



ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS

INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA



Diseño del Plan de Mercadotecnia Digital para la Empresa Electromega Ecuador

Autoras:

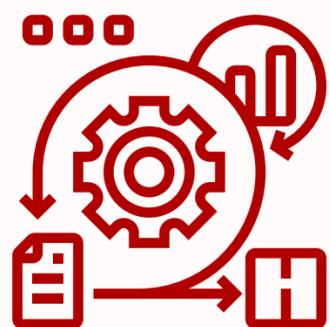
- Aylin Portilla
- Alejandra Quichimbo

Tutora: Zlata Borsic

Logo de la empresa Electromega Ecuador, que incluye un icono de una casa con una lámpara encendida y el texto "ELECTRO MEGA ECUADOR" en letras blancas y negras.

**ELECTRO
MEGA
ECUADOR**





CONTENIDO

1. Introducción
2. Definición del problema
3. Justificación del problema
4. Objetivos
5. Metodología
6. Marco teórico
7. Análisis de resultados
8. Propuestas
9. Conclusiones
10. Recomendaciones



INTRODUCCIÓN

El proyecto se centra en diseñar un plan integral de marketing digital para Electromega Ecuador, con el fin de adaptarse a los cambios en los hábitos de consumo y destacar en un mercado competitivo.

VENTAS



COMUNIDAD EN LINEA



SATISFACCIÓN AL
CLIENTE



DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

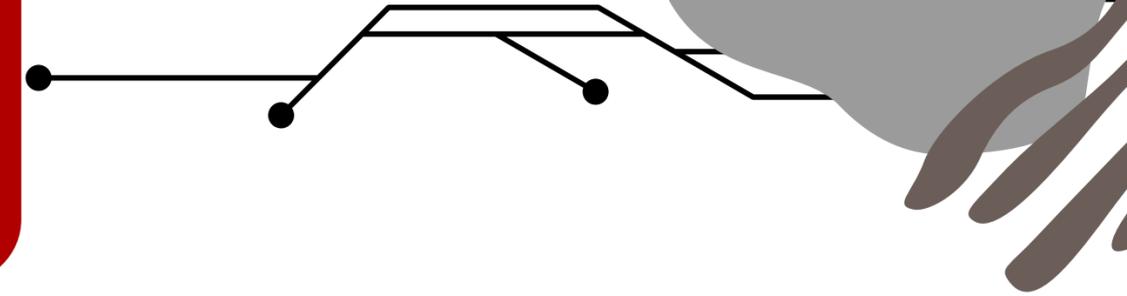
Falta de presencia y visibilidad en el entorno digital



Carece de una estrategia de mercadotecnia digital sólida y coherente



JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA



La falta de digitalización limita el crecimiento empresarial en un entorno de crecimiento de la mercadotecnia digital.

La implementación de planes digitales es esencial para mejorar la competitividad, satisfacción del cliente y superar a la competencia. Esta investigación busca determinar cómo las herramientas de mercadotecnia digital pueden aumentar ventas, satisfacción del cliente y la comunidad en línea.



OBJETIVOS

GENERAL

Desarrollar una **estrategia integral** de mercadotecnia digital que permita a la empresa **aumentar** su **visibilidad en línea**, mejorar su **posicionamiento en el mercado** y **acrecentar las ventas**.

ESPECÍFICOS



Mejorar el **posicionamiento de la marca en las redes sociales**, aumentando el número de seguidores en un **30%** hasta el 4 de septiembre del 2024.



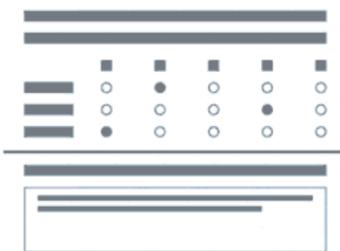
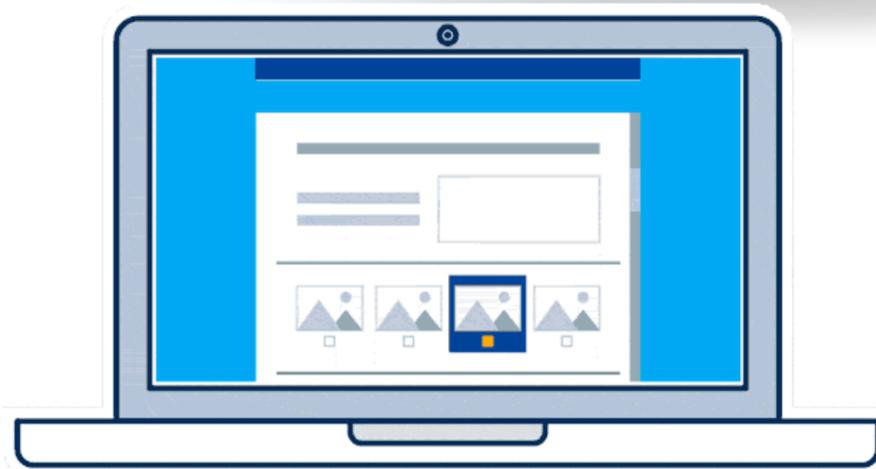
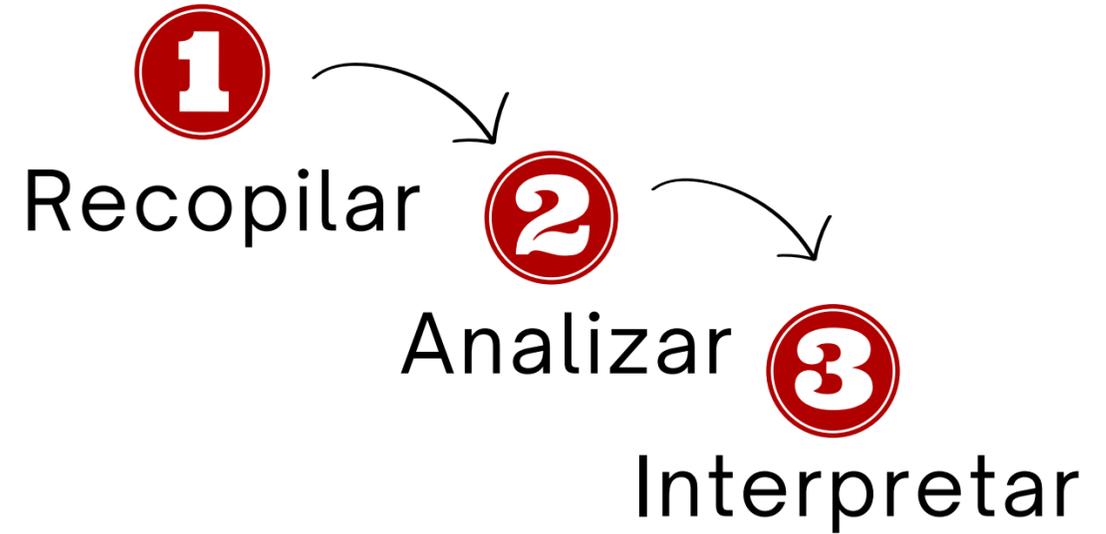
Elevar el flujo de **tráfico orgánico del sitio web** de ELECTROMEGA ECUADOR en un **20%** durante el primer trimestre del próximo año.



Elevar la **eficiencia de conversión** en un **10%** a través de **campañas de publicidad** digital en redes sociales durante el presente año.

METODOLOGIA

Enfoque de investigación cuantitativo



Este tipo de investigación se basa en la recolección de datos cuantitativos



ENCUESTA

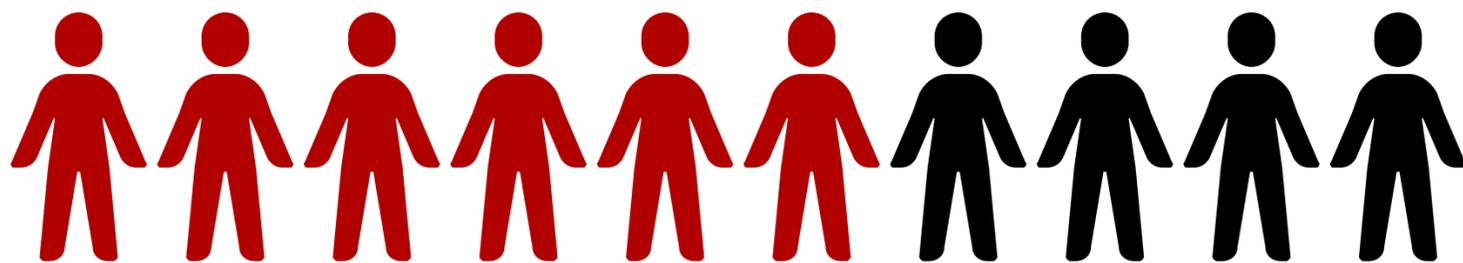
Proyecto Marketing digital de la Carrera de Licenciatura en Mercadotecnia de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE

CÁLCULO DE LA MUESTRA

Características demográficas de la población ecuatoriana :

- Edad entre 35 a 45 años
- La ubicación geográfica
- Nivel socioeconómico medio- alto
- Ocupación.

