



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA



Plan de Marketing Estratégico para la empresa Industria Maderera Vargas ubicada en la provincia de Pichincha, para el periodo 2024 - 2027

Autores:

Guanochanga Jhonathan
Masabanda Meg

Tutora:

Ing. Alexandra V. Parra, Phd.



INDUSTRIA MADERERA
VARGAS



Generalidades

Plan de Marketing Estratégico

Busca alcanzar los objetivos de la empresa

Desarrollar una estrategia innovadora

Formulación del Problema

¿Cómo direccionar estratégicamente la empresa Industria Maderera Vargas en la provincia de Pichincha en el periodo 2024-2027?

Objetivo General

Desarrollar un plan de marketing estratégico para la empresa Industria Maderera Vargas, ubicada en la provincia de Pichincha, para el periodo 2024-2027.

Objetivos Específicos



1
Fundamentación
Teórica



2
Análisis Interno y
Externo



3
Estudio de Mercado



4
Propuesta de un
Plan de Marketing



5
Presupuesto y
cronograma

Capítulo I: Fundamentación Teórica

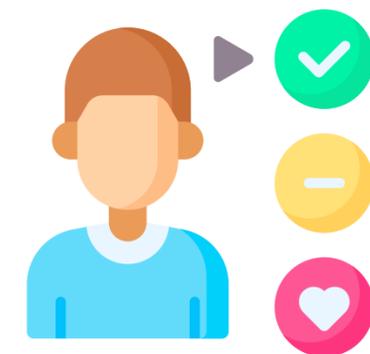


360°



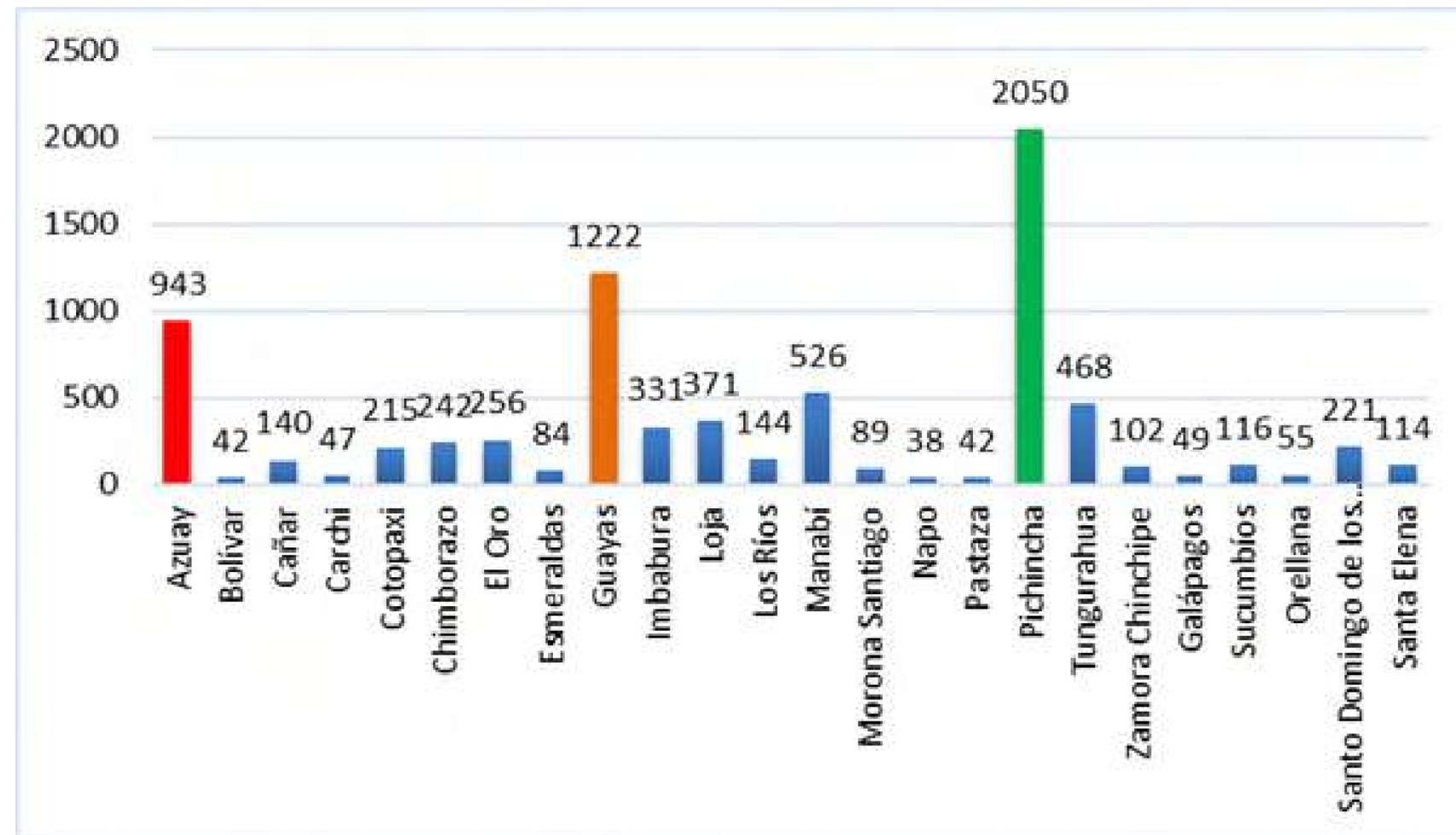
- Marketing Relaciones
- Marketing Integrado
- Marketing Interno
- Rendimiento de Marketing

Capítulo I: Marco Referencial o Estado del Arte



Capítulo II: Etapa Analítica

Número de empresas de muebles por provincia



**HISTORIA DE LA
INDUSTRIA DE
MUEBLES**



**INDUSTRIA
MUEBLES DE
MADERA EN EL
ECUADOR**

Madera Viva (2022); Cruzito (2020); PROCOLOMBIA (2019); Sánchez et al. (2021); Supercias (2022)

FUERZAS DE PORTER



FACTOR CLIENTES

2023: 33 clientes



MUEBLES

Muebles de sala
Muebles de cocina
Cascos base para muebles



FACTOR COMPETENCIA



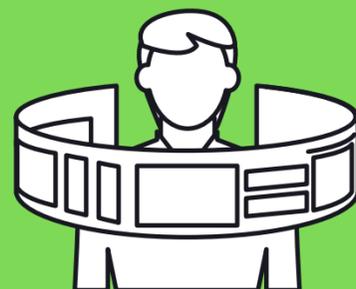
2050 empresas activas
en Pichincha

Se distinguen por su tamaño, micro, pequeñas, medianas y grandes

Las grandes empresas de esta industria, usan plataformas digitales



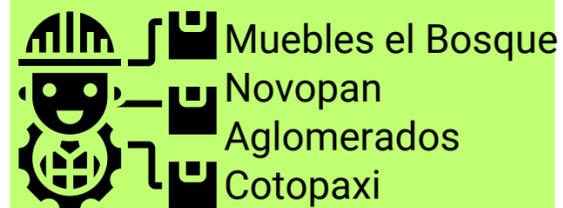
FACTOR DE NUEVOS ENTRANTES



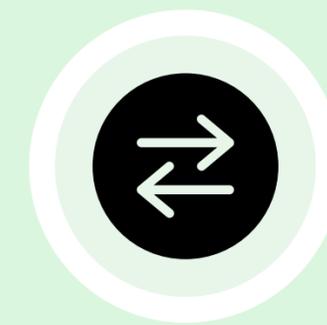
Nuevas empresas de muebles de madera con capacidad para superar barreras de entrada, regulaciones y normas, las cuales se han flexibilizado por el desarrollo tecnológico



FACTOR PROVEEDORES



Industria Maderera Vargas no posee una cartera de proveedores definida ya que adquiere materia prima según sea necesaria para elaborar los distintos productos.



FACTOR SUSTITUTOS



Industria Maderera Vargas, no cuenta con proveedores establecidos, sin embargo productos de materiales como, cáñamo, bambu, plástico o metal en cierto modo sustituyen a los muebles de madera.

ANÁLISIS INTERNO

COMUNICACIÓN EXTERNA

Comunicación Externa

Capacidad que tiene una compañía o entidad para comunicar mensajes de manera efectiva a su audiencia externa.

OPERATIVA

Responde a las inquietudes que los clientes tengan acerca de los productos directamente en la empresa o en el punto de exhibición.

ESTRATÉGICA

La empresa realiza muy poco o ningún material publicitario.

ANÁLISIS DE VENTAS

01

2020

Ventas:
\$151,287.35



02

2021

Ventas:
\$159,633.80



03

2022

Ventas:
\$162,500.00



04

2023

Ventas:
\$175,098.50



Productos



Muebles de dormitorio, camas, veladores, armarios



Juegos de comedor, mesas, sillas



Muebles de cocina, aereos, puertas y repisas



Cascos base para muebles

CAPACIDADES DE LA EMPRESA

DIRECTIVA



La capacidad directiva recae principalmente en la gerente, a cargo de actividades administrativas, financieras y estratégicas

MERCADO



El mercado de Industria Maderera Vargas tiene una presencia reconocida, sin embargo posee un mercado reducido, por la alta competencia en este mercado

FINANCIERA



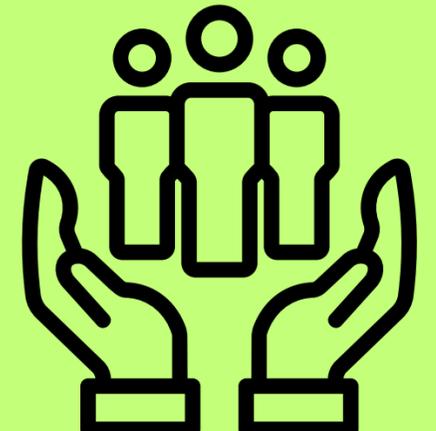
La actual capacidad financiera de Industria Maderera Vargas permitirá realizar una inversión para poder potencializar este departamento

TECNOLÓGICA



Cuenta con una única plataforma digital, sin embargo, Industria Maderera Vargas podría aprovechar estos medios para comunicar su oferta de valor en el mercado de muebles de madera

TALENTO HUMANO



Flexibilidad de contratar personal en ocasiones de mayor demanda del mercado

MATRIZ BCG

Productos con mayores ventas y demanda que posee la empresa.

