

**TECNOLÓGICO UNIVERSITARIO RUMIÑAHUI
CARRERA MARKETING DIGITAL Y VENTAS**

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
TÉCNICO EN MARKETING DIGITAL Y VENTAS**

TEMA:

Plan de Negocio y Marketing Digital

Marca: CEWI FLOWERS

Para Comercializar: FLORES DE VERANO (ALSTROEMERIAS)

Ubicación: PICHINCHA

Año: 2024-2025

Autores: NATALY GISSELA RAMOS FERNÁNDEZ

Tutor: Danilo Santillán Msc.

**SEPTIEMBRE 2024
SANGOLQUÍ-ECUADOR**

**CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN**

CT-ANX-2024-ISTER-6-6.1

Sangolquí, 17 de octubre de 2024

**MSc. Elizabeth Ordoñez
DIRECTORA DE DOCENCIA**

**MSc. Mónica Loachamín
COORDINADORA DE TITULACIÓN**

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE
UNIVERSITARIO**

Presente

Por medio de la presente, yo, NATALY GISSELA RAMOS FERNÁNDEZ declaro y acepto en forma expresa lo siguiente: Ser autor del trabajo de titulación denominado PLAN DE NEGOCIOS Y MARKETING DIGITAL DE LA MARCA CEWI FLOWERS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE FLORES, de la Tecnicatura Superior en Marketing Digital y Ventas; y a su vez manifiesto mi voluntad de ceder al Instituto Superior Tecnológico Rumiñahui con condición de Universitario, los derechos de reproducción, distribución y publicación de dicho trabajo de titulación, en cualquier formato y medio, con fines académicos y de investigación.

Esta cesión se otorga de manera no exclusiva y por un periodo indeterminado. Sin embargo, conservo los derechos morales sobre mi obra.

En fe de lo cual, firmo la presente.

Atentamente,



NATALY GISSELA RAMOS FERNÁNDEZ
C.I.: 1754480505

MATRIZ SANGOLQUÍ: Av. Atahualpa 1701 y 8 de Febrero

Telf: 0960052734 / 023524576 / 022331628

f @ v c www.ister.edu.ec / info@ister.edu.ec

**FORMULARIO PARA ENTREGA DE PROYECTOS EN
BIBLIOTECA INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE UNIVERSITARIO**

CT-ANX-2024-ISTER-1

CARRERA:

TECNICATURA SUPERIOR EN MARKETING DIGITAL Y VENTAS

AUTOR /ES:

NATALY GISSELA RAMOS FERNÁNDEZ

TUTOR:

DANILO SANTILLÁN Msc.

CONTACTO ESTUDIANTE:

0958917009

CORREO ELECTRÓNICO:

natalyramos.1a@gmail.com

nataly.ramos@ister.edu.ec

TEMA:

PLAN DE NEGOCIOS Y MARKETING DIGITAL DE LA MARCA CEWI FLOWERS
PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE FLORES

OPCIÓN DE TITULACIÓN:

TRABAJO DE LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR.

RESUMEN EN ESPAÑOL:

El plan de negocio y marketing digital de Cewi Flowers busca consolidar la marca como un referente en la venta de flores, especialmente alstroemerias, a nivel nacional e internacional. A través de una estrategia digital integrada, Cewi Flowers se enfoca en el desarrollo de campañas en plataformas clave como Meta Business y Google Ads para llegar a sus públicos B2B y B2C. Estas campañas han demostrado un alto retorno de inversión (ROI), optimizando los recursos en publicidad y aumentando significativamente las ventas.

La propuesta de valor, basada en la frescura, belleza y calidad de las flores, junto con un eficiente servicio de entrega express, posiciona a la empresa como una opción preferida tanto para distribuidores mayoristas como para clientes finales. Además, se ha diseñado una segmentación adecuada que permite conectar de manera personalizada con los diferentes tipos de clientes, garantizando una experiencia única de compra.

El análisis de mercado revela un entorno favorable para el crecimiento de Cewi Flowers, gracias a la creciente demanda de flores de verano y la expansión del comercio electrónico. Este plan también contempla un enfoque en sostenibilidad, innovación en técnicas de cultivo y un sólido compromiso con la satisfacción del cliente. A largo plazo, Cewi Flowers está bien posicionada para aprovechar las oportunidades del mercado florícola y continuar creciendo de forma rentable y sostenible, con un modelo de negocio que responde a las tendencias actuales y futuras.

PALABRAS CLAVE:

Cewi Flowers; Flores Frescas; Entrega Express; Comercio B2B; Exportación de flores.

ABSTRACT:

Cewi Flowers' business and digital marketing plan seeks to consolidate the brand as a benchmark in the sale of flowers, especially alstroemerias, nationally and internationally. Through an integrated digital strategy, Cewi Flowers focuses on developing campaigns on key platforms such as Meta Business and Google Ads to reach its B2B and B2C audiences.

These campaigns have demonstrated a high return on investment (ROI), optimizing advertising resources and significantly increasing sales.

The value proposition, based on the freshness, beauty and quality of the flowers, together with an efficient express delivery service, positions the company as a preferred option for both wholesale distributors and end customers. In addition, adequate segmentation has been designed that allows you to connect in a personalized way with different types of customers, guaranteeing a unique purchasing experience.

The market analysis reveals a favorable environment for the growth of Cewi Flowers, thanks to the growing demand for summer flowers and the expansion of e-commerce. This plan also includes a focus on sustainability, innovation in growing techniques and a strong commitment to customer satisfaction. In the long term, Cewi Flowers is well positioned to take advantage of the opportunities in the floricultural market and continue to grow profitably and sustainably, with a business model that responds to current and future trends.

KEYWORDS:

Cewi Flowers; Fresh Flowers; Express Delivery; B2B Trade: Flower export.

SOLICITUD DE PUBLICACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CT-ANX-2024-ISTER-2
Sangolquí, 17 de octubre del 2024

**Sres.-
INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE
UNIVERSITARIO**

Presente

A través del presente me permito aceptar la publicación del trabajo de titulación de la Unidad de Integración Curricular en el repositorio digital "DsPace" del estudiante NATALY GISSELA RAMOS FERNÁNDEZ, con C.I.: 1754480505 alumno de la Carrera TÉCNICO SUPERIOR EN MARKETING DIGITAL Y VENTAS.

Atentamente,



Firma del Estudiante
C.I.: 1754480505

Han sido revisadas las similitudes del trabajo en el software "TURNITING" y cuenta con un porcentaje de ; motivo por el cual, el Proyecto Técnico de Titulación es publicable. (EL PORCENTAJE DE SIMILITUD DEBE SER MÁXIMO DE 15%)

MSc. Elizabeth Ordoñez
DIRECTORA DE DOCENCIA

MSc. Mónica Loachamín
COORDINADORA DE TITULACIÓN

Fecha del Informe / / .

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi más profundo agradecimiento a todas las personas que han sido clave en la realización de este proyecto. En primer lugar, agradezco a Dios por todas sus bendiciones, por guiarme en el camino y fortalecerme espiritualmente, lo que me ha permitido iniciar y recorrer un camino lleno de éxito.

A mis padres, les extiendo mi más sincero agradecimiento por su ejemplo de trabajo, honradez, paciencia y apoyo incondicional. Han sido mi inspiración y me han enseñado la importancia de la perseverancia en la consecución de mis objetivos.

Agradezco también a mis docentes del “Universitario Rumiñahui”, cuyo alto nivel de conocimiento y dedicación han sido una guía y un apoyo invaluable en mi formación académica a lo largo de este tiempo. Su enseñanza ha sido fundamental para alcanzar las metas que hoy celebro.