323 648 personas se encuentran cumpliendo actividades económicas en la zona urbana.



Fórmula para población finita según (Malhotra, 2007)

$$n = \frac{N \cdot Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}{e^2 \cdot (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}$$

Muestra

384


**ELECTRO
MEGA
ECUADOR**

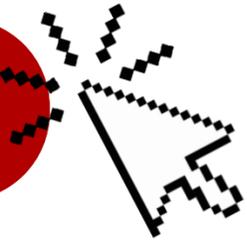
323 648

Población
general

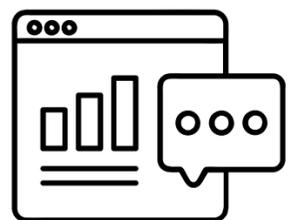
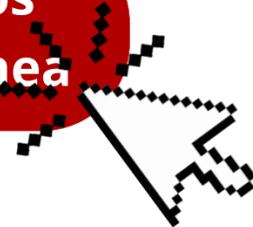
TEORÍAS



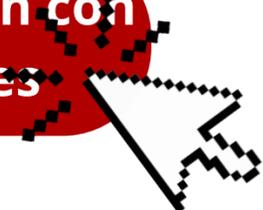
Construir relaciones y generar confianza



Motivaciones de los consumidores en línea



Consumidores interactúan con las tecnologías digitales



TEORÍA	AUTOR
Teoría de la Persuasión en Línea	Joseph Walther
Teoría de la Motivación Humana	Abraham Maslow
Teoría del Consumidor Digital	Don Schultz

TERMINOS CLAVES

- **ANALÍTICA WEB**

Comprender e interpretar los datos

- **ENGAGEMENT**

Nivel de compromiso con una marca

- **SEO**

Posicionamiento en buscadores u optimización de motores de búsqueda

- **LEADS**

Cliente potencial que ha reaccionado a las acciones de marketing

- **TASA DE CONVERSIONES**

Mide el número de usuarios que pasaron a ser clientes

- **CONTENIDO ORGÁNICO**

Contenido que se puede encontrar de forma natural

- **COMMUNITY MANAGER**

Construye, amplía y administra comunidades online.



CONOZCAMOS



Empresa comercial, fundada en Quito desde febrero del 2009, por lo que cuenta con más de 14 años en el mercado, especializados en la venta de productos tecnológicos y electrodomésticos para el hogar en las mejores marcas del mercado nacional e internacional.

MISIÓN

“Satisfacer las necesidades y preferencias de nuestros **clientes** brindando asesoría y ofreciendo un servicio de **calidad**, con eficiencia y competitividad para la compra de sus productos”.

VISIÓN

“Para el 2030 Ser empresa líder en venta de electrodomésticos y productos del hogar en las mejores marcas, contando con la mejor atención al cliente y personal capacitado”.

VALORES

- Calidad
- Honestidad
- Responsabilidad
- Excelencia

FORTALEZAS

Experiencia en el mercado, con 12 años de trayectoria.
Imagen de marca sólida, ha logrado construir una imagen de marca confiable y reconocida. Más de 15 000 clientes registrados satisfechos en los últimos años.
Buena ubicación geográfica.
Precios competitivos en el mercado.
Envíos oportunos dentro de 72 horas en Quito.

DEBILIDADES

Incremento en los costos de los productos, afectando la rentabilidad de Electromega y su capacidad para mantener precios competitivos.
Carencia de una planificación estratégica
Pocos estudios de mercados.
Escasa capacitación en técnicas de ventas.
Presupuesto reducido para el área de marketing.

F

O

Crecimiento económico, Ecuador experimentó un crecimiento anual del 2,9%, lo que indica un ambiente propicio para el desarrollo de negocios.
Innovación en instrumentos digitales.
Tendencia creciente de consumo de bienes.
IncurSIONAR en nuevos nichos de mercados.
E-Commerce, comercialización de electrodomésticos mediante medios digitales.

OPORTUNIDADES

AMENAZAS

Ecuador tiene un alto riesgo país, lo que puede afectar la estabilidad financiera.
Diversidad de promociones por parte de la competencia.
Nuevas medidas arancelarias.
Competidores con alta inversión en marketing.
Precios desleales de la competencia.

D

A



Análisis e interpretación de datos

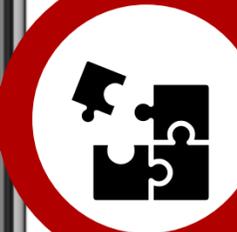
La interpretación de datos de la presente investigación se llevará a cabo mediante el análisis de los resultados obtenidos en la encuesta realizada a 384 consumidores de electrodomésticos



Encuesta piloto



Mejoras



384 personas

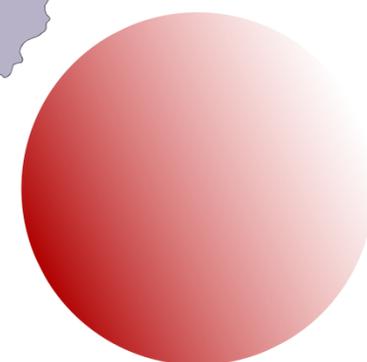
ANÁLISIS DE FIABILIDAD

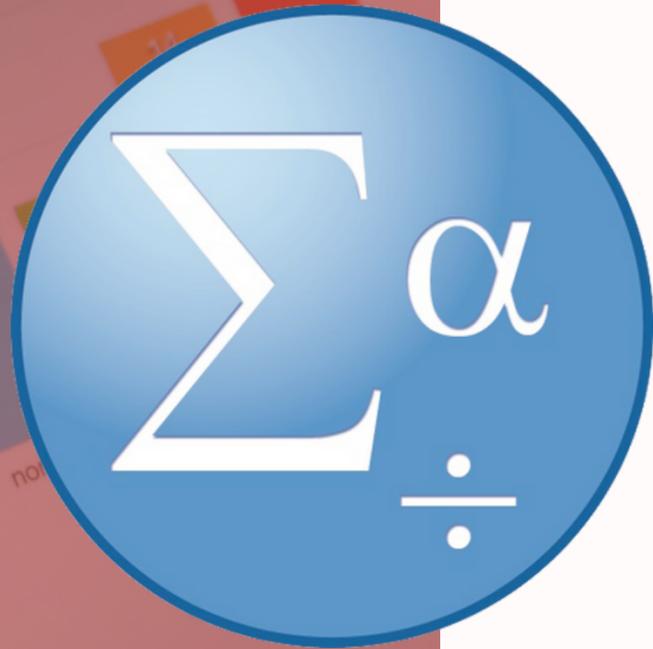
Este análisis nos permitirá determinar el grado de fiabilidad que tienen los elementos del cuestionario entre sí, obteniendo un índice que mientras más cercano sea a 1.00 será más confiable.



Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
.900	.901	18

Valor superior a 1 el instrumento es fiable ✓





RESULTADOS

51 A 60 AÑOS

6%

41 A 50 AÑOS

12.8%

31 A 40 AÑOS

15.1%

20 A 30 AÑOS

65.6%

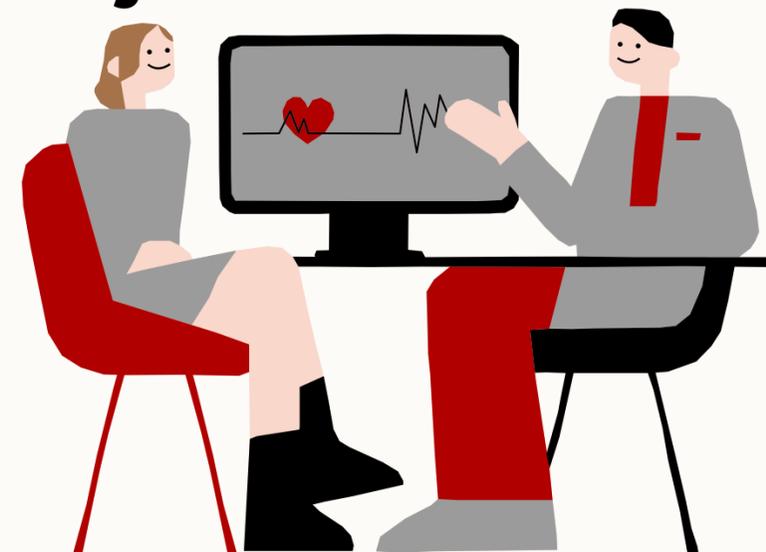
SEXO

48,7 %

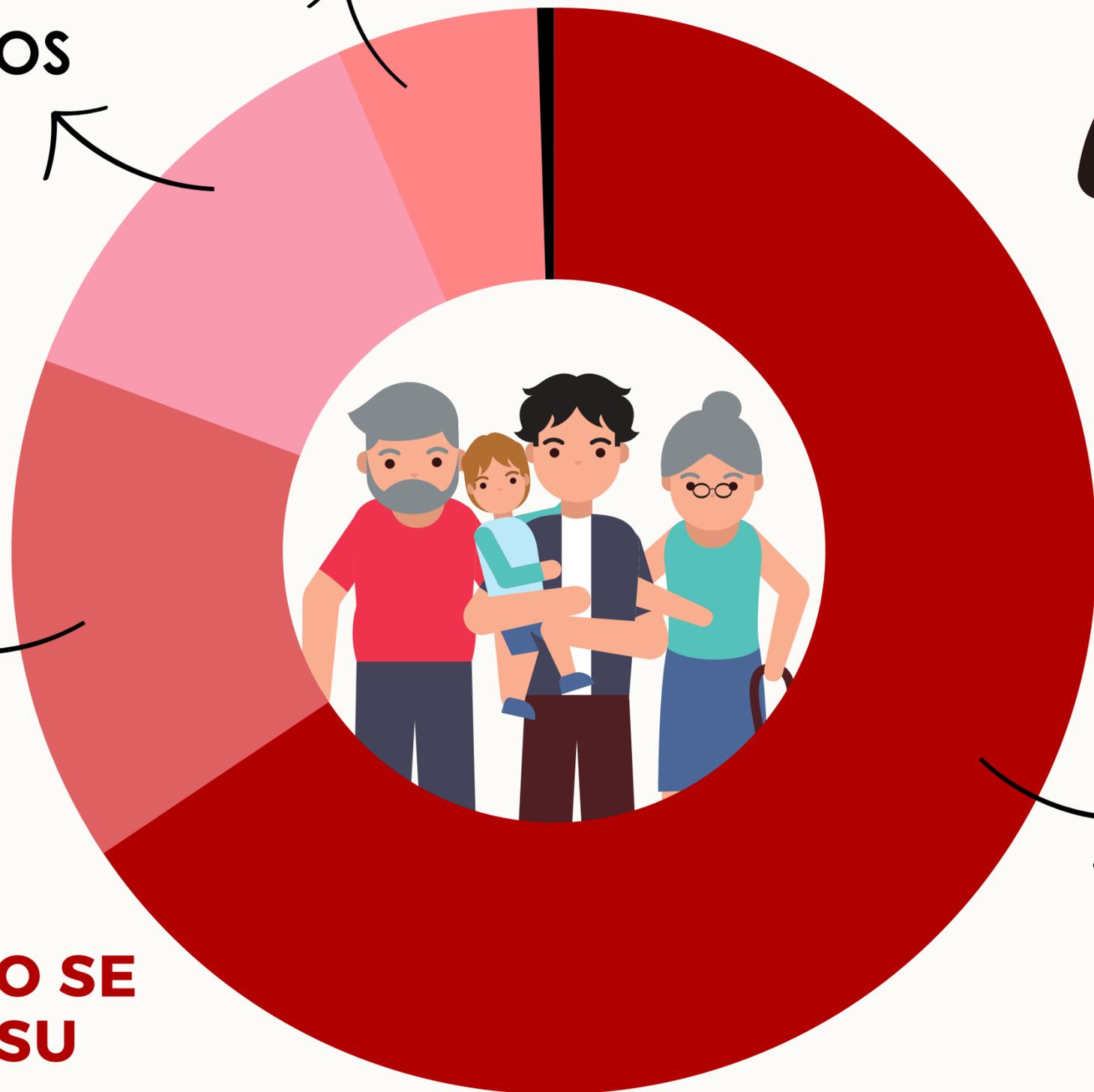
51,3 %

Mujer

Hombre



**¿EN QUÉ RANGO SE
ENCUENTRA SU
EDAD?**



RECONOCIMIENTO DE MARCA

¿POR QUÉ MEDIO DE COMUNICACIÓN CONOCIÓ A LA EMPRESA ELECTROMEGA ECUADOR?

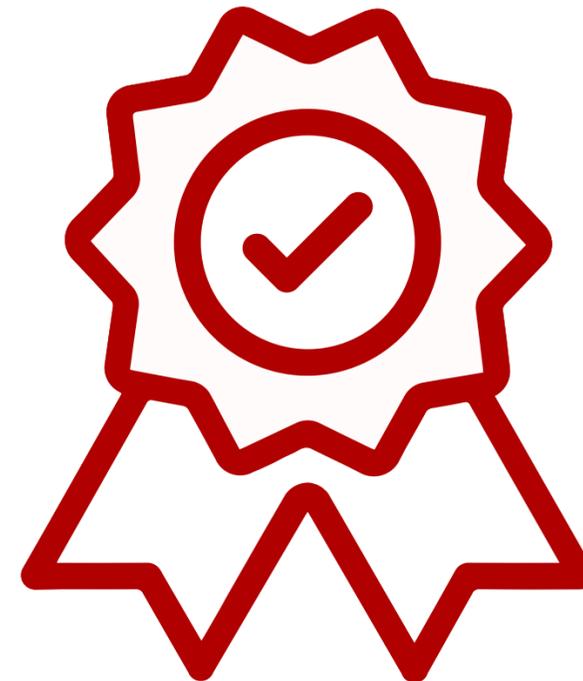


Medios de comunicación
masivos
de 41 en adelante

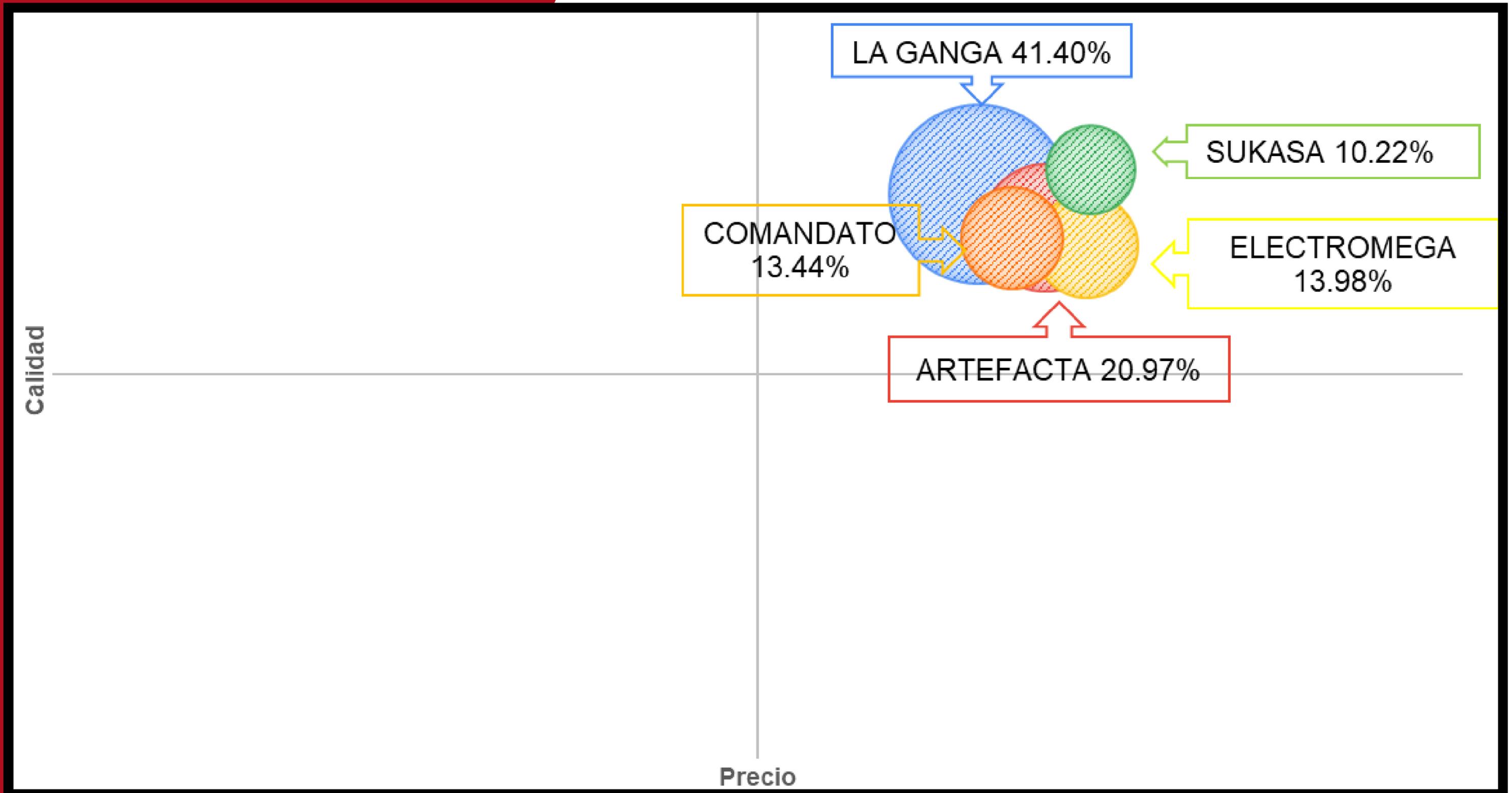


MAPA DE POSICIONAMIENTO

Empresa	Calidad	Precio	Cuota de mercado
La ganga	3.628	3.932	41.40%
Artefacta	3.818	3.758	20.97%
Electromega	3.932	3.664	13.98%
Comandato	3.721	3.703	13.44%
Sukasa	3.945	4.060	10.22%

