4	5	5	5	5	4	5	5
Jarros	\$8	3	3	4	5	5	4	5	5	5	8	9	9
Gorras	\$10	2	4	6	4	4	2	2	4	6	7	7	8
Camisetas personalizadas	\$12	4	4	6	4	2	1	2	4	5	7	6	8
	TOTAL	\$172	\$192	\$244	\$248	\$264	\$264	\$284	\$328	\$360	\$378	\$414	\$448

Elaborado por: David Leitgeber

Ingresos por Productos Promocionales Año 2

Tabla 9

Producto	Precio	Mes 13	Mes 14	Mes 15	Mes 16	Mes 17	Mes 18	Mes 19	Mes 20	Mes 21	Mes 22	Mes 23	Mes 24
Plumas	\$40 (100 unidades)	5	6	6	5	6	6	6	7	7	7	8	8
Jarros	\$8	10	11	13	13	13	14	14	13	14	14	15	15
Gorras	\$10	10	9	10	12	12	13	14	14	13	14	15	15
Camisetas personalizadas	\$12	10	10	10	14	14	13	14	14	15	15	12	13
	TOTAL	\$500	\$538	\$564	\$592	\$632	\$638	\$660	\$692	\$702	\$712	\$734	\$746

Elaborado por: David Leitgeber

Ingreso por Servicio de Asesoría para páginas web

Para el desglose de este servicio, se lo detallará de la siguiente manera: el cliente podrá escoger entre varios paquetes de servicios web que son:

Paquete No. 2: Diseño de un sitio web + creación de redes sociales

Paquete No. 3: Sitio web + redes sociales + estrategias de marketing

Asesoría para páginas web Año 1

Tabla 10

Servicio	Precio	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Paquete 1	200	-	-	1	1	1	1	2	2	2	3	3	3
Paquete 2	\$250	-				1	1	1	2	2	2	3	2
Paquete 3	\$300	-					1	1	1	2	2	2	3
	TOTAL			\$200	\$200	\$450	\$750	\$950	\$1200	\$1500	\$1700	\$1950	\$2000

Elaborado por: David Leitgeber

Asesoría para páginas web Año 2

Tabla 11

Servicio	Precio	Mes 13	Mes 14	Mes 15	Mes 16	Mes 17	Mes 18	Mes 19	Mes 20	Mes 21	Mes 22	Mes 23	Mes 24
Paquete 2	\$200	2	3	3	4	3	4	4	5	5	5	4	6
Paquete 3	\$250	2	2	3	3	4	4	4	4	5	5	6	5
	TOTAL	\$900	\$1100	\$1350	\$1550	\$1600	\$1800	\$1800	\$2000	\$2250	\$2250	\$2300	\$2450

Elaborado por: David Leitgeber

Gastos Administrativos

Gastos Administrativos Mensuales Año 1

Tabla 12

Gastos Administrativos	Valor
Servicios Básicos	\$20
Hosting y Dominio	\$37.60
Teléfono	\$15
Internet	\$25
Otros	\$50
TOTAL	\$147.60

Flujo de caja

Para el inicio de las actividades se tendrá como saldo inicial el aporte de los socios de \$10.000 de los cuales se invertirán \$200 para el alquiler de un local y \$2.300 para la compra de las maquinas equipos necesarios para la empresa, además se invertirán \$4000 para el pago de nómina del talento humano de la empresa, los gastos administrativos y los gastos en publicidad entre otros.