Extiendo mi más sincero agradecimiento a mi tutor de proyecto, quien con su guía y apoyo fue una pieza clave para que se lleve a cabo cada etapa del trabajo. Así también agradezco a mis compañeros de curso, ya que estuvimos apoyándonos en todo momento para llegar a cumplir la meta que nos hemos propuesto a lo largo de este tiempo.

Finalmente, agradezco a mis colaboradores y colegas de Cewi Flowers, cuyo esfuerzo y compromiso han sido esenciales para la realización de este proyecto. Este logro no habría sido posible sin la contribución, el apoyo y la motivación de cada uno de ustedes.

A todos, muchas gracias.

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO DIGITAL	9
1.1 Antecedentes	
1.2 Marketing Digital	
1.3 Problema	
1.4 Contexto	
1.5 Justificación	
1.6 Objetivos	
1.7 Objetivo General	
1.8 Objetivos Específicos	
1.9 Impacto	
1.10 Modelo de Negocio Digital: B2B, B2C	
CAPÍTULO II: PROCESO CREATIVO	16
2.1 Logotipo	
2.2 Isotipo	
2.3 Slogan	
2.4 Colores Institucionales, Positivo Negativo, Usabilidad, Aplicaciones	
2.5 Historia de la Marca	
2.6 Quienes somos	
2.7 Core Business	
2.8 Filosofía empresarial: Misión, Visión, Valores, Propósito	
2.9 Mapa de percepción o posicionamiento: Definición y gráfica	
2.10 Propuesta de Valor Digital.	
2.11 Segmentación y Microsegmentación.	

CAPÍTULO III: PROCESO ESTRATÉGICO ORGANIZACIONAL.....34

- 3.1 Análisis del Entorno/ PESTEL
- 3.2 Análisis de la Competencia/ 5 FUERZAS DE PORTER
- 3.3 Identificación de Oportunidades
- 3.4 Identificación de Amenazas
- 3.5 Análisis Interno de la Empresa/ CADENA DE VALOR
- 3.6 Identificación Fortalezas
- 3.7 Identificación Debilidades
- 3.8 Matriz FODA INICIAL

CAPÍTULO IV: PROCESO ESTRATÉGICO COMERCIAL44

- 4. 1 Marketing Mix 4Ps
- 4.2 MARCA/PRODUCTO
 - 4.2.1 Estudio de Marca
 - 4.2.2 Reconocimiento de marca
 - 4.2.3 Personalidad de marca
 - 4.2.4 Categoría de productos
 - 4.2.5 Mezcla de productos
 - 4.2.6 Matriz de Ansoff
 - 4.2.7 Matriz de Ciclo de Vida
 - 4.2.8 Matriz BCG
- 4.3 PRECIO
 - 4.3.1 Cálculo del Margen del portafolio del emprendimiento por categoría
 - 4.3.2 Estrategia de fijación de precios por cada producto o servicio
 - 4.3.3 Punto de Equilibrio de cada producto o servicio

4.3.4 Catálogo de Productos: Características, Beneficios, Precio

4.3.5 Budget en unidades

4.3.6 Budget en dólares

4.4 PLAZA O CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

4.4.1 Estructura del canal total

4.4.2 Estructura del canal digital

4.4.3 Nichos de mercado por cada canal y su # de potenciales clientes

4.5 PROMOCIÓN

4.5.1 Plan de Medios: Tradicional y Digital; ATL & BTL

4.5.2 Promoción de Marca: Top of Mind & Dirección estratégica y Plan de Acción

4.5.3 Promociones por Canales: Dirección estratégica y Plan de Acción

4.5.4 Promoción Canal Digital:

- Sitio Web
- Email Marketing
- Posicionamiento SEO Perfil de Negocio
- SEM: Keywords y Google Ads Presupuesto diario
- Redes Sociales: Banners E-Promociones, Posters, Infografías
- Vídeo Online: Youtube Tik Tok

CAPÍTULO V: PROCESO ESTUDIO DE MERCADO68

5.1 Investigaciones de Mercado

5.1.1 Resumen del estudio de Mercado: Metodología, Encuesta

5.1.2 Presentación de resultados gráficos

5.1.3 Análisis de Resultados y Estadística Descriptiva

5.1.4 Conclusiones de cada pregunta del estudio

- 5.1.5 Foda Final
- 5.1.6 Selección de variables para el Plan de Negocio Digital
 - 5.1.6.1 Perfil del consumidor
 - 5.1.6.2 Gustos, preferencias e intereses
 - 5.1.6.3 Segmento de mercado
 - 5.1.6.4 Producto o servicio
 - 5.1.6.5 Promoción y Comunicación
 - 5.1.6.6 Precios
 - 5.1.6.7 Forma de compra en el canal de distribución
 - 5.1.6.8 Hábitos de consumo y decisión de compra
 - 5.1.6.9 Forma de pago y logística de entrega
- 5.1.7 Planificación estratégica: Objetivos, Estrategias, Metas, Plan de acción, responsables, presupuesto

**CAPÍTULO VI: PROCESO LEGAL, ORGANIZACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE
MARKETING DIGITAL Y CONTENIDO..... 96**

- 6.1 Normativa del Comercio electrónico en Ecuador y Ley Consumidor
- 6.2 Normativa Tributaria para tiendas en línea en Ecuador
- 6.3 Organización del Departamento de Inbound Marketing
- 6.4 Puestos claves del Departamento
- 6.5 Funciones del Departamento
- 6.6 Organigrama Orgánico-Funcional
- 6.7 Implementar campañas con Inbound Marketing: Metodología
 - 6.7.1 Buyer Persona
 - 6.7.2 Buyer´s Journey
 - 6.7.3 Sales Process
- 6.8 Técnica lluvia de ideas para Promociones
- 6.9 Técnica lluvia de ideas para Contenido
- 6.10 Plan de Contenidos
- 6.11 Cronograma de anuncios