Productos con ventas constantes y demanda que posee la empresa.

Se propone realizar un contrato a largo plazo con Chaide&Chaide para garantizar la relación con dicha empresa.

Producto que tiene una demanda mínima o nula, por la sustitución de productos elaborados con otros materiales.



ALTA

BAJO

CUOTA DE MERCADO

Empresa



INDUSTRIA MADERERA
VARGAS

Empresa familiar fundada hace más de cuarenta años por uno de los primeros artesanos en madera del Cantón Mejía.

UBICACIÓN

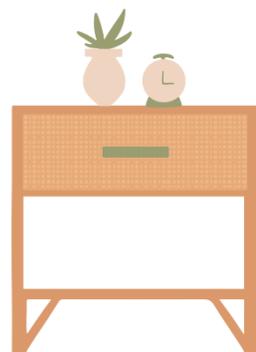


Comercialización: Avenida Ilalo E9-94 y General Gribaldo Miño - Conocoto
Producción: Parroquia de Machachi, Cantón Mejía.

GIRO DE NEGOCIO

Fabricación y comercialización de productos de madera, muebles y derivados de la madera.

PRODUCTOS



Filosofía Empresarial



Misión

Crear ambientes acogedores que generen bienestar y felicidad en los hogares de nuestros clientes, manteniendo la tradición y mejorando los conocimientos del trabajo en madera.



Visión

En 2027, aspiramos a ser líderes reconocidos en la industria de muebles de madera, ofreciendo calidad y diseño excepcionales para satisfacer las necesidades de nuestros clientes, al consolidar canales de ventas sólidos y un modelo empresarial estable destacándonos por un posicionamiento distintivo y una perspectiva de crecimiento continuo.



Valores

- Responsabilidad
- Compromiso
- Calidad
- Innovación
- Integridad

Análisis PESTEL



FODA

FORTALEZAS

- Amplia trayectoria
- Calidad percibida por los clientes
- Flexibilidad en la personalización
- Capacidad para pedidos grandes
- Enfoque en la calidad y durabilidad
- Conexión directa con proveedores confiables

F

O

OPORTUNIDADES

- Tendencia creciente de preferencia por muebles de madera
- Desarrollo de canales de venta en línea
- Aprovechamiento de la tecnología
- Participación en eventos especializados
- Colaboración con diseñadores
- Servicios postventa

ANÁLISIS FODA

DEBILIDADES

- Resistencia a la inversión
- Ausencia de tecnología
- Falta de diversificación
- Carencia de presencia en línea
- Limitado reconocimiento de marca
- Escaso enfoque en innovación

D

A

AMENAZAS

- Competencia creciente
- Cambios en tendencias
- Posibles restricciones ambientales
- Inestabilidad económica
- Posibles cambios en regulaciones gubernamentales

MATRIZ EFE - EFI

CRECER Y CONSTRUIR

MATRIZ EFE: 3.21

MATRIZ EFI: 2.50

Las acciones de marketing que se lleven a cabo sirvan para aumentar la presencia y el alcance de la marca en el mercado



Capítulo III: Estudio de Mercado

Formulación del problema

Se establece la limitada capacidad para desarrollar estrategias de marketing efectivas, lo que a su vez afecta su posicionamiento en un mercado altamente competitivo.



Cientes Potenciales



Población de estudio

18 a más de 65 años
1,361,255 habitantes



Cientes Potenciales
Cantón Quito, Mejía
y Rumiñahui

Diseño de la investigación



Tipo de muestreo

n = 384

Cientes Potenciales
Probabilístico
Estratificado

Instrumento de medición: Encuesta

Cientes Potenciales

Necesidades y preferencias de los clientes potenciales y su percepción de las empresas de muebles de madera.

Instrumento de medición: Dimensiones

Marketing Holístico

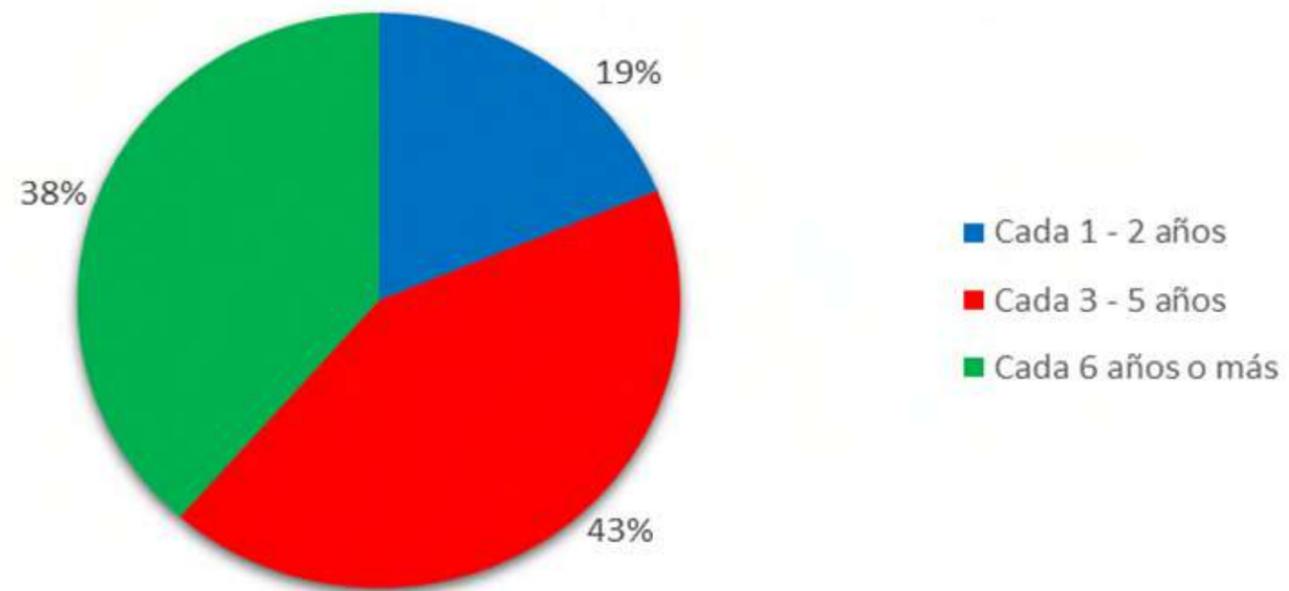


- ✓ Perfil del cliente
- ✓ Marketing Integrado
- ✓ Marketing de relaciones
- ✓ Marketing Interno
- ✓ Rendimiento de Marketing