Gastos Administrativos mensuales Año 2

Tabla 13

Gastos Administrativos	Valor
Servicios Básicos	\$30
Hosting y Dominio	\$37.60
Teléfono	\$20
Internet	\$30
Otros	\$100
TOTAL	\$217.60

Flujo de caja Año 1

Tabla 14

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Saldo inicial	0	\$ 5.763	\$4.477,14	\$3.598,71	2863,28	2551,85	\$ 2.695,42	\$ 3.063,99	\$ 3.851,56	\$ 5.137,13	\$ 6.768,70	\$ 8.986,27
Ingresos												
Aporte inicial	10.000											
Ingresos por Publicidad	-	\$102	\$137	\$156	\$164	\$199	\$204	\$239	\$255	\$263	\$443	\$494
Ingresos por Imprenta	-	420	540	660	810	930	930	1020	1170	1290	1410	1680
Ingresos por Productos Promocionales	\$172	\$192	\$244	\$248	\$264	\$264	\$284	\$328	\$360	\$378	\$414	\$448
Ingreso por Asesoría para páginas web	-	-	\$200	\$200	\$450	\$750	\$950	\$1200	\$1500	\$1700	\$1950	\$2000
Total de ingresos	\$ 10.172	\$ 6.477	\$ 5.598	\$ 4.863	\$ 4.551	\$ 4.695	\$ 5.063	\$ 5.851	\$ 7.137	\$ 8.768	\$ 10.986	\$ 13.608
Egresos												
Sueldos mensuales	\$1561,83	\$1561,83	\$1561,83	\$1561,83	\$1561,83	\$1561,83	\$1561,83	\$1561,83	\$1561,83	\$1561,83	\$1561,83	\$1561,83
Equipos de oficina	\$2300	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Alquiler de oficina	\$200	\$200	\$200	\$200	\$200	\$200	\$200	\$200	\$200	\$200	\$200	\$200
Gastos de publicidad digital	\$200	\$90	\$90	\$90	\$90	\$90	\$90	\$90	\$90	\$90	\$90	\$90
Gastos Administrativos	\$147.60	\$147.60	\$147.60	\$147.60	\$147.60	\$147.60	\$147.60	\$147.60	\$147.60	\$147.60	\$147.60	\$147.60
Total de Egresos	4,409.43	\$1.999.43	\$1999.43									
Saldo final	\$ 5.763	\$ 4.477,14	\$ 3.598,71	\$ 2.863,28	\$ 2.551,85	\$ 2.695,42	\$ 3.063,99	\$ 3.851,56	\$ 5.137,13	\$ 6.768,70	\$ 8.986,27	\$ 11.608,84

Elaborado por: David Leitgeber

Flujo de caja Año 2

Tabla 15

	Mes 13	Mes 14	Mes 15	Mes 16	Mes 17	Mes 18	Mes 19	Mes 20	Mes 21	Mes 22	Mes 23	Mes 24
Saldo inicial	\$11.608,84	\$ 14.082	\$17.038,84	\$20.320,84	\$23.936,84	\$27.867,84	\$32.137,84	\$36.542,84	\$41.268,84	\$46.365,84	\$51.507,84	\$56.864,84
Ingresos												
Publicidad	\$513	\$529	\$548	\$564	\$669	\$682	\$795	\$854	\$905	\$940	\$1023	\$1026
Imprenta	\$960	\$1080	\$1110	\$1200	\$1320	\$1440	\$1440	\$1470	\$1530	\$1530	\$1590	\$1710
Productos Promocionales	\$500	\$538	\$564	\$592	\$632	\$638	\$660	\$692	\$702	\$712	\$734	\$746
Asesoría para páginas web	\$900	\$1100	\$1350	\$1550	\$1600	\$1800	\$1800	\$2000	\$2250	\$2250	\$2300	\$2450
Total de ingresos	\$14,482	\$17.329	\$20.611	\$24.227	\$28.158	\$32.428	36.833	\$41.559	46.656	51.798	\$57.155	\$62.797
Egresos												
Sueldos mensuales	\$2,728.55	\$2,728.55	\$2,728.55	\$2,728.55	\$2,728.55	\$2,728.55	\$2,728.55	\$2,728.55	\$2,728.55	\$2,728.55	\$2,728.55	\$2,728.55
Alquiler de oficina	\$200	\$200	\$200	\$200	\$200	\$200	\$200	\$200	\$200	\$200	\$200	\$200
Gastos de publicidad digital	\$200	\$90	\$90	\$90	\$90	\$90	\$90	\$90	\$90	\$90	\$90	\$90
Gastos Administrativos	\$217.60	\$217.60	\$217.60	\$217.60	\$217.60	\$217.60	\$217.60	\$217.60	\$217.60	\$217.60	\$217.60	\$217.60
Total de Egresos	\$400	\$290	\$290	\$290	\$290	\$290	\$290	\$290	\$290	\$290	\$290	\$290
Saldo final	\$14.082	\$17.039	\$20.321	\$23.937	\$27.868	\$32.138	\$36.543	\$41.269	\$46.366	\$51.508	\$56.865	\$62.507