CAPÍTULO VII: PROCESO TÉCNICO LOGÍSTICO E IMPLEMENTACIÓN DE TODO

EL ECOSISTEMA DIGITAL 112

7.1 Presentación Sitios Web actuales: Sitio web con Wordpress, , Perfil del Negocio

7.2 Presentación e integración de todas las redes sociales

7.3 Ventaja competitiva de la presencia en Internet

7.4 Tienda OnLine

7.4.1 Creación de la tienda online por: Woocommerce ó Ecwid u otro

7.4.2 Diseño del sitio

7.4.3 Datos básicos de la tienda virtual

7.4.4 Catálogo de Productos: Características y Beneficios

7.4.5 Precios

7.4.7 Carrito de compra

7.4.8 Pasarela de pagos y medio de pagos: Tarjeta crédito, manual, Pay pal.

7.4.10 Proceso Logístico

7.4.11 Presentación de la tienda on line en la web

7.4.12 Presentar transacciones reales

7.4.13 Presentar estadísticas de carritos de compras efectivos y abandonados

CAPÍTULO VIII: PROCESO ESTUDIO FINANCIERO E INVERSIÓN.....129

8.1 Gastos de Promoción

8.2 Asignación de presupuesto mensual y anual

8.3 Plan de Inversión en plataformas digitales

8.4 Plan de Inversión en Marketing Tradicional

8.5 Campañas pagadas #1 en Redes Sociales por Ads (Meta BS)

8.6 Campañas pagadas # 1 en Motores de búsqueda por: GoogleAds

CAPÍTULO IX: PROCESO INTEGRACIÓN DE LA TIENDA ONLINE, EVALUACIÓN DE CAMPAÑAS.....134

9.1 Resumen de link; SitioWeb+Tienda en línea, Maps, LP, RRSS Fanpage, Instagram, TikTok, Canal Youtube.

9.2 ROI DIGITAL: Concepto y Análisis

9.3 Conclusiones

REFERENCIAS Y ANEXOS.....140

Anexo 1. Objetivos estratégicos

Anexo 2. Promociones y contenidos

Anexo 3, 4, 5. Estrategia y planificación en redes sociales

Anexo 6. Cronograma de anuncios

Anexo 7 Presupuesto de promoción mensual y anual

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1- Mapa de posicionamiento de las diferentes marcas.....	30
Gráfico 2 - Plaza o canales de comercialización Cewi Flowers.....	59
Gráfico 3- Encuesta. Edad.....	69
Gráfico 4- Encuesta: Género.....	70
Gráfico 5- Encuesta. ¿En qué provincia reside actualmente?.....	71
Gráfico 6- Encuesta: ¿Qué tan satisfecho está con la calidad de las flores de Cewi Flowers?...?	72
Gráfico 7- Encuesta: ¿Cómo calificaría la variedad de flores ofrecidas por Cewi Flowers?.....	73
Gráfico 8- Encuesta. ¿Qué tan familiarizado(a) está con la marca Cewi Flowers?.....	74
Gráfico 9- Encuesta: ¿Qué tan confiable considera a la marca Cewi Flowers?.....	75
Gráfico 10- Encuesta. ¿Con qué frecuencia compra flores?.....	76
Gráfico 11- Encuesta: ¿Qué tan satisfecho(a) está con los precios de las flores?	77
Gráfico 12- Encuesta: ¿Qué tan satisfecho(a) está con el tiempo de entrega?	78
Gráfico 13- Encuesta. ¿Cómo calificaría el estado en que llegan las flores al ser entregadas?.	79
Gráfico 14- Encuesta ¿Con qué frecuencia aprovecha las promociones y ofertas especiales de Cewi Flowers?.....	80
Gráfico 15- Encuesta. ¿Qué métodos de pago prefiere utilizar al comprar flores?.....	81
Gráfico 16- Encuesta: ¿Por cuál medio prefiere recibir información y actualizaciones de Cewi Flowers?.....	82
Gráfico 17- Encuesta: ¿Qué tan satisfecho(a) está con el servicio al cliente de Cewi Flowers?	83
Gráfico 18- Encuesta. ¿Ha tenido alguna experiencia negativa con el servicio al cliente en Cewi Flowers?	84
Gráfico 19- Encuesta: ¿Con qué frecuencia el vendedor de Cewi Flowers le visita?.....	85
Gráfico 20- Encuesta. ¿El vendedor de Cewi Flowers resuelve algún inconveniente de manera efectiva?	86
Gráfico 21- Encuesta: ¿Cómo calificaría la puntualidad del vendedor de Cewi Flowers en sus visitas programadas?.....	87
Gráfico 22- Encuesta: ¿Qué tan accesible es el vendedor de Cewi Flowers cuando necesita contactarlo fuera de sus visitas programadas?.....	88
Gráfico 23- Encuesta. ¿Prefiere comprar flores de Cewi Flowers en una tienda física o en línea?.....	89
Gráfico 24- Encuesta: ¿Recomendaría Cewi Flowers a otros?.....	90
Gráfico 25- Organigrama Orgánico-Funcional Inbound Marketing.....	107

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Ventas promedio mensuales, calidad, visibilidad en redes y sitio web de marcas.....	29
Tabla 2 – Segmentación y microsegmentación.....--.....	32
Tabla 3 – Análisis del entorno Pestel.....	34
Tabla 4 – Análisis del entorno Pestel para Cewi Flowers.....	35
Tabla 5 – Poder de negociación de los compradores.....	36
Tabla 6 – Poder de negociación de los proveedores.....	36
Tabla 7- Amenaza del producto sustituto.....	37
Tabla 8 – Amenaza de nuevos entrantes.....	37
Tabla 9 – Rivalidad entre competidores.....	37
Tabla 10 – Análisis cadena de valor.....	39
Tabla 11 – FODA inicial.....	43
Tabla 12. Personalidad de la marca.....	48
Tabla 13 - Mezcla de productos Cewi Flowers.....	50
Tabla 14 – Promociones entre categoría de productos.....	50
Tabla 15 – Matriz de Ansoff.....	51
Tabla 16 – Matriz Ciclo de vida.....	52
Tabla 17- Matriz BCG.....	53
Tabla 18 – Cálculo del margen.....	53
Tabla 19 – Estrategias de Fijación de precios.....	54
Tabla 20 - Punto de equilibrio de cada producto	54
Tabla 32 - Budeget en unidades.....	58
Tabla 33 – Budget en dólares.....	59
Tabla 34 – Promociones por canales de distribución.....	66
Tabla 35 – Promoción por canales de distribución digital.....	67
Tabla 36 - FODA Final.....	91
Tabla 37- Estadística del carrito de compras.....	128
Tabla 38 - Asignación de presupuestos mensuales y anual.....	129
Tabla 39 - ROI digital.....	135
 ANEXOS	 142

CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO DIGITAL

1.1 Antecedentes

La industria florícola ecuatoriana ha surgido como uno de los pilares fundamentales de la economía del país, posicionándose como un referente a nivel nacional e internacional por la calidad y diversidad de sus productos florales. Favorecido por un clima propicio y una ubicación geográfica estratégica, Ecuador se ha convertido en uno de los principales exportadores de flores, abasteciendo a mercados exigentes como Estados Unidos, Rusia, Europa, Brasil, Países Bajos, entre otros,

La actividad florícola en Ecuador posee profundas raíces culturales, con una larga tradición en el cultivo y comercialización de flores que se remonta a décadas atrás. A lo largo de los años, los productores ecuatorianos han demostrado un compromiso constante con la excelencia, impulsando la innovación en técnicas de cultivo, manejo post-cosecha y prácticas sostenibles.

En la actualidad, Ecuador se consolida como el tercer mayor productor y exportador de flores a nivel mundial, contribuyendo significativamente al desarrollo económico y social del país. A nivel global, Holanda se posiciona como el principal productor mundial de flores, exportando el 49% del total mundial, mientras que Ecuador se consolida como el tercer mayor exportador con una participación del 10%. Colombia, por su parte, se ubica como el segundo actor representativo en este mercado, con exportaciones del 16% del total global. En conjunto, estos tres países representan el 75% de las exportaciones mundiales de flores.

El año 2020 marcó un desafío para la industria florícola a nivel mundial, incluyendo a Ecuador. La expansión del COVID-19 impactó significativamente las exportaciones, registrando una disminución del 6% en comparación con el 2019. Sin embargo, el 2021 trajo consigo un impulso importante, impulsado por los planes de reactivación económica y el

aumento del consumo de flores en el mercado, lo que permitió alcanzar un récord de exportaciones de más de USD 2.164 millones, un 41% más que en el 2020.

El comercio internacional a nivel mundial ha mantenido su dinamismo en los últimos años, con un crecimiento del 4% en las exportaciones ecuatorianas de flores durante el 2023. En este año, se ha evidenciado un leve crecimiento en la mayoría de meses, destacando junio, julio, agosto y septiembre con un incremento del 6 al 8%.

En esta industria, las rosas dominan la preferencia de consumo totales de flores; sin embargo, las flores de verano, como las alstroemerias, han experimentado un aumento del 12% de participación en exportaciones, posicionándose como la segunda especie con mayor consumo en el mercado.