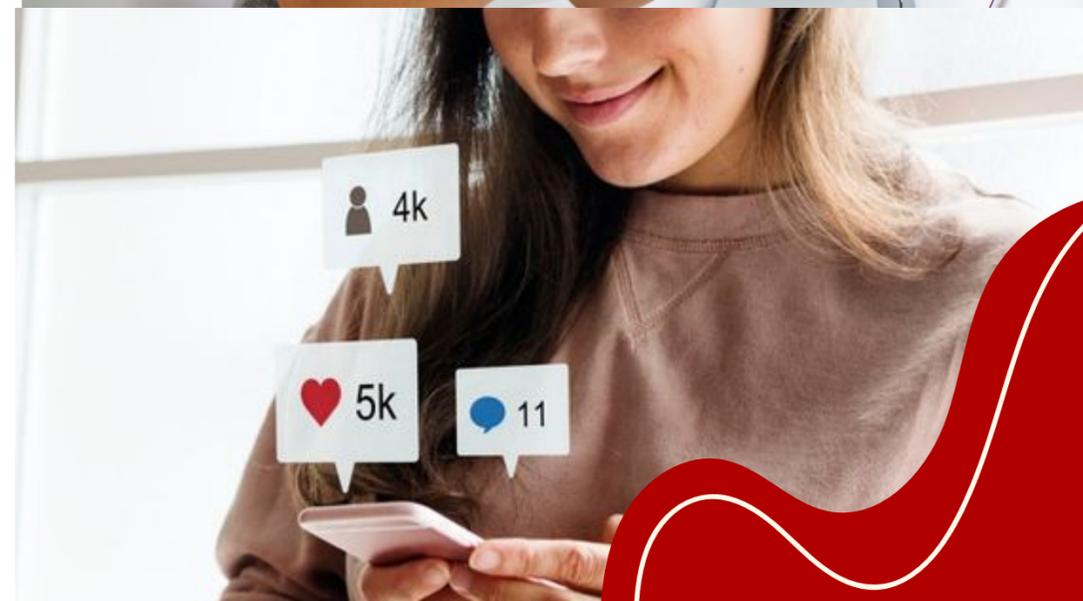
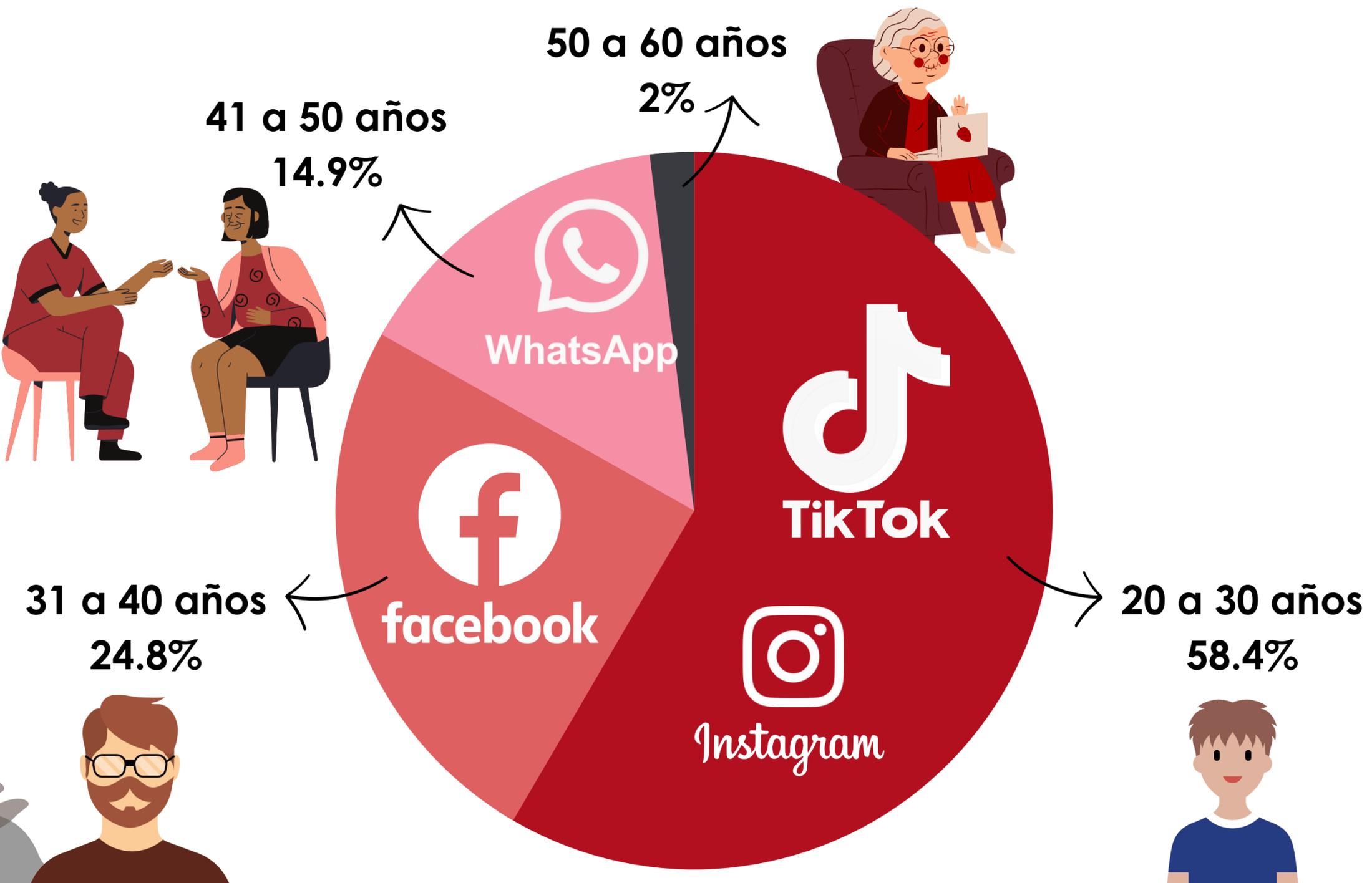


MAPA DE POSICIONAMIENTO ELECTROMEGA ECUADOR



REDES SOCIALES

¿CUÁL ES LA RED SOCIAL QUE MÁS UTILIZA?



¿En qué red social que le gustaría recibir información acerca de los productos y promociones?



Instagram

33.6%



TikTok

32.8%



facebook

31.5%



Correo

31%



WhatsApp

27.1%



Pagina Web

26.8%



PROPUESTAS



DESARROLLO DE ESTRATEGIAS



ESTRATEGIA DE DIFERENCIACIÓN

Combinación única de alta calidad, precios atractivos y un servicio excepcionalmente rápido y eficiente en cada entrega.

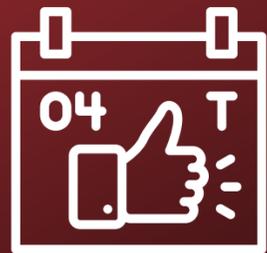


ESTRATEGIA DE SEGMENTACIÓN

Consumidores que buscan electrodomésticos de gama alta, pero que también son conscientes de su presupuesto.



Propuesta 1: Mejora en la filosofía corporativa



“Quienes somos”



Misión



Visión

Presupuesto propuesta 1: Mejora misión y visión

Tiempo	Responsable	Presupuesto	KPIS
Fecha de inicio: 4 de septiembre Fecha de finalización: 5 de septiembre	Encargado del Área de marketing	\$73.34	Satisfacción del cliente (NPS) <i>SC = Satisfaccion del cliente</i> <i>CS = Ciente Satisfecho</i> <i>TCE = Total de clientes encuestados</i> $TCE = \left(\frac{CS}{TCE} \right) \times 100$



Propuesta 2: Creación de un manual de Identidad

Objetivo

Garantizar las directrices de la identidad de marca de Electromega Ecuador, de manera coherente y atractiva en plataformas digitales, asegurando una presencia consistente y profesional.