Elaborado por: David Leitgeber

Conclusiones

- Durante la investigación realizada se pudo evidenciar que la empresa necesitaba un sitio web oficial el cual sea como una vitrina en Internet para que esta manera pueda proyectar sus productos y todos los servicios que brinda a la ciudadanía.
- El 73.5% de los encuestados opinaron que es importante tener redes sociales en una empresa ya que son una conexión directa entre el potencial cliente y la empresa
- En las entrevistas realizadas se pudo observar que a la mayoría de propietarios les gustaría contar con una empresa que realice sitios web y publicidad en redes sociales así como también publicidad impresa cercana a su negocio
- Según lo realizado en la sección de proyecciones financieras, las ventas para el año 2 crecerán significativamente llevando a la empresa Creativity Diseño y Publicidad a tener un crecimiento en sus ventas generales.
- Desde el punto de vista financiero se requiere una inversión inicial de 10.000, se logra un punto de equilibrio en el Sexto mes y se recupera el capital en el mes 12.
- Como una conclusión final del trabajo de tesis se puede establecer que el sitio web realizado para la empresa Creativity Diseño y Publicidad, es muy funcional y cumple con los requerimientos dados al inicio de la creación del mismo.

Recomendaciones

- Para que el sitio web tenga gran impacto en internet, es necesario que se actualice constantemente con nuevas fotos de diseños de los artículos que vende así como también información útil que le puede servir a la empresa para atraer más clientela por medio del sitio web
- Para un futuro será muy provechoso para la empresa implementar el comercio electrónico en su sitio web oficial para que de esta manera tenga una gran herramienta de comunicación con sus clientes normales y los potenciales clientes.
- Hoy en día el precio de un producto es un factor muy preponderante para enganchar al cliente, por esto se recomienda que los precios de los artículos y servicios se reduzcan un poco para así captar la atención de los clientes y poder aumentar las ventas de la empresa
- Se recomienda que en las redes sociales oficiales de la empresa siempre estén actualizadas con productos llamativos para el cliente así como realizar concursos con premios realizados por la empresa para mantener a los clientes al tanto de lo que la empresa realiza y ofrece a la ciudadanía.
- Las ofertas y descuentos son un punto muy importante que buscan los clientes en la web, por esto se recomienda a la empresa que de manera continua se realice descuentos en sus productos promocionales y servicios para que la empresa sea reconocida con el pasar del tiempo.