Las alstroemerias, también conocidas como lirios de los Incas, son flores perennes originarias de América del Sur, específicamente de regiones como Chile, Brasil y Perú. Fueron descubiertas por el botánico sueco Clas Alströmer en el siglo XVIII, de quien tomaron su nombre. Estas flores se caracterizan por sus pétalos vibrantes y su larga duración en florero después de ser cortadas, lo que las convierte en una opción popular tanto en arreglos florales como en bouquets. En Ecuador, han sido cultivadas principalmente en la región Sierra, y sus exportaciones son impulsadas por la demanda de flores frescas y exóticas en mercados como Estados Unidos, Europa, y Asia. Las alstroemerias son cada vez más populares en el mercado de flores, debido a su precio accesible, resistencia y versatilidad para arreglos florales.

Las exportaciones de flores para San Valentín en 2024 registraron un aumento del 10% en volumen y un 2% de incremento en facturación respecto al año anterior. "Este crecimiento ha ocurrido principalmente debido a las condiciones climatológicas, lo cual permitió producir y exportar flores a tiempo", asegura un comunicado de la Asociación Nacional de Productores y Exportadores de Flores del Ecuador, Expoflores. Según la Corporación Quiport, hasta el 9

de febrero del 2024 se exportaron 26 466 toneladas de flores desde el Aeropuerto Mariscal Sucre de Quito, la cifra es la más alta que se registró en los últimos 11 años.

1.1.1 Marketing Digital

Según el estudio y análisis de “E-commerce en Ecuador Febrero 2024” por Juan Pablo Mentinno, revela un crecimiento excepcional, con un aumento del 136% en transacciones y del 148% en pagos digitales con respecto al año anterior. Mercado Libre lidera el mercado seguido por DePrati y Pycca, con estrategias de marketing digital centradas en personalización, presencia en redes sociales, SEO, compras en redes sociales y email marketing. Facebook es la principal red social para dirigir tráfico hacia las páginas de e-commerce, representando el 66.13% del tráfico web. Este panorama refleja una transformación digital significativa, donde el comercio electrónico es la actividad económica de mayor peso y desarrollo. Cewi Flowers busca implementar estrategias específicas para penetrar en este mercado en crecimiento. Cewi contempla una estrategia integral de marketing digital para aprovechar esta tendencia y expandir su presencia en el mercado. La empresa busca no solo mantenerse al día con las últimas tendencias, sino también anticipar las necesidades del mercado y adaptarse de manera ágil y eficiente.

Entre las principales áreas de enfoque de su estrategia de marketing digital se encuentran el desarrollo de un sitio web y tienda en línea intuitivos y atractivos, la optimización para motores de búsqueda, la inversión en publicidad en Google, el aprovechamiento de las redes sociales como herramientas de promoción y el uso estratégico del email marketing. Además, Cewi Flowers considera establecer colaboraciones y alianzas estratégicas con influencers y empresas afines para ampliar su alcance y llegar a nuevas audiencias tanto a nivel nacional como internacional.

1.2 Problema

En el competitivo mundo de la comercialización de flores, Cewi Flowersse enfrenta a una serie de desafíos que requieren atención estratégica y soluciones innovadoras. A medida que buscamos consolidar nuestra posición en el mercado de alstroemerias, es crucial identificar y abordar de manera efectiva los problemas que podrían obstaculizar nuestro éxito.

- Baja visibilidad de la marca
- Poca presencia en los ecosistemas digitales
- Competencia intensa en el mercado florícola
- Fluctuaciones en los precios del mercado
- Problemas logísticos y de transporte
- Dependencia de mercados o clientes limitados
- Fluctuaciones en los costos de producción
- Retraso en los pagos por parte de clientes

1.3 Contexto

El presente proyecto de Plan de Negocios y Marketing Digital para la comercialización de alstroemerias en la provincia de Pichincha en el año 2024 se desarrollará en un contexto marcado por el auge del sector florícola ecuatoriano, el cual ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, consolidándose como uno de los principales exportadores de flores a nivel mundial. Este éxito se debe en gran parte a la ubicación geográfica privilegiada del país, las condiciones climáticas favorables, la mano de obra calificada y la larga experiencia en el cultivo de flores de alta calidad.

Pichincha, una provincia ubicada en la región Sierra del Ecuador, se destaca por ofrecer condiciones climáticas ideales para el cultivo de alstroemerias, también conocidas como lirios de los Incas. Su clima templado, la altitud adecuada y los suelos fértiles permiten la producción de flores de excelente calidad durante todo el año, lo que convierte a la provincia en un lugar propicio para la actividad florícola.

El mercado florícola internacional ha mostrado una creciente demanda de flores exóticas y de verano, como las alstroemerias. Estas flores han ganado popularidad debido a su precio accesible, resistencia, versatilidad y durabilidad en florero, convirtiéndolas en una opción atractiva para arreglos florales y bouquets. Esta tendencia se refleja tanto en el mercado nacional como en el internacional, donde las alstroemerias ocupan el segundo lugar en consumo después de las rosas.

La creciente influencia de internet y las redes sociales presenta una oportunidad única para las empresas floricultoras, como Cewi Flowers, de expandir su alcance y promover sus productos de manera efectiva. La implementación de una plataforma de comercio electrónico permitirá a Cewi Flowers llegar a nuevos clientes potenciales, fortalecer su marca y facilitar el proceso de compra tanto para clientes locales como internacionales.

1.4 Justificación

La implementación del proyecto de plan de negocios y Marketing Digital para la comercialización de flores de verano (alstroemerias) de la marca Cewi Flowers se justifica por varios motivos fundamentales que apuntan hacia el crecimiento y la consolidación tanto de la empresa como del sector florícola en la región.

La industria florícola ecuatoriana ha experimentado un notable crecimiento en los últimos años, ofreciendo a Cewi Flowers una oportunidad única para expandir su presencia en el mercado y aumentar sus ingresos. La tendencia hacia lo digital exige la implementación de estrategias de marketing digital para fortalecer la marca y facilitar el proceso de compra para los clientes.

En un mercado competitivo, la falta de presencia en los ecosistemas digitales y la baja visibilidad de la marca pueden obstaculizar el éxito de Cewi Flowers, haciendo esencial la ejecución de un plan de marketing digital efectivo para diferenciarse y captar la atención de los clientes potenciales.

Además de los beneficios económicos directos, la implementación de este proyecto también tendrá un impacto positivo en la comunidad local, generando empleo y fortaleciendo la economía regional. La promoción de prácticas sostenibles y la reducción del impacto ambiental contribuirán a la preservación del medio ambiente, consolidando a Cewi Flowers como un actor responsable en el sector florícola.

1.5 Objetivos

Objetivo General

Desarrollar un plan de negocio de Marketing digital para comercializar Alstroemerias de la marca Cewi Flowers, enlazando todo el ecosistema digital con el fin de expandir su base de clientes y aumentar las ventas tanto a nivel nacional e internacional.

1.5.2 Objetivos Específicos

- Incrementar el reconocimiento de la marca
- Desarrollar sitios web para Cewi Flowers
- Desarrollar catálogos y tienda en línea
- Establecer una presencia sólida en redes sociales
- Realizar marketing de contenidos
- Posicionarse con campañas SEO y SEM

1.6 Impacto

El proyecto de plan de negocios y Marketing Digital de la comercialización de flores de verano (alstroemerias) tendrá un impacto significativo en aspectos.

Social: generará empleo y fortalecerá la economía local y contribución al desarrollo socioeconómico de la región.

Económico: aumentará los ingresos de la empresa y de los agricultores colaboradores.

Ambiental: promoverá prácticas sostenibles en la industria florícola y reducción del impacto ambiental

Cultural: Valoración y difusión de la cultura local relacionada con la floricultura, y fomento del orgullo cultural en la comunidad.