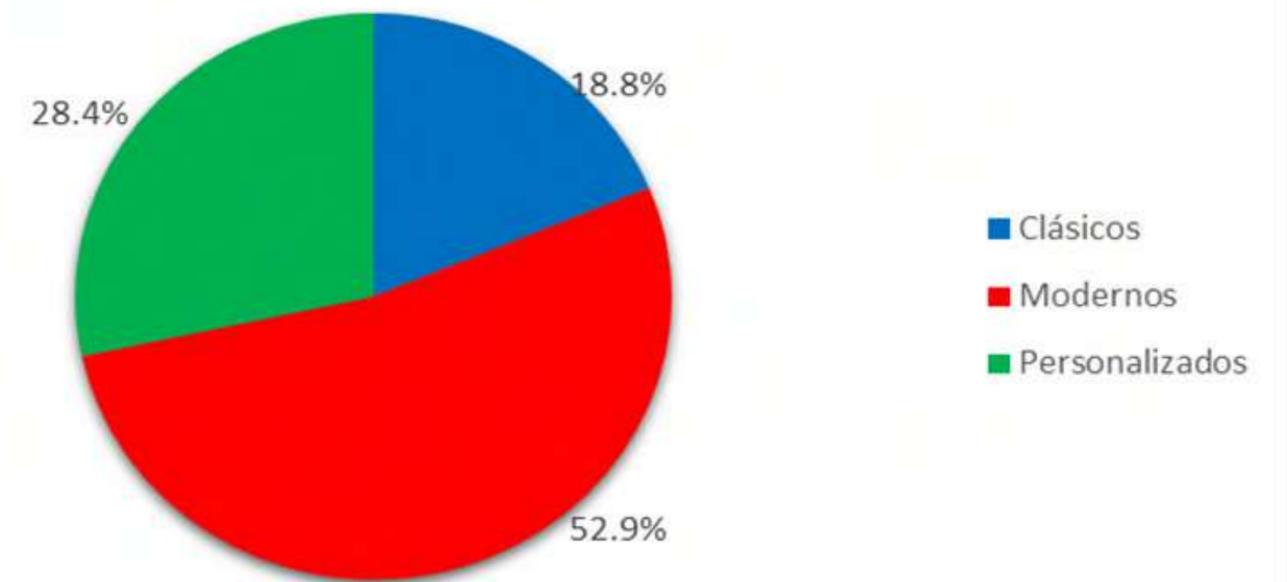
Capítulo IV: Análisis de resultados

Análisis Univariado

Frecuencia de compra de muebles de madera

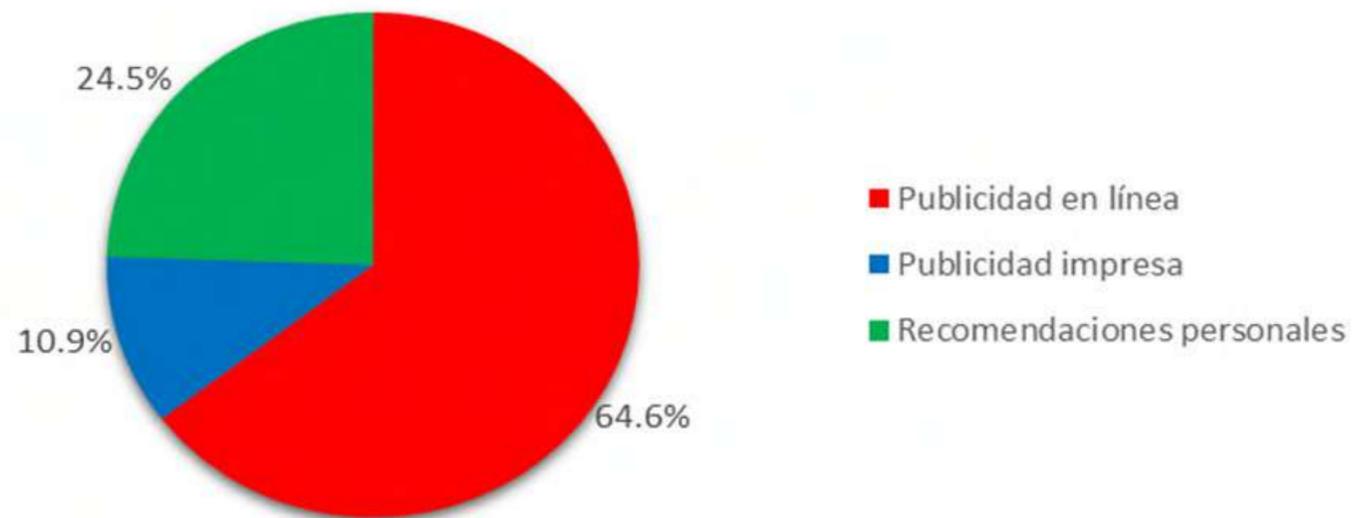


Tipo de muebles de madera que prefiere

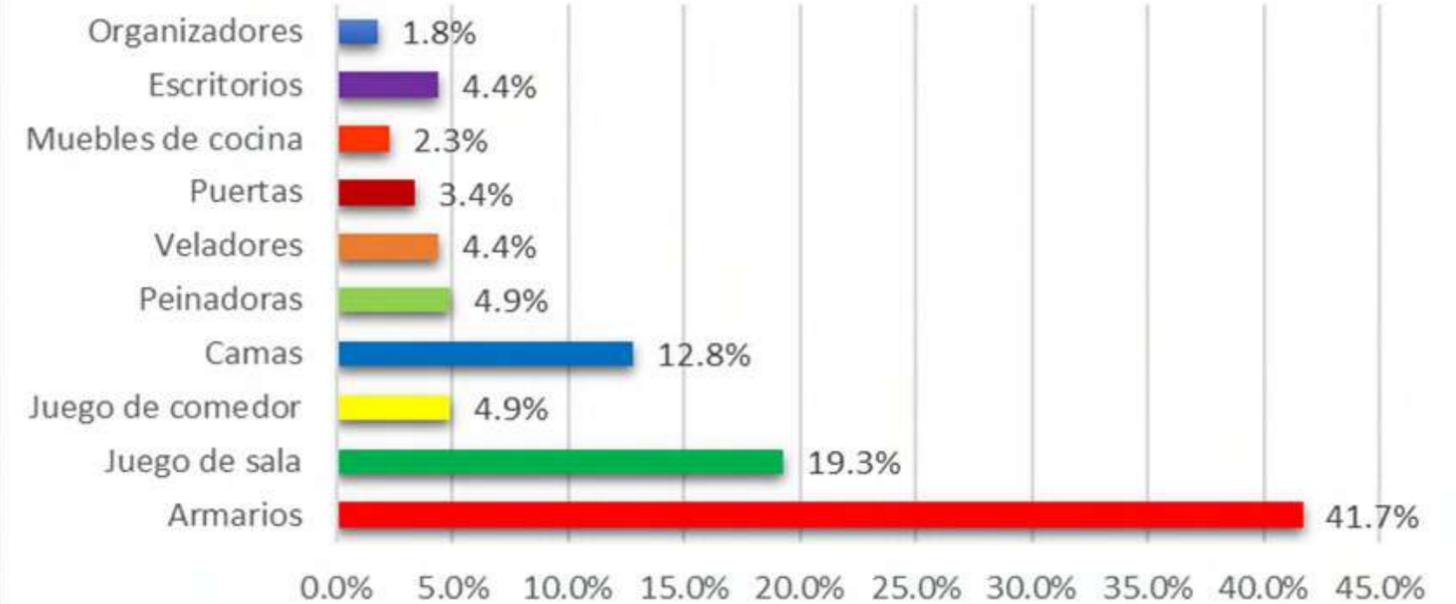


Análisis Univariado

Preferencia para recibir información sobre nuevos estilos de muebles

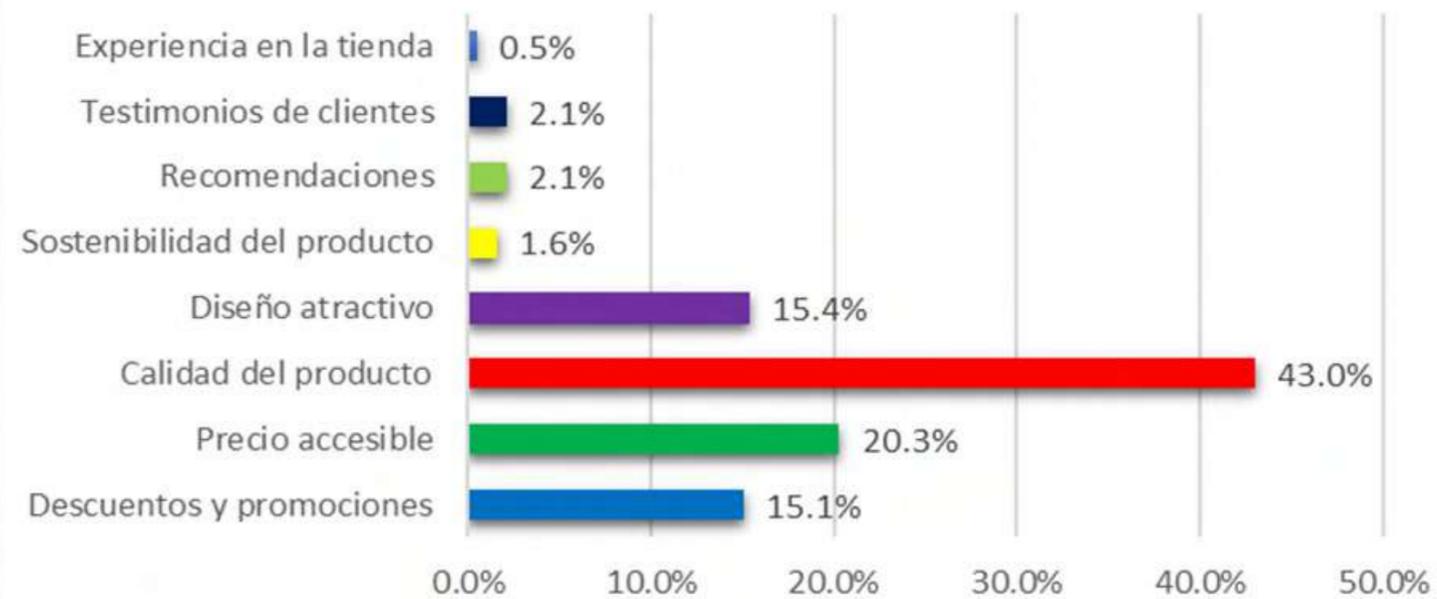


Tipos de muebles de madera que adquiere con mayor frecuencia (Primera opción)