Bibliografía

- chavarro, A. J. (11 de diciembre de 2010). *Instituto de estudios en Educacion - IESE*. Obtenido de <https://guayacan.uninorte.edu.co/divisiones/iese/lumen/ediciones/11/articulos/el-uso-de-facebook-y-twitter-en-educacion.pdf>
- Compañías, S. I. (6 de Marzo de 2015). *Superintendencia de Compañías*. Obtenido de http://appscvs.supercias.gob.ec/portallInformacion/sector_societario.zul
- Desarrollo, S. N. (12 de agosto de 2015). *Secretaria Nacional de Planificacion y Desarrollo*. Obtenido de <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/11/Agenda-zona-8.pdf>
- Genesis Mora, A. S. (4 de septiembre de 2014). *Repositorio Universidad Laica Vicente Rocafuerte*. Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/114>
- Gutierrez, A. P. (15 de Diciembre de 2003). *Universidad de Granada*. Obtenido de <http://www.ugr.es/~sevimeco/revistaeticanet/Numero2/Articulos/Intrecedu.pdf>
- Herrera, H. H. (9 de febrero de 2012). *Redalyc*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf>
- Hutt, H. H. (9 de febrero de 2012). *Redalyc*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf>
- Matesa, D. (24 de noviembre de 2016). *ExpertosenNegociosOnline.com*. Obtenido de <http://www.expertosnegociosonline.com/como-usar-instagram-y-para-que-sirve/>
- Melamed, N. H. (6 de diciembre de 2004). *Colegio de tesis digitales Universidad de las Americas Puebla*. Obtenido de http://caterina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/herszenborn_m_n/
- Negocios, C. (6 de Junio de 2012). *Crecenegocios.com*. Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/concepto-y-ejemplos-de-estrategias-de-marketing/>
- Perez, G. A. (6 de marzo de 2014). *Definicion.de*. Obtenido de <http://definicion.de/twitter/>
- Perez, J. (18 de Agosto de 2013). *Definicion.de*. Obtenido de <http://definicion.de/facebook/>
- Perez, J. A. (01 de Marzo de 2011). *gestiopolis.com*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/modelo-competitividad-cinco-fuerzas-porter/>
- Soto, J. (12 de Septiembre de 2012). *Janasoto.com*. Obtenido de <http://www.janasoto.com/2012/09/twitter-conceptos-basicos-y-recomendaciones/>
- Torres, J. C. (26 de Abril de 2012). *Revista de educacion a distancia*. Obtenido de <http://revistas.um.es/red/article/view/233651/179531>
- UNNE, R. d. (22 de febrero de 2017). *Red de Bibliotecas UNNE*. Obtenido de <http://www.med.unne.edu.ar/biblioteca/calculos/calculadora.htm>

Anexos

Anexo 1

Guía de entrevista a propietarios de negocios

La presente entrevista la realiza David Leitgeber para realizar una investigación de mercado para la tesis "Implementación de una Tienda en Línea y Estrategias de Marketing para impulsar las ventas de las microempresas del Cantón Duran. Caso de estudio Creativity Diseño y Publicidad". Previa a la obtención del título de Ingeniero en Comercio Electrónico en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Acceso a internet

1.1.- Acceso a internet Si, No porque

2.- Descripción del negocio

2.1.- a que se dedica el negocio (servicios)

2.2.- tiempo de funcionamiento

2.3.- horarios de atención

2.4.- Días de mayor afluencia de público

3.- Publicidad de su negocio

Tipo de publicidad

3.1.- digital, impresa, boca a boca, perifoneo, radio y televisión

3.2.- Si es digital, cuenta con redes sociales, pagina web etc.

3.3.- si es impresa, afiches, dípticos, volantes, etc.

3.4.- si no tiene; le gustaría que su negocio conste con algún tipo de
publicidad mencionada

4.- Innovación y creatividad

4.2.- estrategias de ventas

4.3.- captación de clientes (que hizo para captar sus clientes fijos)
(causas por las que ya no tiene el servicio)

4.4.- épocas del año en que genera más ventas

ANEXO 2

Encuesta influencia de las redes sociales en las pymes de duran

La presente encuesta la realiza David Leitgeber para realizar una investigación de mercado para la tesis “Implementación de una Tienda en línea y Estrategias de Marketing para impulsar las ventas de las microempresas del Cantón Duran. Caso de estudio Creativity Diseño y Publicidad”. Previa a la obtención del título de Ingeniero en Comercio Electrónico en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

Edad

- 20-30 años
- 30-40 años
- 40-50 años
- 50 años o mas

Sexo

- Masculino
- Femenino

1.- ¿Con qué frecuencia usted se conecta a las redes sociales?