Tecnológico: Incorporación de herramientas digitales y plataformas tecnológicas para mejorar la gestión de ventas, y la interacción con los clientes.

Comercial y Marketing: Expansión de mercados y crecimiento de la marca a través de estrategias de marketing digital, fortalecimiento de relaciones comerciales y captación de nuevos clientes.

Beneficiarios directos: Cewi Flowers, empleados y trabajadores de Cewi , agricultores locales y proveedores de insumos agrícolas y clientes mayoristas y minoristas.

Beneficiarios indirectos: Comunidad local, intermediarios o clientes finales, logística en general.

1.7 Modelo de Negocio Digital: B2B, B2C

B2B (Business to Business): Cewi Flowers establece relaciones comerciales con otras empresas dentro de la industria florícola, como mayoristas, minoristas, empresas de decoración, eventos o floristerías. Es decir, vende sus productos de alstroemerias a otras empresas para su posterior distribución o uso en sus propios productos y servicios.

CAPÍTULO II: PROCESO CREATIVO

2. Logotipo, Tipografía

El logotipo está formado por la construcción tipográfica de los caracteres que componen el nombre de la empresa Cewi Flowers, en tipografía Kalam, añadiendo el slogan: “Frescura que perdura, belleza que enamora” en tipografía Comfortaa, que en conjunto buscan transmitir y proyectar las características principales de la empresa, frescura y belleza. La imagen central del logotipo es una mujer. Las flores están dispuestas de manera que la enmarcan.



2.1 Rebranding



El logotipo como representación gráfica de la marca está formado por la construcción tipográfica de los caracteres que componen el nombre de la empresa Cewi Flowers, en tipografía Marca Sans 26, en color negro y rojo. La imagen central del logotipo es una mujer rodeada de flores. Las flores están dispuestas de manera que enmarcan a la mujer. La imagen en el logotipo le da un toque femenino, lo que puede atraer a clientes que buscan flores para ocasiones especiales.

2.2 Isotipo



El isotipo es la figura representativa en la que se muestra la figura de una mujer rodeada de flores. La asociación entre mujeres y flores se debe a una combinación de simbolismos que giran en torno a la belleza, la delicadeza, la fertilidad, y la pureza, entre otras cualidades, que se han entrelazado en la cultura y el arte a lo largo del tiempo.

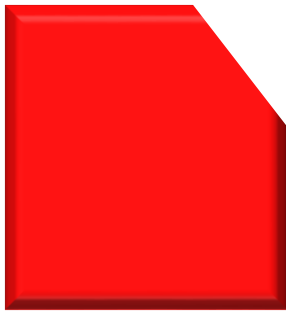
2.3 Slogan

“Frescura que perdura, belleza que enamora” La tipografía utilizada en el slogan es: Comfortaa en negrita. El lema "Frescura que perdura, belleza que enamora" de Cewi Flowers encapsula la esencia de la marca. Evoca la calidad y la durabilidad de las alstroemerias, prometiendo frescura y belleza que perduran en el tiempo. Resalta el compromiso de la empresa con la excelencia y la satisfacción del cliente, al tiempo que sugiere la capacidad de las flores para cautivar y emocionar. Este lema representa la promesa de Cewi Flowers de ofrecer productos de alta calidad que inspiran emociones positivas y crean momentos memorables para sus clientes.

2.4 Colores Institucionales, Positivo Negativo, Usabilidad, Aplicaciones

Colores Institucionales: La paleta de colores institucionales está compuesta por el rojo y el negro. El rojo, color cálido y vibrante, simboliza la pasión y el amor por las flores, así como la energía y el dinamismo que impulsa a la empresa en la industria florícola. Por otro lado, el

negro, un color neutro asociado con la elegancia y la exclusividad, representa la alta calidad, el prestigio y el compromiso de Cewi con la excelencia y el servicio al cliente. En conjunto, estos colores transmitir una combinación de pasión, elegancia, energía y sofisticación, lo que refleja la esencia y los valores de la empresa en su compromiso con la calidad y la belleza de las flores.



WEB
#f20d0d

CMYK
C0 M95 Y95 K5

RGB
R242 G12 B12



WEB
#131212

CMYK
C0 M5 Y5 K93

RGB
R19 G18 B18

Positivo Negativo
Blanco y negro en positivo



Blanco y negro en negativo



Color en positivo



Color en negativo



Usabilidad

Logotipo:

Se debe usar como primera opción en cualquier pieza gráfica, portada, contraportada, carátula y papelería corporativa. Su carácter descriptivo permite fácilmente entender la razón social de la empresa.

Su figura lo hace ideal para usar como imagen de perfil en las redes sociales, en señalética o como identificador.



Isotipo:

Se recomienda usarlo cuando se repita en una misma pieza gráfica, por ejemplo, cuando se sitúa en todas las páginas de un catálogo, y ya se ha utilizado la versión completa en la portada.



Aplicaciones

Hoja membretada

Especificaciones:

Tamaño Membrete tamaño carta (21,59 cm x 27,94 cm). Márgenes

Margen superior de 4 cm, márgenes del lado izquierdo, derecho e inferior de 2,5 cm. Texto

Estilo y tamaño de fuente sugerido: Calibri 11 puntos, Times New Roman 12 puntos.

 **CEWI FLOWERS**



Cayambe-Ecuador/ Telf.: 0998955266 – 0958917009 – 0992602903

Tarjeta de presentación

Especificaciones

Tarjeta de presentación tamaño 8,5 cm x 5cm. A dos caras. Se debe organizar la información en el siguiente orden:

- Logotipo
- Número celular
- Correo electrónico
- Sitio web
- Dirección.


Al respaldo el Isotipo con las redes sociales,



Factura Especificaciones

Factura tamaño carta (21,59 cm x 27,94 cm).

Se pueden imprimir en policromía o en una sola tinta. Estilo y tamaño de fuente sugerido: Calibri 10 puntos.



CEWI FLOWERS

R.U.C:

FACTURA

N°:

NÚMERO DE AUTORIZACIÓN:

FECHA Y HORA DE AUTORIZACIÓN:

Ambiente:

EMISIÓN:

CLAVE DE ACCESO

Cod. Principal	Cod. Auxiliar	Cant	Descripción	Precio Unitario	Descuento	Precio Total

Información adicional	
	SUBTOTAL 0%
	SUBTOTAL SIN IMPUESTOS
	DESCUENTO
	ICE
	PROPINA
	VALOR TOTAL

Forma de pago	Valor	Plazo	Tiempo

Presentación digital

Tamaño pantalla ancha (16:9).
Títulos Estilo de fuente Open Sans, con interletraje de -20%.
Tamaño 50 puntos. Color blanco para fondos oscuros y el rojo secundario para fondos claros.

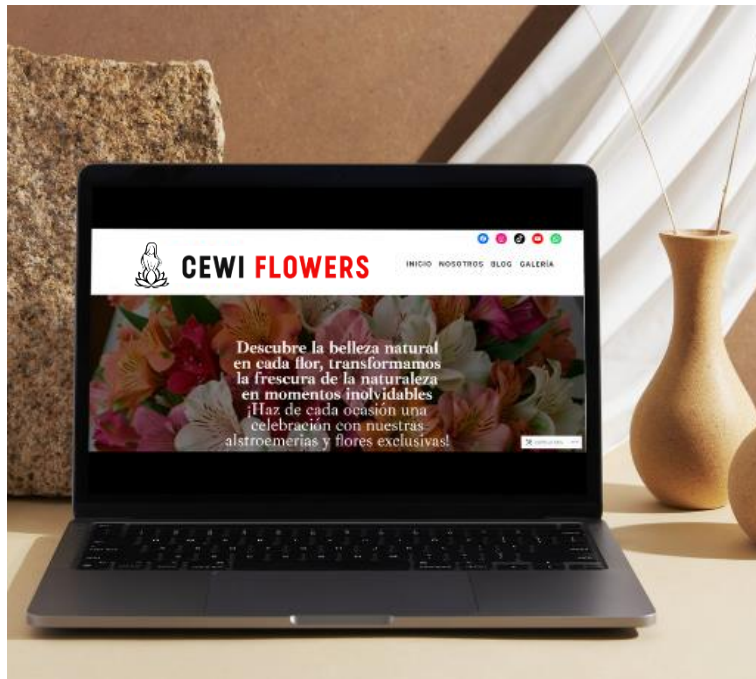


Subtítulos Estilo de fuente Roboto Condensed bold.
Tamaño 40 puntos y en mayúsculas.
Texto de párrafo Estilo de fuente Open Sans.
Tamaño de 22 a 26 puntos.
Color blanco para fondos oscuros y el rojo secundario para fondos claros.