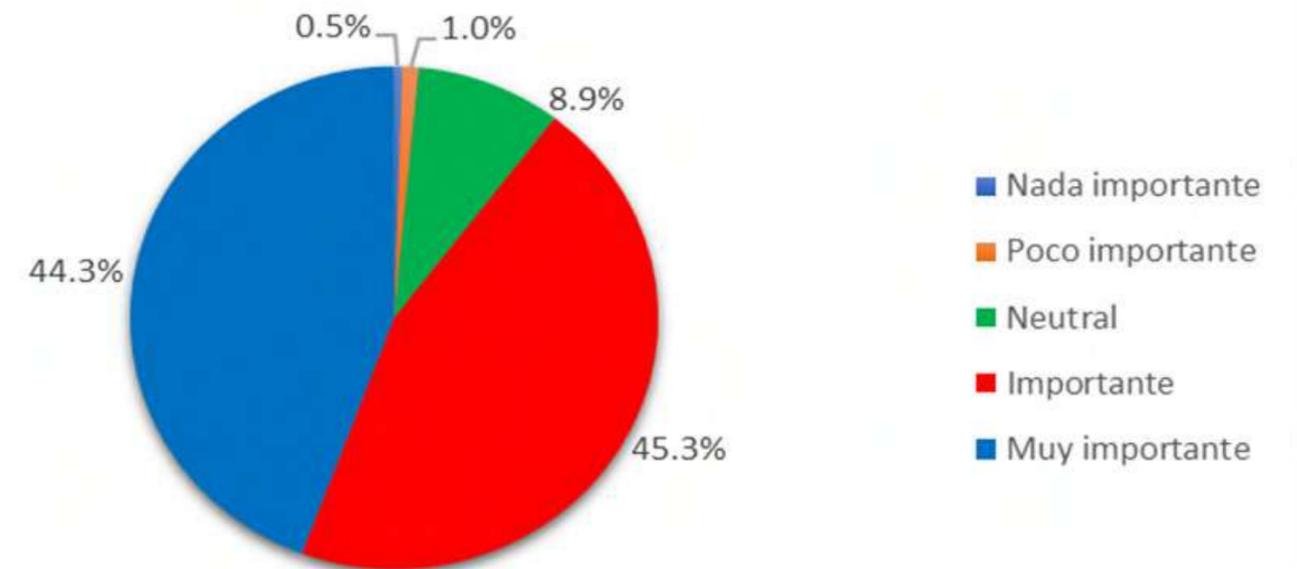


Análisis Univariado

Factor que más le motiva al comprar muebles de madera



Importancia del precio en la compra de muebles de madera

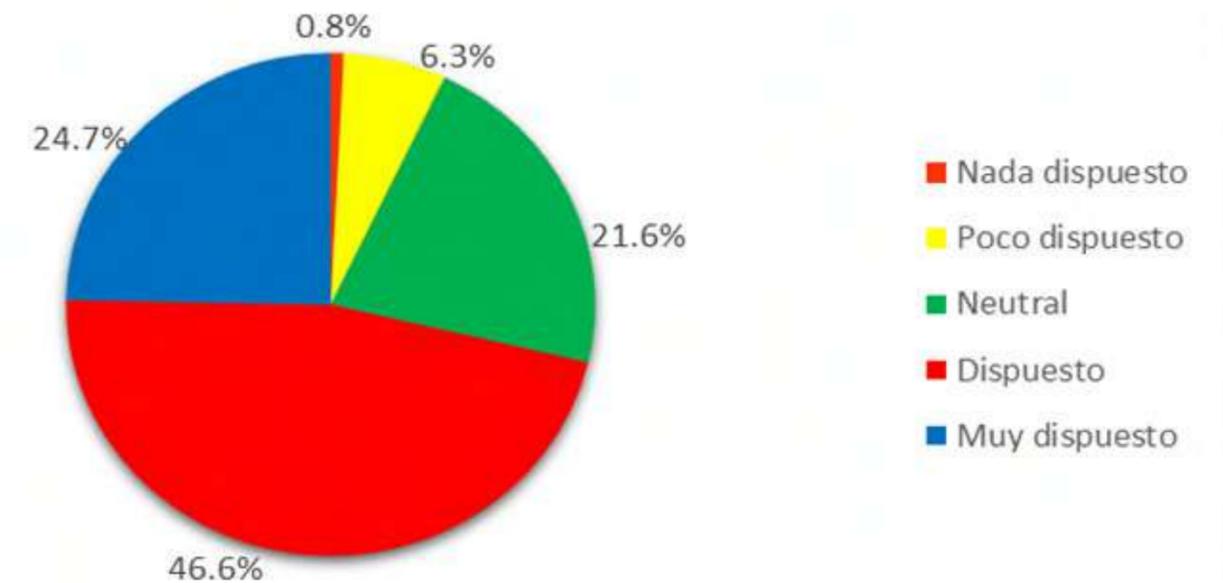


Análisis Univariado

Canal por el que se informa sobre ofertas y promociones de muebles de madera



Grado de disposición a pagar más por muebles sostenibles

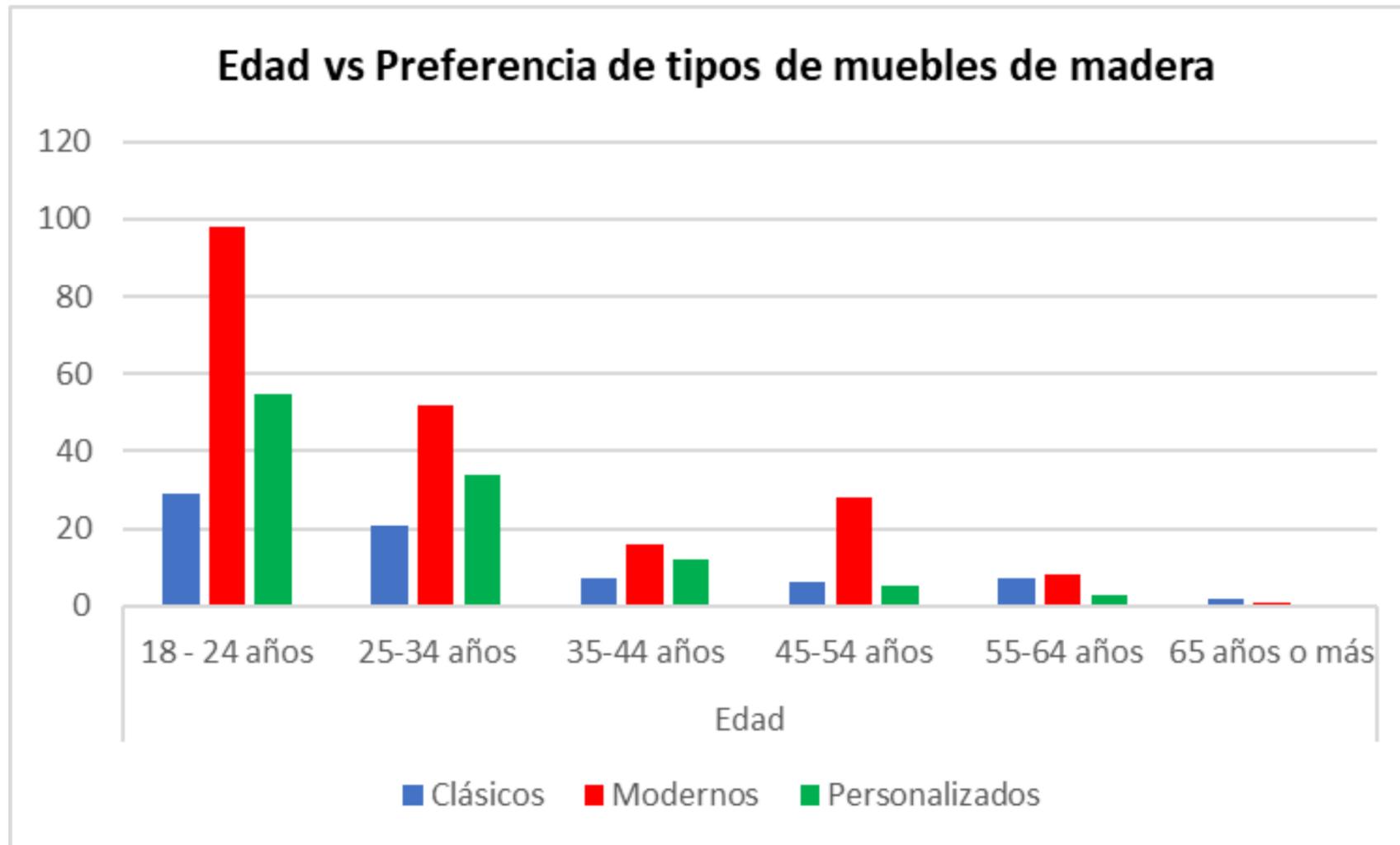


Análisis Bivariado

Hipótesis específicas

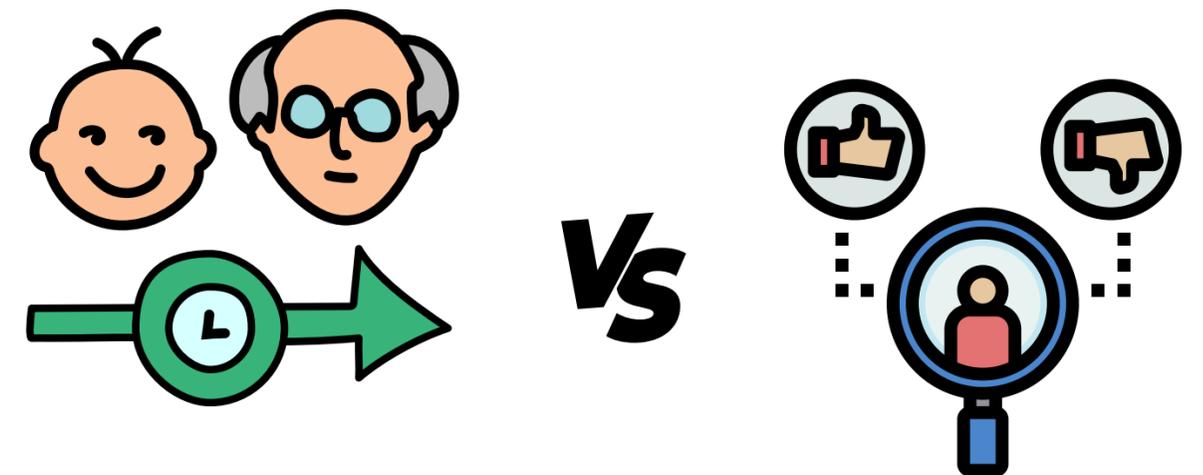
Ho: La edad no tiene una influencia significativa en la preferencia por muebles de diseño moderno.