- Nunca
- 1 ves al día
- 2 o 3 veces al día
- 3 o 4 veces al día
- 4 o más veces al día

2.- ¿Qué tan importante son las redes sociales para una micro empresa?

- Nada importante
- No tan importante
- Le es indiferente
- Importante
- Muy Importante

3.- ¿Cómo considera usted la publicidad de una micro empresa en redes sociales?

- No me agrada ver mucha publicidad
- Me es indiferente
- Muy interesante para estar informados
- Me agrada mucho

4.- ¿Qué tipo de redes sociales considera que son efectivas para promocionar una micro empresa?

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- Facebook e Instagram
- Todas las anteriores
- otros

5.- ¿Qué riesgos cree usted que tiene una micro empresa?

- Robo de información
- Perdida de cuentas
- Sustracción de Datos
- Brinda información a sus Competidores
- Ninguna

6.- ¿Considera usted que una micro empresa debería contar con un sitio web para generar mayor impacto y presencia en Internet?

- Si
- No
- Tal vez

7.- ¿Si una micro empresa utiliza sus redes sociales, qué obtiene con el uso de estas?

- Captación de clientes
- Que el negocio sea más conocido en el mercado
- Aumente sus ventas
- Mejore la imagen de la micro empresa
- Todas las anteriores

8.- De las siguientes opciones. ¿Qué es lo que le llama la atención cuando usted visita un sitio web?

- Diseño (colores, imágenes, etc.)
- Contenido referente al sitio web
- Capacidad de entendimiento
- Agradable a su visualización
- Métodos de pago
- Otros

9.- ¿Considera usted que el uso de las redes sociales ayuda a rentabilizar una micro empresa?

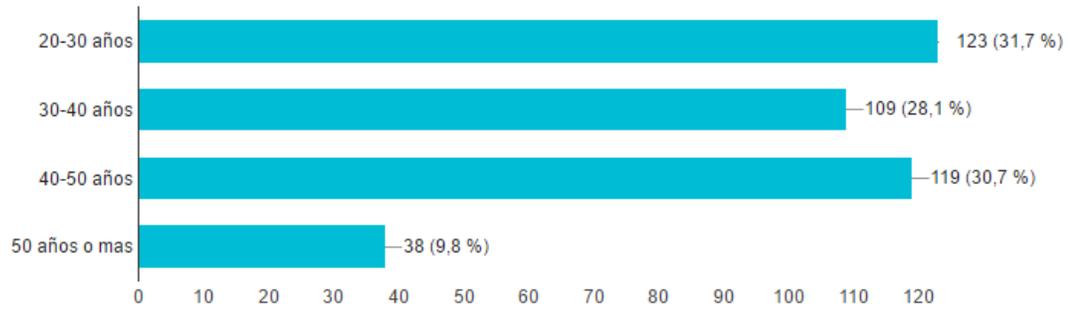
- En Desacuerdo
- Ni en Desacuerdo ni Acuerdo
- De Acuerdo
- Muy acuerdo

ANEXO 3

Resultados de encuestas influencia de las redes sociales en las pymes de Durán

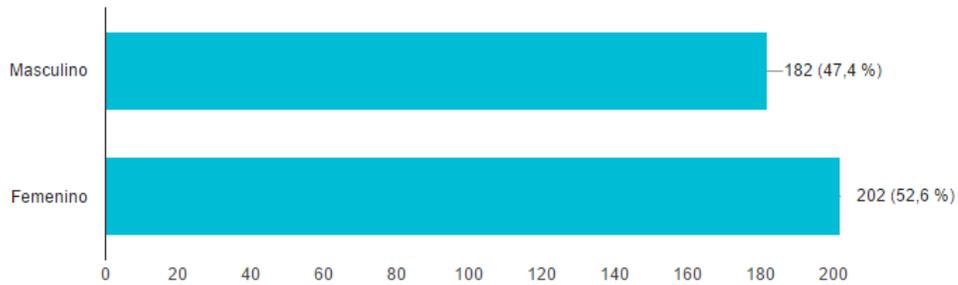
1.- Edad de los clientes de las microempresas