Actividades por desarrollar

1. Análisis de marca



2. Identidad visual



3. Tono de voz



4. Directrices de contenido



ANÁLISIS DE MARCA



¿Quiénes somos?

En Electromega Ecuador, nos enorgullecemos de nuestra trayectoria de más de 14 años en el mercado, brindando soluciones tecnológicas y electrodomésticos de primera calidad para el hogar. Somos especialistas en ofrecer una cuidada selección de productos de las mejores marcas tanto a nivel nacional como internacional.

Nuestra pasión por la innovación y la satisfacción del cliente nos impulsa a estar a la vanguardia del mercado, ofreciendo lo último en tecnología y electrodomésticos de alta gama. Nos esforzamos por mantenernos actualizados en las tendencias y novedades del sector para brindar a nuestros clientes una experiencia de compra excepcional.



MISIÓN

"Transformar la experiencia de compra de nuestros clientes al ofrecer soluciones tecnológicas y electrodomésticos de alta calidad que se adapten a sus necesidades. Brindamos un servicio excepcional y asesoramiento experto para ser su aliado confiable en el camino hacia un hogar más moderno, cómodo y conectado."

VISIÓN

"En el 2028, seremos la empresa líder en electrodomésticos de alta gama en Ecuador, brindando la mejor atención al cliente y contando con un equipo altamente capacitado. Seremos reconocidos como la opción preferida por los consumidores exigentes, destacando por nuestra excelencia, innovación y variedad de productos."



VALORES

Calidad

Buscar la excelencia en todos los aspectos de la empresa, desde los productos o servicios ofrecidos hasta los procesos internos y la atención con el cliente.

Honestidad

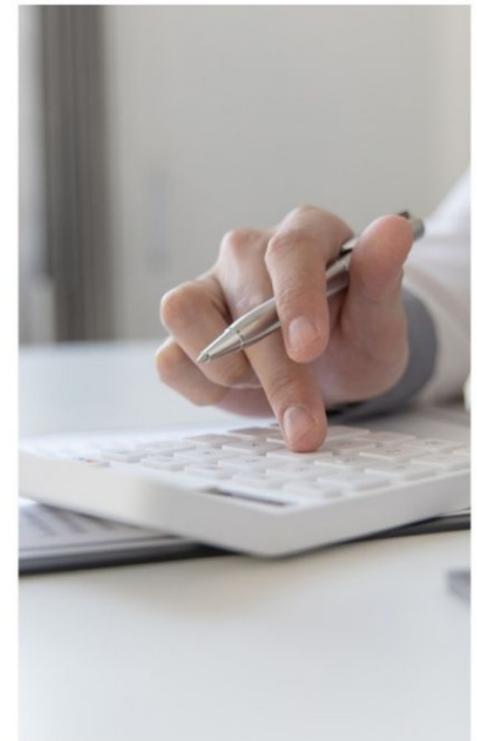
Actuar con honestidad, ética y transparencia en todas las acciones y decisiones empresariales.

Responsabilidad

Asumir las consecuencias de las acciones y decisiones, tanto a nivel interno como externo, y cumplir con los compromisos adquiridos.

Excelencia

Poner al cliente en el centro de todas las decisiones y esforzarse por brindar un excelente servicio y satisfacción al cliente.



IDENTIDAD VISUAL

NOMBRE DE LA MARCA	ELECTROMEGA ECUADOR
IMAGOTIPO	
TIPOGRAFÍA	Títulos: Monsterrat Classic Texto: Monsterrat

PALETA DE COLORES	BLANCO Representa luz, pureza, igualdad, limpieza, seguridad, tranquilidad... con lo cual se puede afirmar que se trata de un color que tiene connotaciones muy positivas.
PRIMARIOS	ROJO Representa la valentía, el amor, la pasión, la fuerza, el crecimiento y la iniciativa. Se utiliza para llamar la atención, destacar y avisar sobre alguna situación.
	NEGRO Se asocia mucho con el mundo del lujo y la elegancia, así mismo simboliza poder, fuerza, misterio y autoridad.
SECUNDARIOS	PSICOLOGÍA DEL COLOR

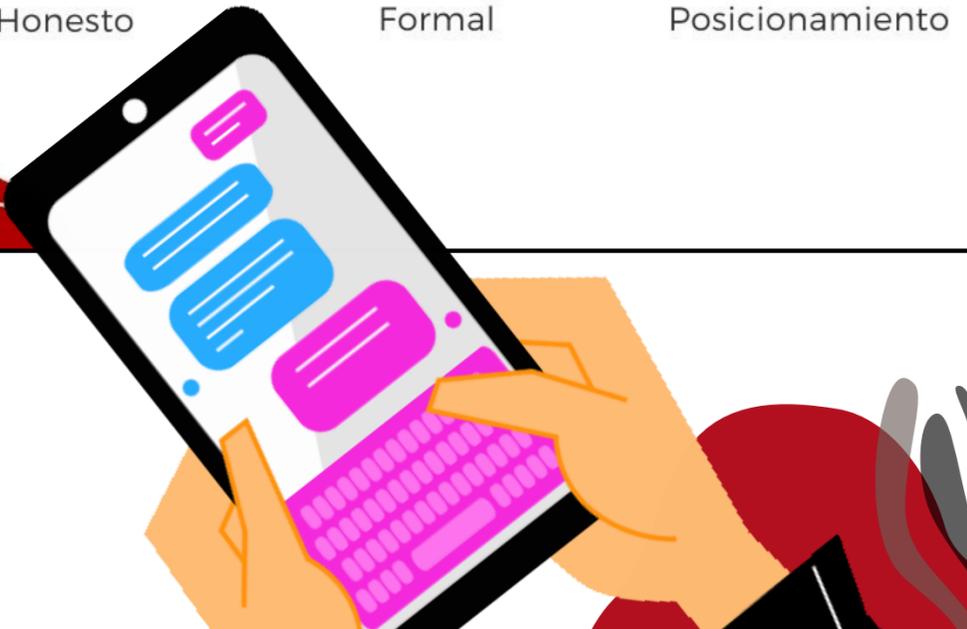
TONO DE VOZ



VOZ DE MARCA

CÓMO SE ENTREGA EL MENSAJE POR LAS PLATAFORMAS DIGITALES

CARACTER	TONO	LENGUAJE	CONTEXTO
Cálido	Cordial Directo Honesto	Experto Técnico Formal	Vender Informar Posicionamiento



DIRECTRICES DE CONTENIDO

TEMAS REDES SOCIALES

Producto linea blanca menor	Beneficios productos Linea Menor	Combos de electrodomé sticos
Precios especiales	Productos tecnológicos	Beneficios productos tecnológicos
Informativos	Productos Linea blanca mayor	Productos ambientados



Presupuesto propuesta 2: Creación de un manual de Identidad

Tiempo	Responsable	Presupuesto	KPIS
<p>Fecha de inicio: 4 de septiembre Fecha de finalización: 13 de septiembre</p>	<p>Encargado del Área de marketing Community Manager</p>	<p>\$655.15</p>	<p><i>MB = Margen de beneficio</i> <i>P = Precio</i> <i>C = Costo</i></p> $MB = \frac{(P - C)}{P}$ <p><i>MS = Market Share</i> <i>VTE = Ventas totales de la Empresa</i> <i>VTM = Ventas totales del mercado</i></p> $MS = \frac{VTE}{VTM}$

Propuesta 3: Crear un buyer persona para Electromega Ecuador

Objetivo

Proporcionar una base sólida para desarrollar una **estrategia de marketing más enfocada**, relevante y efectiva, lo que llevará a una mejor conexión con los clientes, mayores conversiones y un crecimiento sostenible.



Actividades por desarrollar



PERFIL

Graduado en administración de empresas, dirige su propia compañía es padre primerizo y apasionado por la tecnología

DATOS DEMOGRAFICOS

Edad: 35 años

Estado civil: Casado

Ocupación: Profesional en el sector corporativo

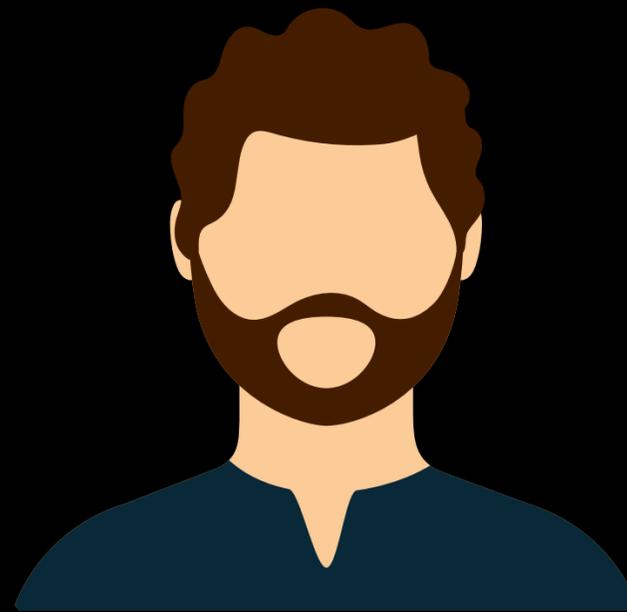
Ingresos: De \$1200 a \$1400

Ubicacion: Quito

HÁBITOS

Tecnología, estilo de vida, comodidad y eficiencia, tiene una familia y es el principal tomador de decisiones en compras para el hogar, lleva una vida ocupada y busca soluciones prácticas y eficientes para la vida diaria.