Hi: La edad tiene una influencia significativa en la preferencia por muebles de diseño moderno



Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	18,616 ^a	10	0.045
Razón de verosimilitud	17.893	10	0.057
Asociación lineal por lineal	6.754	1	0.009
N de casos válidos	384		

a. 4 casillas (22,2%) han esperado un recuento menor que 5.

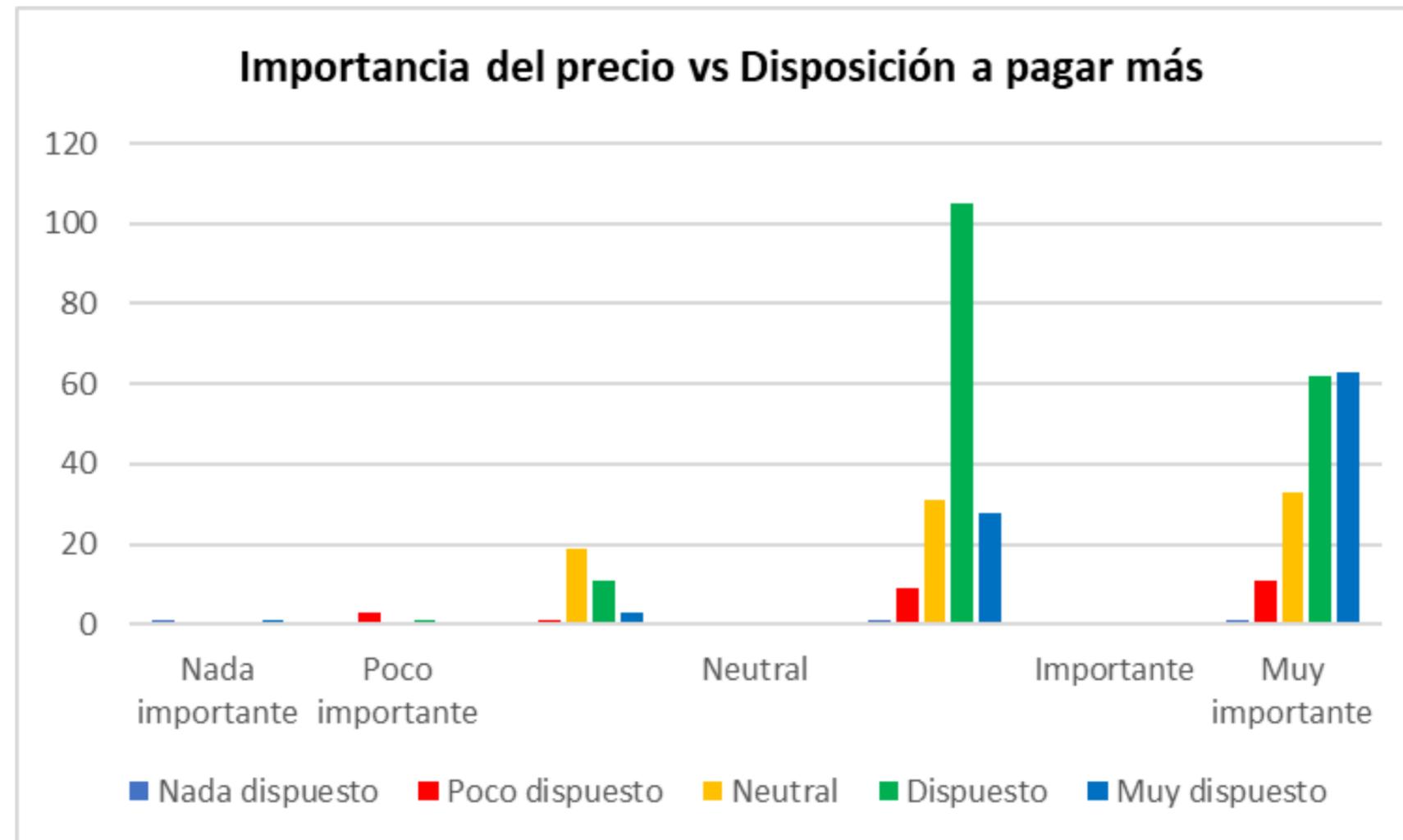


Análisis Bivariado

Hipótesis específicas

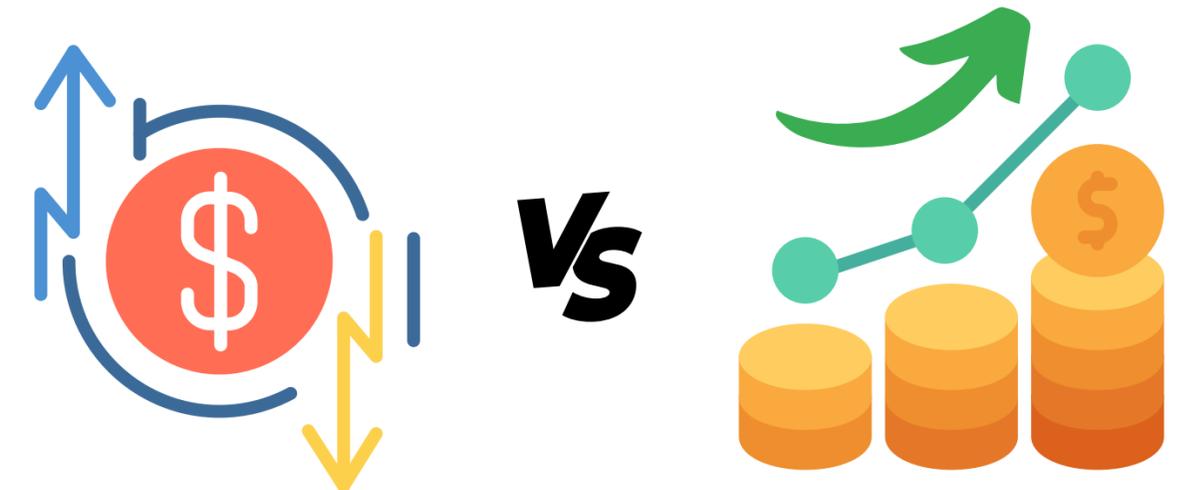
Ho: La importancia del precio no varía según la disposición de los clientes a pagar más por productos sostenibles

Hi: La importancia del precio varía según la disposición de los clientes a pagar más por productos sostenibles.



Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	149,389 ^a	16	0.000
Razón de verosimilitud	71.470	16	0.000
Asociación lineal por lineal	19.876	1	0.000
N de casos válidos	384		

a. 14 casillas (56,0%) han esperado un recuento menor que 5.



PROPUESTA PRINCIPAL

**Creación de un Departamento de Marketing para
Industria Maderera Vargas**

Propuesta Filosófica

Valores



Valores			
Grupos de interés			
Valores	Clientes internos	Proveedores	Clientes externos
Calidad	x	x	
Innovación	x		
Colaboración	x	x	
Integridad	x	x	x
Respeto	x	x	x
Orientación al cliente	x		

Principios



Principios			
Grupos de interés			
Principios	Clientes internos	Proveedores	Clientes externos
Centrados en el cliente	x		
Creatividad e innovación	x		
Transparencia y Honestidad	x	x	x
Compromiso con la calidad	x	x	
Responsabilidad social y ambiental	x	x	x

Misión



Posicionar a Industria Maderera Vargas como líder en la industria de muebles de madera, mediante la implementación de estrategias de marketing innovadoras y efectivas. Nos comprometemos a satisfacer las necesidades y superar las expectativas de nuestros clientes, impulsando el crecimiento sostenible y la rentabilidad de la empresa.

Visión



Para el 2027, nos visualizamos como referentes en el sector, distinguidos por nuestra creatividad, integridad y capacidad para generar valor a largo plazo. Buscamos ser una fuente constante de inspiración y confianza para nuestros clientes, colaboradores y socios comerciales, siendo reconocidos como una marca de excelencia y prestigio a nivel nacional.



Departamento de Marketing



Estrategia

Estableciendo y operativizando un Departamento de Marketing



Tácticas

- Estructurar el Departamento de Marketing
- Definir las funciones
- Asignar los recursos
- Contratar el personal adecuado



Indicadores

- Retorno de la inversión
- Generación de leads
- Participación en redes sociales
- Retención de clientes
- Alcance de campañas publicitarias



Objetivo Estratégico

Implementar estrategias de marketing que ayuden a la empresa a alcanzar sus objetivos comerciales.

Presupuesto

\$ 2500 USD



JAVIER LÓPEZ
PROFESIONAL CREATIVO Y
EMPREENDEDOR

"Forjando un camino hacia un
bienestar consciente y moderno"

Edad: 30
Sexo: Hombre
Estudios: Diseñador Gráfico
Localización: Quito-Ecuador
Estado Civil: Soltero
Ingresos: Entre \$461 a \$1000
Frecuencia de compra de
muebles: Cada 3 a 5 años
Preferencia de estilo: Moderno

Biografía:

Soy Javier, un hombre que ha abrazado la mentalidad de la innovación y la conciencia en todas las facetas de mi vida. Como profesional creativo y emprendedor, busco constantemente formas de mejorar mi bienestar física y mental de manera moderna y auténtica. Soy apasionado por descubrir nuevas experiencias y productos que se alineen con mis valores y estilo de vida

Personalidad:



Intereses:

Sostenibilidad: Busco productos que sean respetuosos con el medio ambiente y fabricados con materiales sostenibles.
Diseño Personalizado: Me interesa la posibilidad de personalizar muebles para adaptarlos a mis necesidades y gustos específicos.
Tendencias de Diseño: Estoy siempre atento a las últimas tendencias en diseño de interiores y busco muebles que estén a la vanguardia.