Edad (388 respuestas)



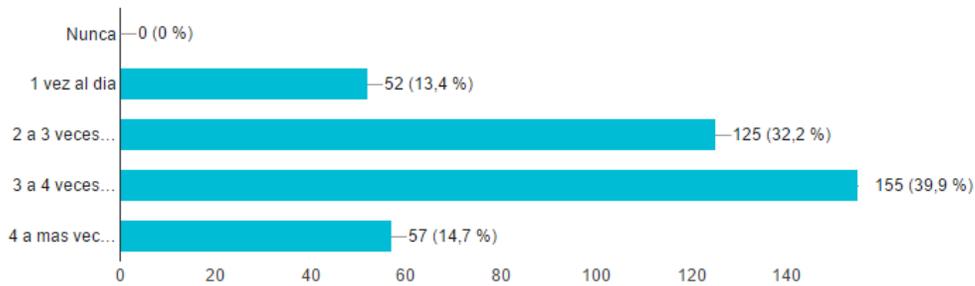
2.- Sexo de clientes

Sexo (384 respuestas)



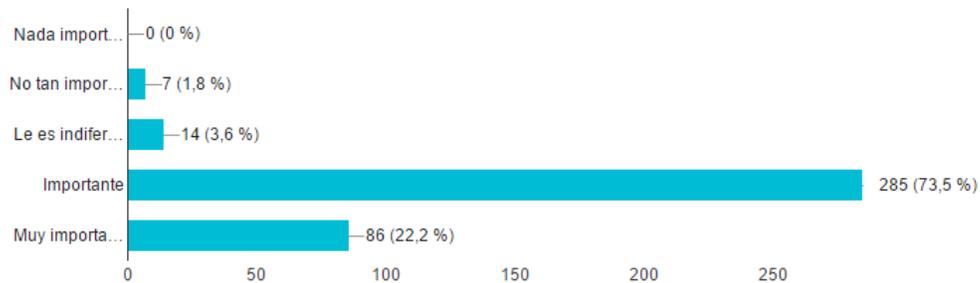
3.- Frecuencia de conexión a redes sociales

1.-¿Con que frecuencia usted se conecta a las redes sociales (388 respuestas)



4.- Importancia de las redes sociales para las Microempresas

2.- ¿Que tan importante son las redes sociales para una micro empresa? (388 respuestas)



5.- Publicidad de microempresas en Redes sociales

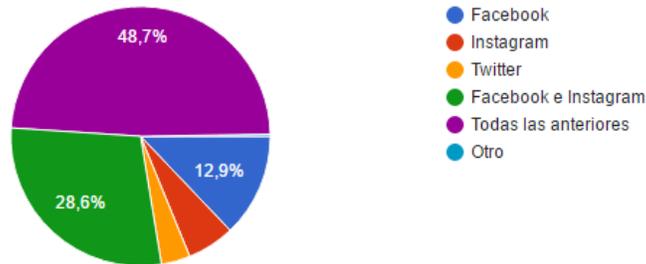
3.-Como considera usted la publicidad de una micro empresa en redes sociales? (388 respuestas)



6.- Redes sociales correctas para una microempresa

4.-¿Que tipo de redes sociales considera que son efectivas para promocionar una micro empresa?