Sitio web

Se debe usar la paleta de colores corporativos en la página web en objetos como botones, menús, fondos, banners e iconos. Para las fotografías se recomienda el uso de duotonos. Estilos tipográficos Las fuentes para la página web son la Open Sans y la Roboto de Google Fonts.



Carnet

Tamaño 5,5 cm x 8,5 cm.
Estilo tipográfico Fuente Opensans con interletraje de -20%. Orden Logotipo, foto, nombre cargo código
Al respaldo el logotipo con información adicional.
Correa negra con el logotipo.



Vestuario

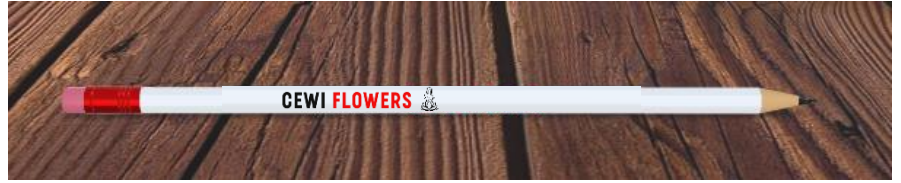
Especificaciones:

Los logos pueden ir bordados, estampados o sublimados usando los colores corporativos. Se puede confeccionar las camisetas, buzos, hoddies, y gorras con un diseño personalizado o usar los logos en prendas en un color aproximado al rojo y negro institucional.



Objetos promocionales

Lápices, bolígrafos, cosmetiqueras



Tazas



Stickers, pin, gorras



2.5 Historia de la Marca

Hace más de 5 años en el corazón de una tierra fértil y llena de belleza en Ecuador, nació una pasión que daría lugar a lo que ahora conocemos como Cewi Flowers. Esta tierra, rica en historia y cultura, nos brindó el escenario perfecto para dar rienda suelta a nuestra empresa. Cewi Flowers tomó su nombre por la combinación de las iniciales de los nombres de los fundadores, Cecilia y Wilson, quienes compartieron un sueño común: difundir la belleza natural de las alstroemerias al mundo entero. Cada pétalo, cada tono de color, cada delicada forma encarnaba la esencia misma de su amor compartido por la naturaleza y el arte floral. Iniciamos nuestro camino convirtiendo un pequeño terreno en un oasis de alstroemerias cultivadas de manera orgánica, nutriendo la tierra para asegurar una cosecha próspera y respetuosa con el medio ambiente. Después de enfrentar desafíos iniciales y aprender de ellos, un experto en el cultivo de alstroemerias nos motivó a seguir y nos asesoró en el cultivo de las mismas, renovando nuestro compromiso y ampliando nuestra gama de colores para ofrecer lo mejor a nuestros clientes. Desde entonces, cada flor que cultivamos y cada ramo que creamos es el resultado de amor y dedicación, seleccionando cuidadosamente las más frescas y vibrantes.

Nuestra historia no solo se trata de flores, sino de personas. Cada miembro de nuestro equipo comparte nuestra pasión por las flores y se esfuerza por garantizar que nuestros clientes reciban lo mejor en cada pedido. Nos hemos convertido en una familia unida por el amor a la naturaleza y el compromiso con la frescura y la calidad. Con el tiempo, la frescura, calidad y colores se han convertido en sinónimos de Cewi Flowers, ganando la confianza de nuestros clientes para entregar momentos especiales en cada ramo. Pero nuestra responsabilidad va más allá de la entrega de flores; nos comprometemos con la sostenibilidad, cultivando nuestras flores de manera responsable y minimizando nuestro impacto en el planeta para las futuras generaciones. Somos contadores de historias de amor,

celebraciones y momentos especiales, llevando alegría y emoción a cada pedido con cada flor que enviamos.

2.6 Quiénes somos

Cewi Flowerses mucho más que una marca, somos una empresa familiar dedicada a la producción y comercialización de alstroemerias. Somos una manifestación de amor, belleza y compromiso con la frescura y calidad de las flores. Nuestra historia es una oda a la naturaleza y la pasión por compartir sus maravillas con el mundo entero. En el corazón de Ecuador, un rincón bendecido por la abundancia y la luminosidad del sol ecuatorial, nuestra historia comenzó hace aproximadamente cinco años atrás. En este lugar mágico, lleno de campos de flores exuberantes y jardines de ensueño, encontramos la inspiración para crear Cewi Flowers, una marca que celebra la frescura, la belleza, variedad de colores y la calidad de las flores.

Desde nuestro modesto inicio, hemos crecido y prosperado, pero nunca hemos perdido de vista nuestra misión fundamental, llevar la frescura y la calidad de la naturaleza a la vida de las personas. Queremos que Cewi Flowers sea reconocida en todo el mundo como el símbolo de flores frescas y hermosas que transmiten amor, emoción y alegría.

2.7 Core Business

El corazón del negocio de Cewi Flowers se centra en la producción y comercialización de flores de verano, especialmente alstroemerias. Nos dedicamos apasionadamente a cultivar y ofrecer estas hermosas flores, conocidas por su frescura, amplia gama de colores y larga duración en florero. Desde el cuidado meticuloso de las plantas hasta la entrega de ramos florales excepcionales, nuestro enfoque se centra en garantizar la excelencia en cada paso del proceso. La calidad y la frescura son los pilares de nuestro negocio, respaldados por años de experiencia y un firme compromiso con la satisfacción del cliente. Nos esforzamos por ofrecer productos de alta calidad que transmitan belleza,

emoción y alegría en cada ocasión, ya sea un regalo especial o una decoración para eventos. En Cewi Flowers, aspiramos a ser líderes en la industria florícola, destacando por nuestra calidad, variedad y servicio al cliente excepcional.

2.8 Filosofía empresarial: Misión, Visión, Valores

En Cewi Flowers, nuestra filosofía empresarial se basa en cuatro pilares: frescura, calidad, variedad de colores y sostenibilidad. Nos obsesionamos con la frescura, cuidando cada flor desde la selección en los campos hasta el envío. La calidad es nuestro distintivo, seleccionando y cuidando cada pétalo con esmero. Ofrecemos una amplia variedad de colores que reflejan la diversidad de la naturaleza. Además, nos comprometemos con la sostenibilidad, cultivando nuestras flores de manera respetuosa con el medio ambiente. Cada paso que damos, desde la cosecha hasta el empaque, se toma en consideración a la Tierra y las futuras generaciones.

Propósito de CEWi Flowers

En Cewi Flowers, nuestra razón de ser es crear momentos de felicidad y conexión a través de la belleza y frescura de nuestras flores. Nos anima la pasión por cultivar y entregar productos florales de la más alta calidad, que no solo embellecen espacios, sino que también transforman las emociones y experiencias de nuestros clientes.