Motivación de compra

Como apasionado de la innovación y la autenticidad, busco muebles de madera que no solo complementen mi estilo de vida moderno, sino que también reflejen mi compromiso con la calidad y la sostenibilidad. Me encanta descubrir nuevas tendencias de diseño y estoy interesado en opciones personalizadas que me permitan crear un hogar única y contemporáneo.

Desafíos

Busco muebles asequibles dentro de mi presupuesto mensual, sin comprometer la calidad y la sostenibilidad. La durabilidad y el diseño único son esenciales para mí mientras busco opciones que se adapten a mis valores y preferencias de estilo.



Objetivo Estratégico

Determinar el grupo de personas al que se dirige una campaña de marketing y establecer la representación del cliente ideal.

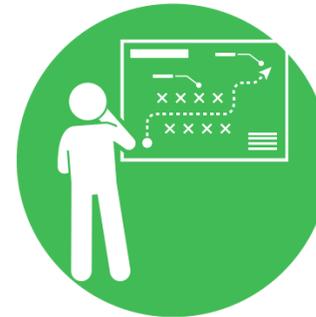
Presupuesto

\$ 40 USD

Público Objetivo

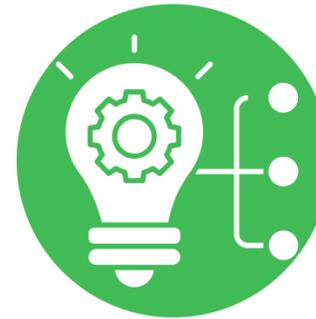
Estrategia

- Estableciendo el público objetivo
- Determinando el buyer persona



Tácticas

- Recopilar información relevante del estudio de mercado
- Determinar el procedimiento para obtener el perfil del buyer persona



Indicadores

- Precisión en la segmentación
- Feedback del cliente
- Tasa de conversión



OBJETIVOS DEL MIX DE MARKETING





Objetivo Estratégico

Implementar una estrategia de diversificación de productos en Industria Maderera Vargas, introduciendo una línea de muebles innovadores y sostenibles en los próximos tres años.

Presupuesto

\$ 3000 USD



Producto

Estrategia

- Creando productos con impacto social y ambiental positivo mediante Joint Venture
- Implementando un plan de lanzamiento
- Fomentando la artesanía personalizada



Tácticas

- Realizar estudios de mercado
- Establecer relaciones con proveedores de materia prima ecológica
- Crear material de marketing
- Contratar el personal adecuado
- Adoptar una estrategia omnicanal
- Crear un programa de fidelización
- Implementar un sistema de personalización



Indicadores

- Porcentaje de ventas
- Índice de satisfacción del cliente
- Índice de reconocimiento de marca sostenible



Objetivo Estratégico

Optimizar el posicionamiento de Industria Maderera Vargas mediante estrategias enfocadas en el aumento del reconocimiento de la marca y la consolidación de su presencia digital.

Presupuesto

\$ 1000 USD



Producto

Estrategia

Implementando publicidad digital segmentada para alcanzar al público objetivo



Tácticas

- Identificando y segmentando el mercado meta de la empresa
- Desarrollando campañas publicitarias en redes sociales
- Estrategias con Google Ads.



Indicadores

- Participación de mercado
- Reconocimiento de marca
- Comentarios positivos de clientes



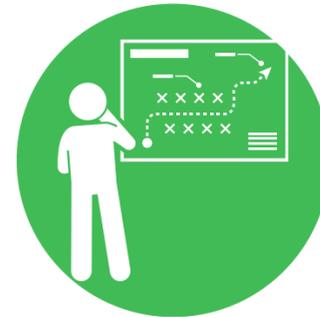


Objetivo Estratégico

Incrementar el volumen de ventas y la retención de clientes mediante la implementación de estrategias de promociones exclusivas y personalizadas para los productos de Industria Maderera Vargas.

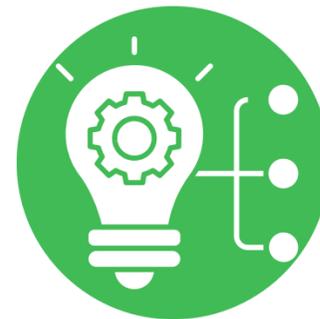
Presupuesto

\$ 600 USD



Estrategia

Desarrollando e implementando un sistema de lealtad exclusivo orientado a recompensar a clientes frecuentes con incentivos y ventajas distintivas



Tácticas

- Análisis exhaustivo del comportamiento de los clientes
- Programa de lealtad personalizado
- Comunicación efectiva
- Integrando tecnologías y plataformas



Indicadores

- Incremento de ventas mensuales
- Número de clientes frecuentes
- Porcentaje de participación en ofertas especiales
- Retorno de la Inversión (ROI)

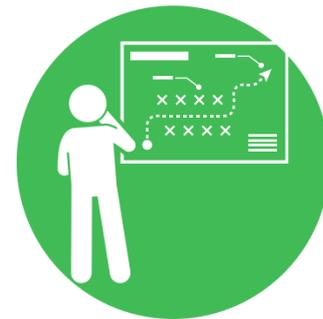


Objetivo Estratégico

Implementar canales de distribución eficientes para Industria Maderera Vargas para optimizar la entrega de productos a los clientes y maximizar la cobertura de mercado.

Presupuesto

\$ 2100 USD



Estrategia

- Alianzas estratégicas con socios logísticos
- Optimizar los procesos internos



Tácticas

- Formar asociaciones estratégicas con proveedores logísticos
- Implementar un sistema de gestión de inventario
- Evaluar los procedimientos internos
- Sistemas avanzados de monitoreo
- Capacitar al personal



Indicadores

- Tiempo de entrega de productos
- Disponibilidad de productos
- Cobertura de mercado



Objetivo Estratégico

Ampliar la cuota de mercado en el Cantón Quito, para maximizar la accesibilidad de los clientes potenciales, asegurando una presencia óptima e impulsando el crecimiento y posicionamiento de marca.

Presupuesto

\$ 1150 USD

Plaza

Estrategia



Aperturando una sucursal en un lugar estratégico del Cantón Quito

Tácticas



- Analizar las ubicaciones y seleccionar un lugar estratégico
- Diseñar una sucursal atractiva y funcional
- Desarrollo de campañas de promoción
- Organización del evento de inauguración
- Ofrecer una experiencia de alta calidad

Indicadores



- Número de visitas a la sucursal
- Número de ventas realizadas
- Porcentaje de conversión de visitas en ventas
- Cálculo del ROI

Tácticas

**Analizar las ubicaciones disponibles en Quito
y seleccionar un lugar estratégico**



**Modelo de contenido para la
promoción de la inauguración**





Objetivo Estratégico

Establecer una plataforma digital de comunicación integral para mejorar el engagement, optimizar la captación de leads, incrementar la satisfacción y retención de clientes.

Presupuesto

\$ 25 USD

Promoción

Estrategia



Implementando de manera efectiva la herramienta digital de WhatsApp Business

Tácticas



- Creación de cuenta
- Completar y verificar la información
- Configuración del perfil empresarial
- Uso de herramientas de mensajería
- Asignación de etiquetas
- Utilizar la función de catálogo
- Comunicación activa
- Uso de los estados para promoción

Indicadores



- Número de mensajes enviados y recibidos
- Tasa de respuesta
- Tiempo de respuesta promedio
- Número de ventas realizadas

Tácticas

Configuración de herramientas



Mensaje de bienvenida y ausencia



Estados de WhatsApp Business





Objetivo Estratégico

Promocionar un catálogo digital que exhiba la diversa gama de muebles de madera de la empresa, con el fin de ampliar el reconocimiento de marca y potenciar la conversión de ventas.

Presupuesto

\$ 300 USD



Promoción

Estrategia

Elaborando un catálogo digital creativo y atractivo de la oferta de productos.

Tácticas

- Identificar y seleccionar los productos destacados
- Buscar y contratar un diseñador gráfico
- Analizar y seleccionar plataformas de distribución
- Desarrollo de estrategia de promoción
- Seguimiento y análisis del desempeño

Indicadores

- Retorno de la inversión
- Generación de leads
- Participación en redes sociales
- Retención de clientes
- Alcance de campañas publicitarias

Tácticas

Modelo de catálogo

INDUSTRIA MADERERA VARGAS

Catálogo 2024

Encantando espacios, tallando historias en madera

Juego de sala

Lo personalizamos a tu gusto y de acuerdo a tus necesidades

Selecciona el color, modelo, tamaño y estilo

\$ El precio varía según sus características

Mueble de TV

Lo personalizamos a tu gusto y de acuerdo a tus necesidades

Selecciona el color, modelo, tamaño y estilo

\$ El precio varía según sus características

Juego de comedor

Lo personalizamos a tu gusto y de acuerdo a tus necesidades

Selecciona el color, modelo, tamaño y estilo

\$ El precio varía según sus características

Mueble de cocina

Lo personalizamos a tu gusto y de acuerdo a tus necesidades

Selecciona el color, modelo, tamaño y estilo

\$ El precio varía según sus características

Organizador

Lo personalizamos a tu gusto y de acuerdo a tus necesidades

Selecciona el color, modelo, tamaño y estilo

\$ El precio varía según sus características

INDUSTRIA MADERERA VARGAS

Escritorio

Lo personalizamos a tu gusto y de acuerdo a tus necesidades

Selecciona el color, modelo, tamaño y estilo

\$ El precio varía según sus características

Cama

Lo personalizamos a tu gusto y de acuerdo a tus necesidades

Selecciona el color, modelo, tamaño y estilo

\$ El precio varía según sus características

Armario

Lo personalizamos a tu gusto y de acuerdo a tus necesidades

Selecciona el color, modelo, tamaño y estilo

\$ El precio varía según sus características

Cajonera

Lo personalizamos a tu gusto y de acuerdo a tus necesidades

Selecciona el color, modelo, tamaño y estilo

\$ El precio varía según sus características

Puerta

Lo personalizamos a tu gusto y de acuerdo a tus necesidades

Selecciona el color, modelo, tamaño y estilo

\$ El precio varía según sus características

Contáctanos

Teléfono: 099 920 4376

Dirección: Av. Ilalo E9-94 y General Gribaldo Miño, San José de Conocoto

REDES SOCIALES:

@industriamadereravargas

OBJETIVOS DE MARKETING DIGITAL



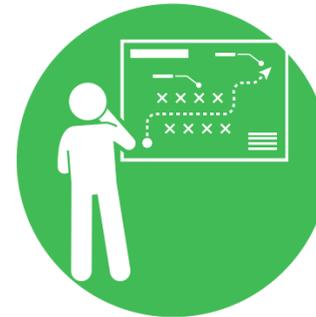


Objetivo Estratégico

Implementar un sitio web con diseño atractivo y funcional para Industria Maderera Vargas, orientado a proyectar la identidad de la marca y resaltar la excelencia de sus productos de madera.