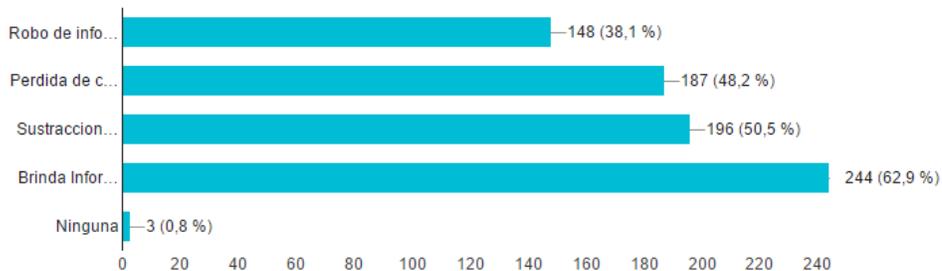
(388 respuestas)



7.- Riesgos del uso de las redes sociales en las microempresas

5.-¿Que riesgos cree usted que tiene una micro empresa al usar las redes sociales?

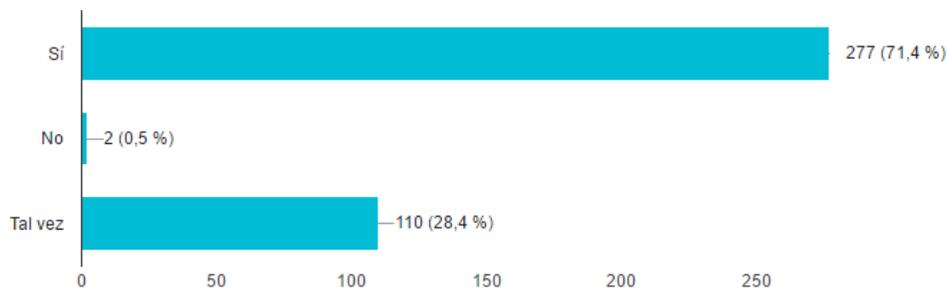
(388 respuestas)



8.- Sitio web en una Microempresa

6.-¿Considera usted que una micro empresa debería contar con un sitio web para generar mayor impacto y presencia en Internet?

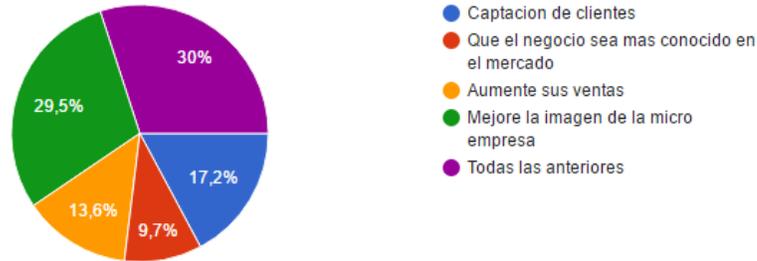
(388 respuestas)



9.- Beneficios del uso de Redes sociales en una microempresa

7.-Si una micro empresa utiliza sus redes sociales, que obtiene con el uso de estas?

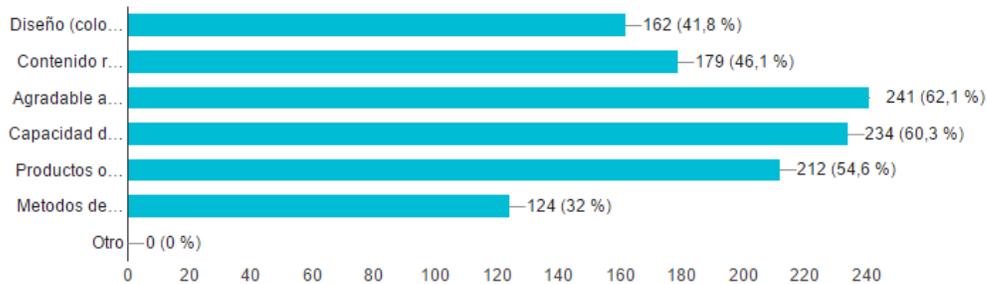
(388 respuestas)



10.- Características de un Sitio web

8.-De las siguientes opciones. Que es lo que le llama mas la atención cuando visita un sitio web?