Misión:

En Cewi Flowers, nos dedicamos a cultivar y ofrecer alstroemerias frescas y hermosas, destacadas por su calidad y variedad de colores. Nuestra misión es llevar la frescura y la belleza de la naturaleza a cada hogar y ocasión especial, transmitiendo amor, emoción y alegría a través de nuestras flores. Nos comprometemos a mantener altos estándares de calidad y servicio al cliente, garantizando la satisfacción de quienes eligen nuestros productos.

Visión:

En los próximos 5 años, aspiramos a consolidarnos como líderes indiscutibles en la industria florícola a nivel global, siendo reconocidos por nuestra excelencia en calidad y servicio excepcional. Nos proyectamos como una marca emblemática, extendiendo nuestro alcance a nuevos mercados nacionales e internacionales. Mantendremos nuestro compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad ambiental, innovando constantemente para ofrecer productos frescos y hermosos que sigan llenando de vida cada ocasión especial. Queremos ser la primera elección de quienes buscan flores que transmitan emociones auténticas y embellezcan cualquier momento.

Valores:

Cewi Flowers se basa en valores fundamentales que guían nuestras acciones diarias:

Pasión: Nuestra dedicación por las flores impulsa cada aspecto de nuestro trabajo, desde la selección hasta la entrega.

Compromiso con la excelencia: Buscamos sobrepasar las expectativas de nuestros clientes, ofreciendo productos de calidad y servicio excepcional.

Trabajo en equipo: Valoramos la colaboración y el aporte individual de cada miembro de nuestro equipo para alcanzar metas compartidas.

Ética: Actuamos con honestidad, integridad y respeto en todas nuestras relaciones y decisiones.

Responsabilidad: Nos comprometemos a operar de manera sostenible, minimizando nuestro impacto ambiental y contribuyendo al bienestar de las comunidades.

2.9 Mapa de percepción o posicionamiento: Definición y gráfica

Tabla 1. Ventas promedio mensuales, calidad, visibilidad en redes y sitio web de diferentes marcas

Marca	Ventas promedio mes en \$ (x)	Calidad y frecuencia de flor (y)	Visibilidad en redes sociales y sitio web
CEWI FLOWERS	10000	100	50%
DIMAFLORES EXPORT	15000	90	60%
ALIPIO FLORES	8000	80	40%
FLOR CALURI	10000	80	30%

La tabla muestra las ventas promedio mensuales, la calidad y frescura de las flores y la visibilidad en redes sociales y sitio web de las marcas de flores: CEWI FLOWERS, DIMAFLORA EXPORT ALIPIO FLORES y FLOR CALURI.

CEWI FLOWERS: Tiene las ventas promedio mensuales de (USD 10,000), su calidad y frescura de las flores (100) y su visibilidad en redes sociales y sitio web (50%).

DIMAFLORA EXPORT: Tiene las ventas promedio mensuales más altas (USD 15,000) y la segunda mejor calidad y frescura de las flores (90), y su visibilidad en redes sociales y sitio web (60%) es la más alta.

ALIPIO FLORES: Tiene las terceras ventas promedio mensuales más bajas con (USD 8,000) y la tercera mejor calidad y frescura de las flores (80), pero su visibilidad en redes sociales y sitio web (40%).

FLOR CALURI: Tiene ventas promedio mensuales de (USD 10,000) y la tercera mejor calidad y frescura de las flores (80) al igual que ALPIO FLORES, pero su visibilidad en redes sociales y sitio web (30%) es la más baja.

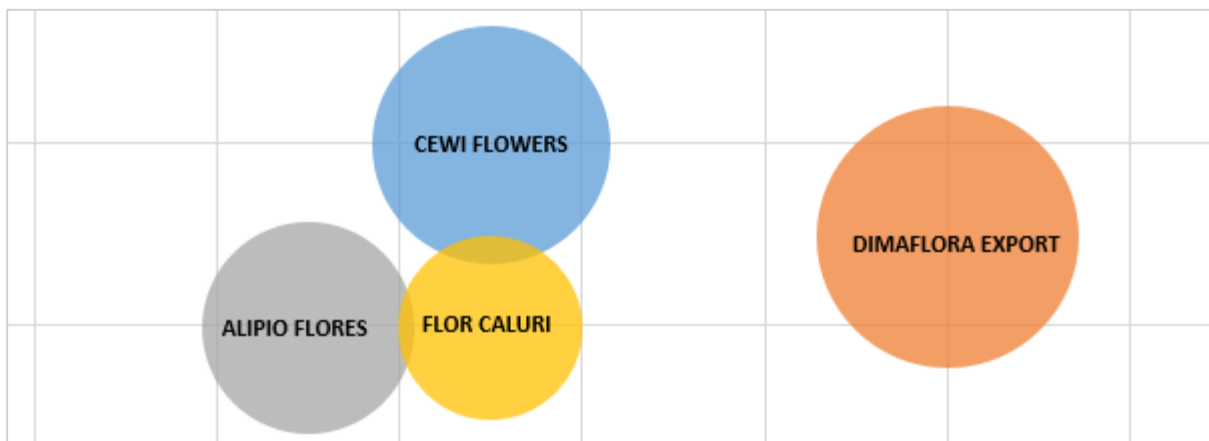


Gráfico 1.. Mapa de posicionamiento de las diferentes marcas.

El mapa de posicionamiento muestra la posición de cada marca en función de sus ventas promedio mensuales, calidad, frescura y su visibilidad en redes sociales y sitio web.

2.10 Propuesta de Valor Digital.

Nuestra propuesta de valor es clara y contundente: llevar la frescura, la calidad y la belleza de las flores con sus colores vibrantes a la vida de las personas a través de ramos de alstroemerias frescas. Nos comprometemos a ofrecer tallos gruesos en óptimo estado, con colores vibrantes y una calidad excepcional, para brindar una experiencia floral incomparable.

La propuesta de valor digital de Cewi Flowers se centra en ofrecer una experiencia única y conveniente a nuestros clientes, donde puedan acceder fácilmente a nuestra amplia variedad de alstroemerias frescas y hermosas desde cualquier lugar y en cualquier momento. Nuestra plataforma digital proporcionará:

Variedad y calidad: Nuestros clientes encontrarán una amplia gama de colores y variedades de alstroemerias, todas cultivadas con los más altos estándares de calidad y frescura.

Facilidad de compra: A través de nuestra tienda en línea, los clientes podrán realizar compras de forma rápida y sencilla, con opciones de pago seguras y flexibles.

Información detallada: Ofreceremos información detallada sobre cada producto, incluyendo fotos de alta calidad y descripciones precisas, para que los clientes puedan tomar decisiones informadas.

Servicio al cliente excepcional: Nuestro equipo estará disponible para brindar asistencia y resolver cualquier duda o inquietud que puedan tener los clientes, garantizando una experiencia de compra satisfactoria.

Entrega rápida y confiable: Nos comprometemos a entregar los pedidos de manera oportuna y confiable, asegurando que las alstroemerias lleguen frescas y en perfectas condiciones a su destino.

Nuestra propuesta de valor digital se enfoca en ofrecer conveniencia, calidad y atención al cliente excepcional, permitiendo a nuestros clientes disfrutar de la belleza y frescura de las alstroemerias de Cewi Flowers con tan solo unos pocos clics.