JUAN PÉREZ



INTERESES

Busca electrodomésticos modernos que se integren bien con su estilo de vida y su hogar, desea productos que ofrezcan una buena relación calidad-precio y que sean duraderos, a demás valora las funciones inteligentes que mejoren la experiencia de uso. y busca electrodomésticos que consuman menos energía y sean más amigables con el medio ambiente.

RETOS

Puede estar indeciso entre diferentes marcas y modelos de electrodomésticos. Busca el mejor lugar para obtener información confiable y recomendaciones antes de hacer una compra.

FRUSTRACIONES

Le preocupa que los electrodomésticos no cumplan con las expectativas de rendimiento o calidad.

OBJETIVOS

Adquirir electrodomésticos que faciliten las tareas diarias y le ayuden a ahorrar tiempo, encontrar soluciones eficientes y tecnológicamente avanzadas para el hogar y comprar productos que se alineen con su estilo de vida y preferencias personales.

Presupuesto propuesta 3: Crear un buyer persona para Electromega Ecuador

Tiempo	Responsable	Presupuesto	KPIs
Fecha de inicio: 20 de septiembre 2023 Fecha de finalización: 24 de septiembre 2023	Encargado del Área de marketing	\$183.35	<p> <i>A = Alcance</i> <i>TI = Total de interacciones</i> <i>TS = Total de seguidores</i> </p> $A = \left(\frac{TI}{TS} \right) \times 100$ <p> <i>TER = Total Engagement rate</i> <i>NCP = Numero de compartidos</i> <i>NC = Numero de comentarios</i> <i>V = Vistas</i> <i>NR = Numero de reacciones</i> <i>A = Alcance</i> </p> $TER = \frac{5(NCP) + 3(NC) + 2(V) + 1(NR)}{A}$

Propuesta 4: E-mail marketing personalizado

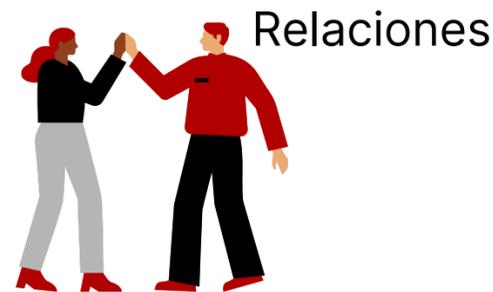
Objetivo

Atraer tráfico orgánico al sitio web mediante ofertas exclusivas para suscriptores.



Actividades por desarrollar

1. Definir el público objetivo
2. Elegir una plataforma de email-marketing



Brevo

400



mailchimp 1000



3. Automatizar el proceso de bienvenida

- Tipo de contenido: Newsletter
- Tema de contenido: ¡Bienvenido a la familia Electromega Ecuador! Tu oferta exclusiva te está esperando



Presupuesto propuesta 4: E-mail marketing sea personalizado

Tiempo	Responsable	Presupuesto	KPIS
<p>Fecha de inicio: 4 de septiembre 2023</p> <p>Fecha de finalización: 4 de septiembre 2024</p>	<p>Community Manager</p>	<p>\$7627.80</p>	<p>Mayor flujo en página web</p> <p><i>FPW = Flujo de pagina web</i></p> <p><i>NUPW = num de usuarios en el enlace a la página web</i></p> <p><i>FW = NUPW </i></p> <p>Fidelización de cliente</p> <p><i>TR = Tasa de recompra</i></p> <p><i>CR = Consumidores recurrentes</i></p> <p><i>CT = Compradores totales</i></p> $TR = \left(\frac{CR}{CT} \right) \times 100$

Propuesta 5: Marketing de contenidos en redes sociales

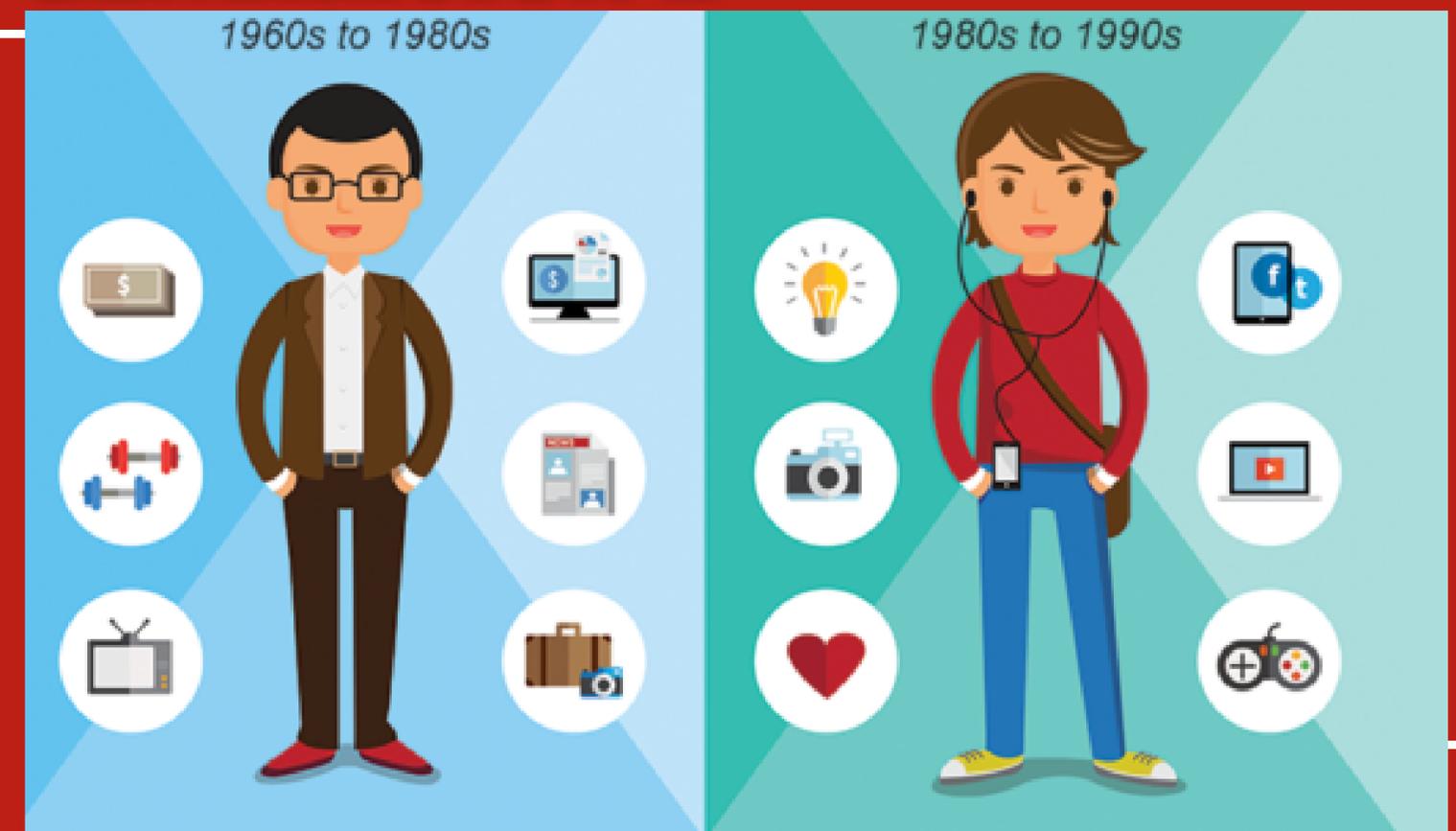
Objetivo

Crear contenido relevante, útil e interesante para la audiencia con el fin de atraer, comprometer y convertir clientes potenciales en clientes reales, aumentando el número de seguidores en un 30% en los próximos 4 trimestres.

Actividades por desarrollar

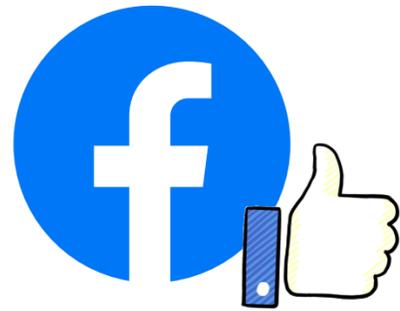
1. Identificar las necesidades, intereses, problemas y preferencias.
2. Planificar el tipo de contenido a publicar, con énfasis en las plataformas más utilizadas.
3. Elaboración de plantillas para cada tipo de contenido.