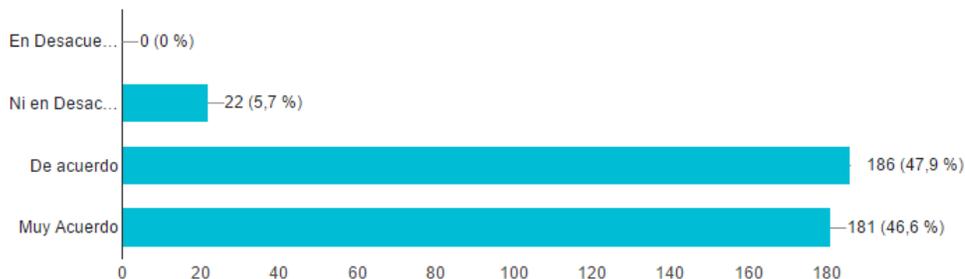
(388 respuestas)



11.- Rentabilizacion de las redes sociales en una Microempresa

9.-¿Considera usted que el uso de las redes sociales ayuda a Rentabilizar una micro empresa?

(388 respuestas)





DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Leitgeber Tomala David Arturo**, con C.C: # **0919584177** autor/a del trabajo de titulación: **Implementación de una tienda en línea y Estrategias de Marketing para impulsar las ventas de las Microempresas del Cantón Duran, Caso de estudio: “Creativity Diseño y Publicidad”** previo a la obtención del título de **Ingeniero en Comercio Electrónico** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 13 de Marzo del 2017

f. _____
Leitgeber Tomala David Arturo
C.C: 0919584177

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Implementación de una tienda en línea y Estrategias de Marketing para impulsar las ventas de las Microempresas del Cantón Duran, Caso de estudio: "Creativity Diseño y Publicidad"		
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Leitgeber Tomala David Arturo		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Guillermo Cesar Tafur Avilés		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Ingeniería en Comercio Electrónico		
TITULO OBTENIDO:	Ingeniero en Comercio Electrónico		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	13 de Marzo del 2017	No. DE PÁGINAS:	47
ÁREAS TEMÁTICAS:	Comercio Electrónico, Diseño Gráfico, Publicidad, Diseño web, páginas web, sitios web		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Creatividad, Diseño gráfico, publicidad, camisetas personalizadas, páginas web, arte.		
<p>RESUMEN: El presente trabajo de titulación fue efectuado con el objetivo de determinar la factibilidad de la implementación de una tienda en línea y estrategias de Marketing para impulsar las ventas de Microempresas del Cantón Durán, Caso de estudio Creativity Diseño y Publicidad, para que sirva de ejemplo para los negocios que se encuentran alrededor de la empresa mencionada. Para esto, se realizó una investigación cualitativa mediante el cual se pudo determinar el número de negocios que existen alrededor de la Microempresa Creativity; además se realizaron entrevistas a los propietarios de varios negocios en el área de influencia analizada, para analizar las falencias y debilidades que tenían para poder ser reconocidos en las redes sociales y en el internet.</p> <p>Por otro lado se realizaron encuestas a clientes y público en general identificando las expectativas de este trabajo. Los resultados de las encuestas arrojaron que el 73.5% de las personas respondieron que las redes sociales son muy importantes para una empresa ya que son una carta de presentación para las personas cibernautas que hoy en día está buscando cosas nuevas dentro de las redes sociales con más acogida del público.</p> <p>Para finalizar, se presenta un sitio web que será el oficial de la empresa que se escogió como caso de estudio, en la que los clientes y público en general podrán observar todos los servicios que se ofrecen de la empresa así también los productos promocionales que se realizan para cualquier ocasión especial.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-0959854369	E-mail: david.leitgeber@hotmail.com / david.leitgeber@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN: COORDINADOR DEL PROCESO DE UTE	Nombre: Cruz Luzuriaga María Isabel		
	Teléfono: +593 04 2206950 ext 5028		
	E-mail: jose.piguave@cu.ucsg.edu.ec / jpiguave@gmail.com		

SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA

Nº. DE REGISTRO (en base a datos):	
Nº. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):	