Presupuesto

\$ 1200 USD



Estrategia

Creando una plataforma en línea impactante y funcional que ofrezca información detallada sobre los productos, servicios



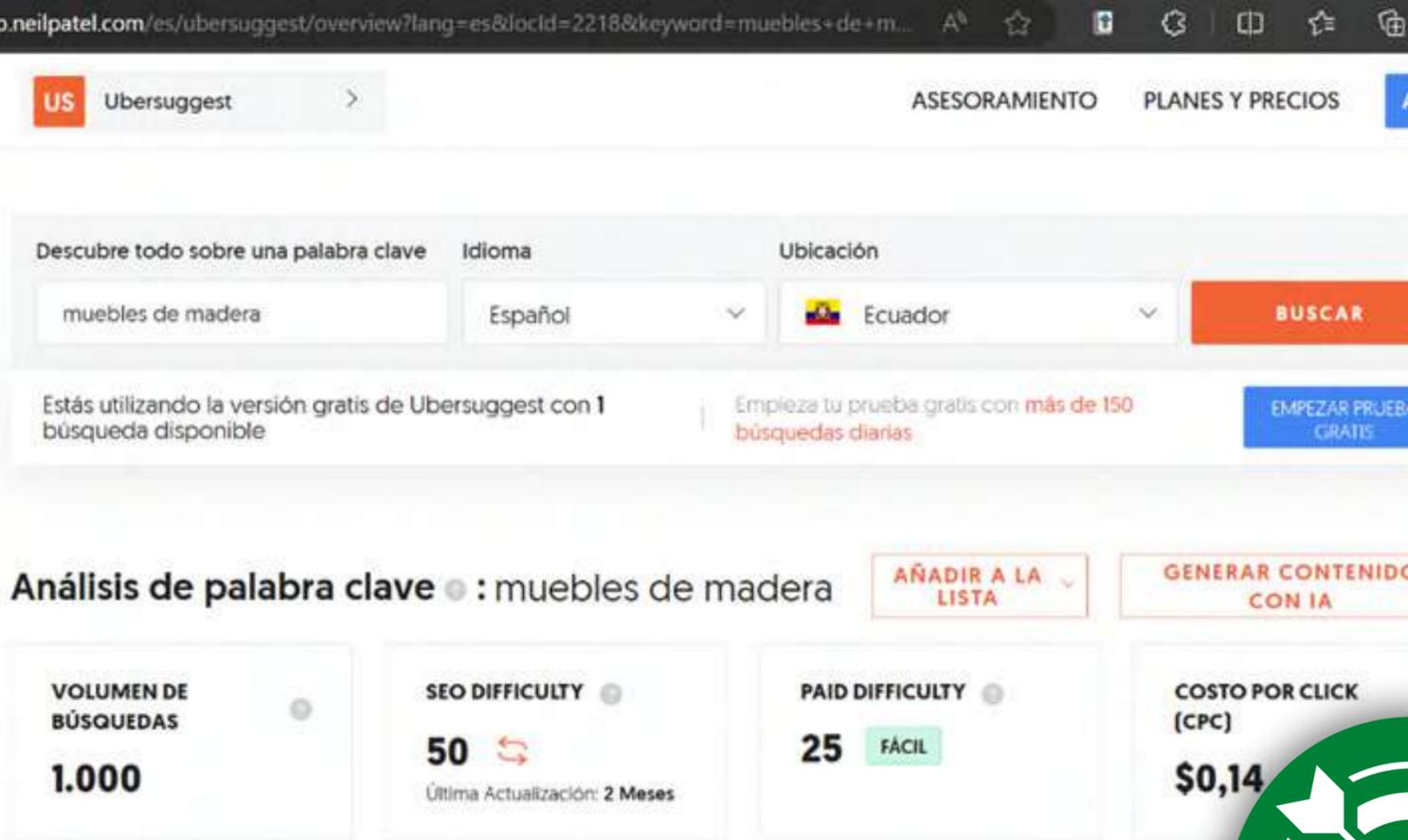
Tácticas

- Contratar un desarrollador web
- Colaborar con diseñadores gráficos
- Crear y organizar contenido atractivo
- Implementar herramientas intuitivas en la plataforma web



Indicadores

- Tasa de interacción de la página web
- Tiempo promedio de permanencia en la página web
- Posicionamiento en buscadores SEO
- Feedback del usuario

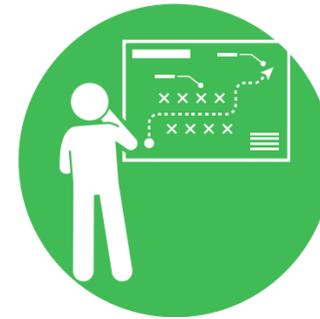


Objetivo Estratégico

Optimizar el posicionamiento en buscadores de Industria Maderera Vargas para mejorar su visibilidad online.

Presupuesto

\$ 825 USD



Estrategia

Implementando una estrategia SEO para mejorar la visibilidad online y posicionamiento de la empresa en los buscadores.



Tácticas

- Investigar palabras clave para la empresa
- Actualizar y optimizar la información en la ficha de Google My Business
- Asignar los recursos
- Estrategias de contenido alineadas a las palabras clave de la empresa



Indicadores

- Posicionamiento en Google
- Incremento de visitas en el sitio web y en redes sociales
- Interacción en Google Maps



Objetivo Estratégico

Implementar una estrategia integral en redes sociales, para incrementar el número de seguidores, ampliar el alcance del contenido, la interacción con la audiencia y la generación de leads.

Presupuesto

\$ 1120 USD



Redes Sociales

Estrategia

Planificando la creación de contenido de valor y la ejecución de publicidad estratégica mediante un calendario de publicaciones.

Tácticas

- Analizar a la audiencia objetivo y determinar las redes sociales adecuadas
- Optimizar las cuentas
- Crear cuentas
- Desarrollar plan de contenido de valor
- Identificar objetivos de publicidad pagada
- Producción de contenido
- Elaboración de cronograma de posts
- Herramienta de programación de posts



Indicadores

- Número de seguidores
- Alcance de las publicaciones
- Métricas de interacción con el contenido
- Número de visitas al sitio web
- Número de leads capturados



Tácticas

Modelo de Cronopost

Cronopost Semana 1 y 2

DÍA	HORA	RED SOCIAL	TEMA	FORMATO
JUEVES, 01/08/24	13:00 PM	INSTAGRAM / FACEBOOK	MUEBLE DE OFERTA EN AGOSTO	POST
SÁBADO, 03/08/24	14:00 PM	TIK TOK / INSTAGRAM	VIDEO ENTRETENIDO CON AUDIO EN TENDENCIA	REEL
LUNES 05/08/24	17:00 PM	INSTAGRAM / FACEBOOK	ENCUESTA: SELECCIÓN DE PRODUCTO DETRÁS DE CÁMARA	HISTORIA
MIÉRCOLES, 07/08/24	11:00 AM	TIK TOK / INSTAGRAM	OPCIONES A ELEGIR DEL MUEBLE DE OFERTA DE AGOSTO	REEL
VIERNES, 09/08/24	15:30 PM	INSTAGRAM / FACEBOOK	CONSEJOS DE DECORACIÓN	CARRUSEL
DOMINGO, 11/08/24	19:30 PM	TIK TOK / INSTAGRAM	PROCESO DE FABRICACIÓN DETRÁS DE CÁMARA DE PRODUCTO SELECCIONADO	REEL
MARTES, 13/08/24	11:00 AM	INSTAGRAM / FACEBOOK	ENCUESTA DE LAS PREFERENCIAS DE COLOR Y DISEÑO	HISTORIA
JUEVES, 15/08/24	13:00 PM	INSTAGRAM / FACEBOOK	LANZAMIENTO DE NUEVO PRODUCTO	POST



Modelo de arte

OFERTA DE AGOSTO

Prepárate para el regreso a clases y compra tu escritorio favorito de nuestra nueva colección

30%
DTP

Compra ahora



Tácticas

Implementación de Metricool para programar publicaciones

The screenshot displays the Metricool web application interface. At the top, the browser address bar shows the URL `app.metricool.com/planner/calendar?blogId=3362291&userId=2675326`. The navigation bar includes icons for 'Analítica', 'Inbox', 'Planificación', 'SmartLinks', and 'Anuncios', along with the logo for 'INDUSTRIA MADERERA VARGAS'. The main content area features a calendar view for the week of July 29 to August 4, 2024. A post is scheduled for Thursday, August 1st, with a thumbnail image of a wooden cabinet. The interface also includes a sidebar with 'Calendario', 'Historial', and 'Autolistas', and a bottom navigation bar with status indicators: 'Pendiente', 'Borrador', 'Publicado / Enviado', 'Con errores', and 'Desde autolista'.