GENERACIÓN X



MILLENNIALS

Milenials



facebook



WhatsApp

✓ Inmigrantes digitales

✓ Buscan información antes de tomar decisiones de compra

- Tipo de contenido: Informativo
- Tema de contenido: Electrodomésticos más eficientes del 2023

ELECTRODOMÉSTICOS MÁS EFICIENTES DEL 2023

SECADORA CON BOMBA DE CALOR DUAL INVERTER

Tecnología EcoHybrid que incorporan las secadoras LG permite **reducir un 15% el consumo de electricidad** al usar el modo ECO.

Genera muy poco ruido y vibración, y puede eliminar el 99,9% de agentes alérgenos en las prendas de ropa.

Ofrece un secado rápido y eficiente gracias a su sistema DUAL Inverter Heat Pump™

Generacion Z



Instagram



TikTok



Nativos digitales



Realizan investigaciones exhaustivas antes de tomar decisiones de compras

- Tipo de contenido: Video hablado - Informativo
- Tema de contenido: Beneficios de tener una refrigeradora Samsung Family Hub French Door

Presupuesto propuesta 5: Marketing de contenidos en redes sociales

Tiempo	Responsable	Presupuesto	KPIs
<p>Fecha de inicio: 1 de noviembre 2023</p> <p>Fecha de finalización: 1 de enero 2024</p>	<p>Community Manager Diseñador Grafico</p>	<p>\$3143.73</p>	<p><i>Engagement de los clientes</i></p> <p><i>TER = Total Engagement rate</i></p> <p><i>NCP = Numero de compartidos</i></p> <p><i>NC = Numero de comentarios</i></p> <p><i>V = Vistas</i></p> <p><i>NR = Numero de reacciones</i></p> <p><i>A = Alcance</i></p> $TER = \frac{5(NCP) + 3(NC) + 2(V) + 1(NR)}{A}$ <p><i>Alcance</i></p> <p><i>A = Alcance</i></p> <p><i>TI = Total de interacciones</i></p> <p><i>TS = Total de seguidores</i></p> $A = \left(\frac{TI}{TS} \right) \times 100$

Propuesta 6: Responsabilidad social en Electromega Ecuador

Objetivo

Contribuir al desarrollo sostenible a través de acciones responsables que refuercen el posicionamiento de la marca como una empresa socialmente consciente.

Actividades por desarrollar

1. Realizar campañas de concientización sobre el uso responsable de los electrodomésticos
2. Implementar programas de reciclaje de electrodomésticos usados.
3. Fomentar el voluntariado entre los empleados de Electromega



Presupuesto propuesta 6: Responsabilidad social en Electromega Ecuador

Tiempo	Responsable	Presupuesto	KPIs
<p>Fecha de inicio: 10 de octubre 2023</p> <p>Fecha de finalización: 14 de octubre 2023</p>	<p>Community Manager</p>	<p>\$164.20</p>	<p>Porcentaje de ingresos provenientes de productos sostenibles</p> <p><i>PIPPS</i> = Porcentaje de ingresos provenientes de productos sostenibles</p> <p><i>IS</i> = Ingresos de productos sostenibles</p> <p><i>IT</i> = Ingresos Totales</p> $PIPPS = \left(\frac{IS}{IT} \right) \times 100$



Propuesta 7: Estrategia de Google Ads para Electromega Ecuador

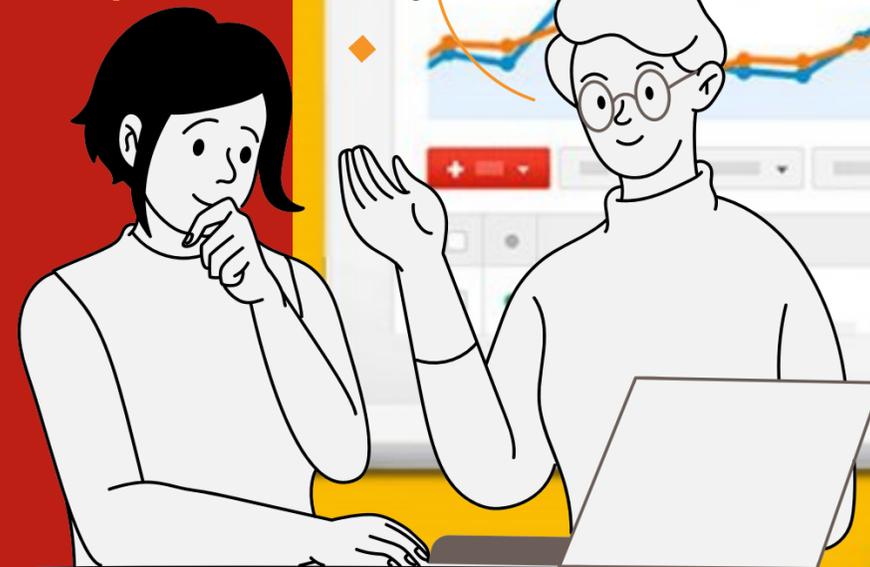
Objetivo

Incrementar la visibilidad en línea, el tráfico orgánico y pagado hacia el sitio web, con el objetivo de **aumentar las ventas** y consolidar la marca como **líder en la comercialización** de electrodomésticos.



Actividades por desarrollar

1. Investigación y Selección de Palabras Clave.
2. Creación de Campañas Segmentadas
3. Desarrollo de Anuncios Atractivos.
4. Optimización de la Página de Destino



Presupuesto propuesta 7: Estrategia de Google Ads para Electromega Ecuador

Tiempo	Responsable	Presupuesto	KPIs
<p>Fecha de inicio: 1 de diciembre 2023 Fecha de finalización 31 de diciembre 2023</p>	<p>Encargado de marketing Diseñador Grafico</p>	<p>1 mes Google ads \$500 TOTAL: \$1720.14</p>	<p>CTR (Click-Through Rate) <i>C = Clics</i> <i>I = Impresiones</i> $CTR = \left(\frac{C}{I}\right) \times 100$ CVR (Conversion Rate) <i>C = Clics</i> <i>Co = Conversiones</i> $CVR = \left(\frac{Co}{C}\right) \times 100$</p>



Propuesta 8: Guías de uso, mantenimiento y garantía

Objetivo

Generar tráfico orgánico al **proporcionar información valiosa** sobre el uso, mantenimiento y garantía de los electrodomésticos

Actividades por desarrollar

1. Recopilar información sobre aspectos críticos.
2. Determinar cómo se presentará la información.
3. Redactar instrucciones detalladas y comprensibles.
4. Diseñar el formato de la guía de manera atractiva.
5. Distribuir la guía junto con los electrodomésticos.
6. Mantener la guía actualizada.



POLÍTICA DE GARANTÍA ELECTROMEGA ECUADOR

Estimados clientes, en nombre de Electromega Ecuador, nos complace recordarles nuestro compromiso con la calidad y la satisfacción de nuestros clientes al ofrecer una garantía sólida en todos nuestros electrodomésticos.

Queremos asegurarnos de que su experiencia con nuestros productos sea excepcional y libre de preocupaciones, pues entendemos que adquirir electrodomésticos es una inversión importante para su hogar o negocio.

Por lo que nos enorgullece ofrecer una garantía integral que respalda la durabilidad y el rendimiento de nuestros productos, a través de la ley de Defensa al Consumidor, en su artículo 45, garantiza el Derecho de Devolución cuando se trata de cierto tipo de bienes o servicios: "El consumidor que adquiera bienes o servicios por teléfono, catálogo, televisión, internet o a domicilio, gozará del derecho de devolución, el mismo que deberá ser ejercido dentro de los tres días posteriores a la recepción del bien o servicio, siempre y cuando lo permita su naturaleza y el estado del bien sea el mismo en el que lo recibió."

IMPORTANTE

¿CÓMO VALIDAR LA GARANTÍA?

Es importante destacar que Electromega Ecuador es un ENLACE entre el cliente final y la marca, esta asociación estratégica nos permite ofrecer una cobertura de garantía confiable y eficiente para todos nuestros electrodomésticos.

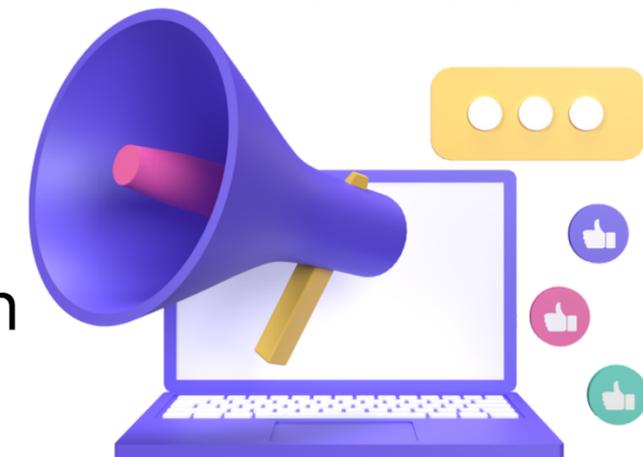
Por lo que las garantías son otorgadas 100% por la marca adquirida, para reclamar su gantía se recomienda llamar a los servicios técnicos autorizados:

Electrolux	Call Center Línea ElectroLx: 800-353267 Línea FríoLine: 500-374143 Correo: servcliente.ecuador@electrolux.com	Challenger	Call Center: 0904583667 / (591) 77 901842 / 800 460763 Correo: servicio tecnico@challenger.com.ec
Lg	Call Center: Línea Lg: 800-401092 Contacto a LG Ecuador: https://www.lg.com/es/soporte	RCA	Call Center: 080 999-8099 - Whatsapp: +51 911 3703-2256 Correo: info@rca.com.ec
Mabe	Call Center: 800 050 690 Línea General: Electr: 01600 000 690 Correo Mabe/ General Electr: servicio.ecuador@mabe.com.ec	Innova	Call center: 01600-6004 - Whatsapp: 099900000 Correo: info@innova.ec
Indurama	Call Center: 07 2660900 - 09 99000000 Para conocer los servicios de la garantía comuníquese al: https://www.indurama.com/es/content/portada-global-servihogar .	Umco	Call center: 800 - UMC004(52672) Correo: servicioalcliente@umcoecuador.com
Samsung	Call Center: 1.800.72.6786 Contacto a Samsung Ecuador: https://www.samsung.com/latin/soporte/contact/	I Jacob	Call center: 800 042920 - WhatsApp: +57 316 4399997 Correo: asesor.servicio@iJacob.com
TEKA	Call Center: 1/00 22 22 22 Correo: sst@teka.ec	Black & Decker	Call center: (502) 000-0970
Whirlpool	Call Center: 800 365 977 Correo: contactoecuador@whirlpool.com	Oster	Call center: 800000090 Para acceder a los servicios de la garantía comuníquese al: https://www.osterlatinamerica.com/servicio-y-soporte/centros-de-servicios

Presupuesto propuesta 8 : Guías de uso, mantenimiento y garantía

Tiempo	Responsable	Presupuesto	KPIs
<p>Fecha de inicio: 4 de septiembre 2023 Fecha de finalización 4 de septiembre 2024</p>	<p>Encargado de marketing Diseñador Grafico</p>	<p>\$14641.68</p>	<p>Satisfacción del cliente (NPS) <i>SC = Satisfaccion del cliente</i> <i>CS = Ciente Satisfecho</i> <i>TCE = Total de clientes encuestados</i></p> $TCE = \left(\frac{CS}{TCE} \right) \times 100$ <p>Mayor flujo en página web <i>FPW = Flujo de pagina web</i> <i>UEPW</i> = # de usuarios en el enlace a la web <i>FPW = UEPW.</i></p>

Propuesta 9: Precios Especiales, Combos y Promociones con Meta Business Suite



Objetivo

Incrementar las ventas y la participación en el mercado mediante la implementación de campañas de meta business suite a través de estrategias de precios especiales

Actividades por desarrollar

1. Análisis de la Competencia. 
2. Segmentación de Clientes. 
3. Creación de Combos Atractivos. 
4. Promociones Temporales.
5. Optimización de la Página Web.
6. Creación de Contenido. 
7. Estrategia de Redes Sociales.
8. Campañas de Publicidad 
9. Seguimiento y Análisis

ELECTRO MEGA ECUADOR

MEJORA LA LIMPIEZA Y CUIDADO DE TU ROPA CON EL COMBO ELÉCTRICO INVERTER

SAMSUNG

LAVADORA SECADORA
WF20T6000AW DVE20T600W

CAPACIDAD DE 20KGS

OFERTA EFECTIVO
\$1474
INCLUIDO IVA

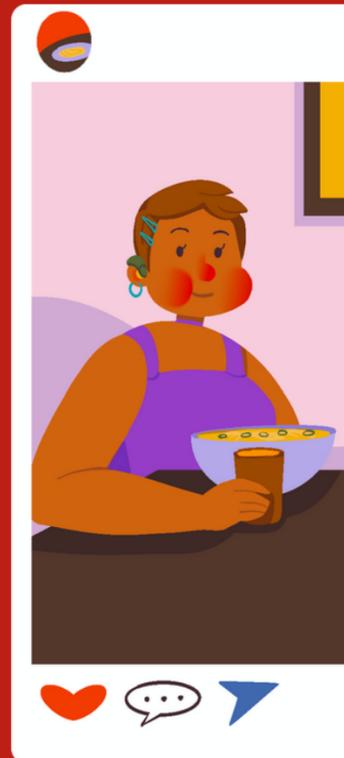
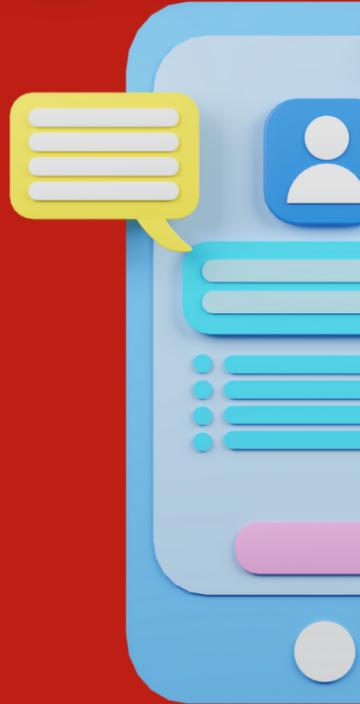


Presupuesto propuesta 9: Precios Especiales, Combos y Promociones

Tiempo	Responsable	Presupuesto	KPIs
<p>Fecha de inicio: 4 de septiembre 2023</p> <p>Fecha de finalización 4 de septiembre 2024</p>	<p>Community Manager Diseñador Grafico</p>	<p>\$12724.92</p>	<p>Alcance</p> <p><i>A = Alcance</i></p> <p><i>TI = Total de interacciones</i></p> <p><i>TS = Total de seguidores</i></p> $A = \left(\frac{TI}{TS} \right) \times 100$ <p><i>TER = Total Engagement rate</i></p> <p><i>NCP = Numero de compartidos</i></p> <p><i>NC = Numero de comentarios</i></p> <p><i>V = Vistas</i></p> <p><i>NR = Numero de reacciones</i></p> <p><i>A = Alcance</i></p> $TER = \frac{5(NCP) + 3(NC) + 2(V) + 1(NR)}{A}$

CONCLUSIONES

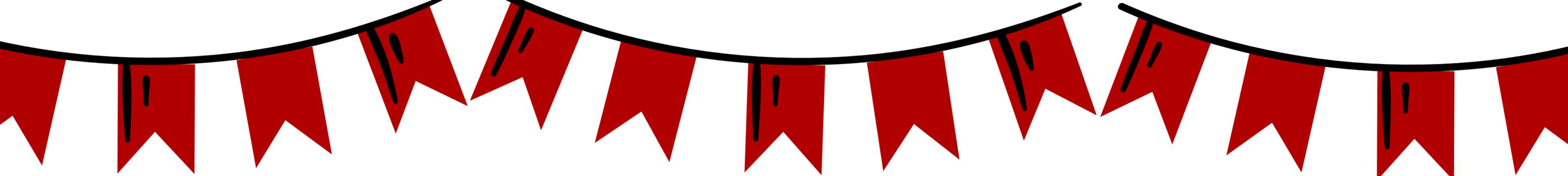
- El análisis profundo resalta la capacidad global de la mercadotecnia digital, pero subraya la necesidad de mantenerse actualizado en un entorno en constante evolución para asegurar la competitividad.
- La comprensión de la audiencia objetivo orienta hacia grupos clave como la Generación X y los Millennials y sus Plataformas preferidas.
- Impulsar la preferencia por la marca a través de la personalización del contenido, apoyada por la implementación de campañas orgánicas y pagadas, mejorando la atención al cliente y la participación en el mercado de electrodomésticos ecuatoriano.



RECOMENDACIONES

- La empresa debe priorizar estrategias en línea para alcanzar una audiencia global y **mantenerse actualizada** en técnicas y tendencias.
- El sitio web de Electromega Ecuador debe ser mantener información actualizada, **creando contenido visualmente atractivo** y adaptada a dispositivos móviles.
- Para asegurar el éxito, se sugiere **invertir en publicidad pagada** y contar con un **equipo de marketing digital capacitado** para supervisar y analizar las acciones implementadas, manteniéndose actualizados en tendencias .





GRACIAS