Objetivo Estratégico

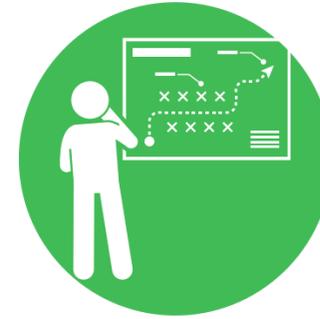
Ejecutar campañas de marketing efectivas para incrementar la interacción, conversión de ventas, generación de leads, fortaleciendo la presencia de marca en el mercado digital y aumentando la tasa de apertura.

Presupuesto

\$ 2000 USD

Desarrollo de campañas

Estrategia



Desarrollando campañas de marketing digital a través de un CRM.

Tácticas



- Buscar y seleccionar CRM adecuado
- Importar y consolidar los datos de clientes y leads
- Utilizar las herramientas de segmentación del CRM
- Crear contenido personalizado y relevante
- Utilizar herramientas de análisis del CRM
- Ajustes y mejoras constantes en las estrategias

Indicadores



- Tasa de apertura
- Tasa de clics
- Tasa de conversión
- Cálculo del ROI

Tácticas

Funcionalidades del CRM de Mercately

Simplifica tus procesos de venta por **WhatsApp**



Configura chatbots



Envía campañas masivas



Haz seguimiento de clientes



Crea tu tienda en línea y catálogo digital



Envía órdenes de venta



Genera Links de pago



Objetivo Estratégico

Optimizar la participación y suscripción de la clientela de Industria Maderera Vargas mediante la ejecución de campañas de marketing interactivo en plataformas digitales.

Presupuesto

\$ 1500 USD



Engagement

Estrategia



Implementar contenido visual como imágenes y videos en plataformas clave como Instagram, Facebook y TikTok.

Tácticas



- Campañas atractivas mensuales
- Mantener una presencia constante en redes sociales
- Equipo especializado en la producción de contenido
- Equipo de gestión y respuesta en tiempo real
- Usar herramientas analíticas

Indicadores



- Tasa de interacción en redes sociales
- Número de me gusta en las redes sociales
- Crecimiento de seguidores

Presupuesto de Marketing

PRESUPUESTO DEL PLAN DE MARKETING ESTRATÉGICO PARA INDUSTRIA MADERERA VARGAS						
	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	TIEMPO	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	TOTAL ANUAL
	Estructurar el departamento de acuerdo con sus necesidades (se adjunta propuesta).	Gerente General	Anual	\$2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00
	Determinar el grupo de personas al que se dirige una campaña de marketing y establecer la representación del cliente ideal.	Departamento de marketing	Anual	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00
			Anual	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00
PRODUCTO	Desarrollar y ejecutar una estrategia de diversificación de productos en Industria Maderera Vargas, introduciendo una línea de muebles innovadores y sostenibles en los próximos tres años.	Departamento de marketing y Producción	Anual	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00
	Optimizar el posicionamiento de Industria Maderera Vargas mediante estrategias enfocadas en el aumento del reconocimiento de la marca y la consolidación de su presencia digital.	Director de marketing y Ventas	Anual	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00
PRECIO	Incrementar el volumen de ventas y la retención de clientes mediante la implementación de estrategias de promociones exclusivas y personalizadas para los productos de Industria Maderera Vargas	Equipo de ventas	Anual	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00
PLAZA	Desarrollar e implementar canales de distribución eficientes para Industria Maderera Vargas para optimizar la entrega de productos a los clientes y maximizar la cobertura de mercado	Operaciones y Logística	Anual	\$ 2,100.00	\$ 2,100.00	\$ 2,100.00
	Ampliar la cuota de mercado en el Cantón Quito, para maximizar la accesibilidad de los clientes potenciales, asegurando una presencia óptima e impulsando el crecimiento y posicionamiento de marca.	Departamento de marketing	Anual	\$ 1,150.00	\$ 1,150.00	\$ 1,150.00
PROMOCIÓN	Establecer una plataforma digital de comunicación integral para mejorar el engagement, optimizar la captación de leads, incrementar la satisfacción y retención de clientes.	Departamento de marketing	Anual	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00
	Promocionar un catálogo digital que exhiba la diversa gama de muebles de madera de la empresa, con el fin de ampliar el reconocimiento de marca y potenciar la conversión de ventas.	Departamento de marketing	Anual	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00
MARKETING DIGITAL	Implementar un sitio web con diseño atractivo y funcional para Industria Maderera Vargas, orientado a proyectar la identidad de la marca y resaltar la excelencia de sus productos de madera.	Encargado del Marketing digital	Anual	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00
	Optimizar el posicionamiento en buscadores de Industria Maderera Vargas para mejorar su visibilidad online.	Departamento de marketing y anlista de datos	Anual	\$ 825.00	\$ 825.00	\$ 825.00
	Implementar una estrategia integral en redes sociales, para incrementar el número de seguidores, ampliar el alcance del contenido, la interacción con la audiencia y la generación de leads.	Departamento de marketing	Anual	\$ 1,120.00	\$ 1,120.00	\$ 1,120.00
	Ejecutar campañas de marketing efectivas para incrementar la interacción, conversión de ventas, generación de leads, fortaleciendo la presencia de marca en el mercado digital y aumentando la tasa de apertura.	Marketing digital, social media manager	Anual	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00
	Optimizar la participación y suscripción de la clientela de Industria Maderera Vargas mediante la ejecución de campañas de marketing interactivo en plataformas digitales.	Marketing digital, social media manager	Anual	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00
	Total					\$ 17,360.00

ESTADO DE FLUJOS PROYECTADOS CON PLAN ESTRATÉGICO					
CONCEPTO/AÑOS	0	1	2	3	4
Ingresos	\$ -	\$ 225,912.84	\$ 273,354.53	\$ 330,758.99	\$ 400,218.37
Ventas	\$ -	\$ 225,912.84	\$ 273,354.53	\$ 330,758.99	\$ 400,218.37
(-) Costos		\$ 98,113.30	\$ 106,275.09	\$ 114,436.89	\$ 122,598.69
(-) Inversión de marketing	\$ 45,136.00				
(=) Utilidad marginal	\$ -45,136.00	\$ 127,799.54	\$ 167,079.44	\$ 216,322.09	\$ 277,619.68
Gastos Fijos		\$ 52,104.00	\$ 56,438.40	\$ 60,772.80	\$ 65,107.20
Gastos Variables		\$ 119.55	\$ 129.49	\$ 139.44	\$ 149.38
Depreciación		\$ 165.76	\$ 165.76	\$ 165.76	\$ 165.76
(=) Saldo antes de impuestos	\$ -45,136.00	\$ 75,410.23	\$ 110,345.79	\$ 155,244.10	\$ 212,197.34
15% trabajadores		\$ 11,311.54	\$ 16,551.87	\$ 23,286.61	\$ 31,829.60
25% impuesto a la renta		\$ 18,852.56	\$ 27,586.45	\$ 38,811.02	\$ 53,049.34
Saldo después de impuestos	\$ -45,136.00	\$ 45,246.14	\$ 66,207.47	\$ 93,146.46	\$ 127,318.41
(+) Depreciación	\$ 165.76	\$ 165.76	\$ 165.76	\$ 165.76	\$ 165.76
FLUJO NETO EFECTIVO	\$ -44,970.24	\$ 45,411.90	\$ 66,373.23	\$ 93,312.22	\$ 127,484.17

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Inversión Inicial	\$ 45,136.00				
Flujo de caja	\$ -44,970.24	\$ 45,411.90	\$ 66,373.23	\$ 93,312.22	\$ 127,484.17
12%					

VAN \$ 195,758.96

TIR 129%

CONCLUSIONES

- Para concluir se refleja la importancia de la teoría y la fundamentación conceptual para evaluar de manera integral los productos y servicios de Industria Maderera Vargas.
- La falta de inversión en estrategias de marketing limita la visibilidad de la empresa, afectando las ventas. La implementación de un plan de marketing integrado revitalizará la imagen y conectará con nuevos segmentos de clientes.
- La tendencia hacia la sostenibilidad y la demanda de productos personalizados brinda a Industria Maderera Vargas una oportunidad estratégica.
- La digitalización de las preferencias de los consumidores destaca la necesidad de estrategias integrales de marketing digital. La presencia en redes sociales y un catálogo digital bien estructurado son esenciales para adaptarse al comportamiento del consumidor actual y fortalecer conexiones.
- El análisis presupuestario confirma la viabilidad del plan estratégico de marketing, proyectando beneficios y retornos positivos durante los tres años de implementación.

RECOMENDACIONES

- Es indispensable que Industria Maderera Vargas dedique los recursos y esfuerzos necesarios para la implementación de un Departamento de Marketing sólido y bien estructurado, el mismo que tendrá la capacidad de llevar a cabo un plan de marketing estratégico.
- Conocer y comprender las necesidades, preferencias y comportamientos de los clientes.
- Establecer una cultura de innovación, donde se fomente la búsqueda de nuevas ideas, promoviendo la creatividad, el desarrollo de nuevos productos y la creación de procesos innovadores.
- Integrar variedad de canales de marketing, especialmente plataformas digitales.
- Implementar procesos de monitoreo y evaluación para medir el rendimiento de las estrategias de marketing.

**Muchas
Gracias**
Por su atención