2.11 Segmentación y Microsegmentación

Tabla 2. Segmentación y microsegmentación

Comercialización de flores de verano (alstroemerias)	
VARIABLES DE SEGMENTACIÓN	CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDIMIENTO
VARIABLE GEOGRÁFICA	
País	Ecuador (Nacional) y países internacionales (Estados Unidos, Rusia, Italia, etc.)
Región	Sierra, Costa, Insular, Oriente (Nacional) y regiones específicas en mercados internacionales (como América del Norte, Asia, Europa)
Zona	Urbana y rural
VARIABLE DEMOGRÁFICA	
Edad	18 años en adelante
Género	Masculino y femenino
Nivel de educación	Todos
Ocupación	Comerciantes, profesionales, empleados público y privados, empresarios, organizadores de eventos, distribuidores de flores, público en general
VARIABLE PSICOGRÁFICA	
Personalidad	Extrovertido, creativo, competitivo, innovador, libre
Clase social NSE	B, C+, C-D
Estilo de vida	Innovador, estudioso, investigador, experimentador, luchador
VARIABLE CONDUCTUAL	
Tipo de uso	Frecuente
Beneficios buscados	Calidad, durabilidad, innovación, variedad, precios competitivos
VARIABLE GRUPO DE CONSUMIDORES	
PANDEMIALLS	NACIERON DESDE EL 2020
CENTENIALLS Z	4 a 23 años NACIERON DESDE EL 2000 HASTA 2019 RANGO 20 AÑOS
MILENIALLS Y	24-43 años NACIERON DESDE 1980 HASTA 1999 RANGO 20 AÑOS
GENERACIÓN X	44 años-59 años NACIERON DESDE 1965 HASTA 1979 RANGO 15 AÑOS
BABY BOOMERS	60 años-70 años NACIERON DESDE 1954 HASTA 1964 RANGO 10 AÑOS
TRADICIONALISTAS	70 años- en adelante NACIERON DESDE 1953 PARA ABAJO

VARIABLE DE EMOCIONES MOOD TARGETING	
SEGURO DE SI MISMO	Confianza en la compra de productos de alta calidad
OPTIMISTA	Positividad hacia productos naturales y sostenibles
TRISTEZA	Puede buscar flores para consuelo o eventos solemnes
COMPETITIVO	Quiere productos exclusivos y de alta calidad
AMOR	Compra flores para eventos especiales y decoraciones atractivas, Adquiere pensando en sus seres queridos, parejas, amigos, familia para regalarlas en algún momento especial
NOSTALGIA	Busca flores que le recuerden momentos especiales
DIVERTIDO	Interesado en flores para eventos festivos y celebraciones
DE HUMOR PARA GASTAR	Gasta en flores de alta gama y exclusivas
AVENTURERO	Interesado en nuevas variedades y colores de flores. Le gusta los productos nuevos y recién llegados en el mercado y que por su puesto sean de buena calidad
VARIABLES DE INTERESES (GUSTOS) Y COMPORTAMIENTOS (PREFERENCIAS)	
Intereses (gustos)	Decoración de eventos, ambientación de espacios comerciales, regalos corporativos
Comportamientos (preferencias)	Compra en línea, preferencia por productos frescos y de calidad, interés en promociones y ofertas
Atención al cliente	Preferencia por empresas con atención al cliente personalizada y eficiente.
Preferencia por decoración temática	Interés en flores que se adapten a diferentes temáticas de eventos (bodas, fiestas corporativas, etc.).
Frecuencia de compra	Compra semanal, mensual o estacional según la demanda de su negocio.

FUENTE: Elaboración Propia

CAPÍTULO III: PROCESO ESTRATÉGICO ORGANIZACIONAL

3.1 Análisis del Entorno/ PESTEL

Tabla 3. Análisis PESTEL

Factor	Global	Continental	Regional	Nacional	Provincial	Local
Político	Estabilidad geopolítica global	Acuerdos comerciales en América	Políticas comerciales y arancelarias en América del Sur	Cambios en el gobierno y sus políticas	Políticas locales sobre desarrollo económico	Cumplimiento de normativas locales y obtención de licencias de operación
Económico	Fluctuaciones en la economía global, crisis financieras	Crecimiento económico en América Latina	Estabilidad económica en la región Andina	Tasas de interés, inflación y tipo de cambio	Nivel de inversión pública y privada	Condiciones económicas locales, disponibilidad de financiamiento para empresas
Social	Tendencias globales de consumo de productos sostenibles	Preferencias culturales y de consumo en América	Demandas de flores en eventos y celebraciones	Demografía y estilo de vida de los consumidores ecuatorianos	Preferencias y tendencias en eventos locales	Demografía local, preferencias específicas de flores para eventos y celebraciones locales
Tecnológico	Innovaciones globales en tecnologías agrícolas y logísticas	Desarrollo tecnológico en América Latina	Infraestructura tecnológica en la región Andina	Adopción de tecnología agrícola y de información	Implementación de tecnología agrícola avanzada	Disponibilidad de proveedores de tecnología y soporte técnico local
Ecológico	Políticas globales de cambio climático y sostenibilidad	Regulaciones ambientales en América	Impacto del cambio climático en la región Andina	Legislación ambiental y normativas sobre uso de pesticidas y recursos hídricos	Iniciativas provinciales de conservación ambiental	Prácticas agrícolas sostenibles, manejo de recursos naturales y gestión de residuos locales
Legal	Normativas internacionales sobre comercio y propiedad intelectual	Legislaciones comerciales y ambientales en América	Regulaciones comerciales en la Comunidad Andina	Cumplimiento de leyes nacionales sobre comercio, derechos ambientales	Licencias y permisos necesarios a nivel provincial	Permisos locales y regulaciones para la operación agrícola

FUENTE: elaboración propia

El análisis PESTEL evalúa los factores externos que impactan a Cewi Flowers:

Tabla 4. Análisis PESTEL para Cewi Flowers

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
POLÍTICO	Acuerdos Comerciales Relación con autoridades locales para permisos y licencias para operar sin interrupciones.	Inestabilidad geopolítica global, conflictos internacionales Cambios en el Gobierno y Políticas Nacionales
ECONÓMICO	Crecimiento económico en América Latina incrementando la demanda de productos Disponibilidad de financiamiento, acceso a microcréditos	Crisis financieras globales, reducen la demanda de productos afectando las ventas de flores. La inflación y la fluctuación pueden aumentar los costos de producción y reducir los márgenes de ganancia
SOCIAL	Preferencias culturales por flores en eventos asegurando una demanda constante y creciente.	Cambios en las preferencias del consumidor pueden afectar la demanda de ciertos tipos de flores Competencia en el mercado local e internacional
TECNOLOGÍCO	Innovaciones en tecnología agrícola aumentado la eficiencia de producción, reducir costos y mejorar la calidad de las flores.	Costo de adopción de nuevas tecnologías pueden ser alta y representar un riesgo financiero si no se implementa correctamente.
AMBIENTAL	Programas provinciales de conservación ambiental, apoyo técnico para prácticas agrícolas sostenibles.	Impacto del cambio climático, las condiciones climáticas adversas pueden afectar la producción de flores, reduciendo los rendimientos y aumentando los costos.
LEGAL	Normativas internacionales sobre comercio, cumplir con las normativas internacionales puede abrir mercados globales facilitando el comercio.	El incumplimiento de normativas legales puede resultar en sanciones, multas y la pérdida de permisos de operación.

FUENTE: elaboración propia

3.2 Análisis de la Competencia/ 5 FUERZAS DE PORTER

El análisis de las 5 Fuerzas de Porter, es una herramienta estratégica desarrollada en 1980.

Esta herramienta permite a las empresas evaluar el atractivo de una industria y comprender las fuerzas que pueden afectar su rentabilidad. Las 5 Fuerzas son:

Poder de negociación de los clientes

Poder de negociación de los proveedores

Amenaza de productos sustitutos

Amenaza de nuevos competidores

Rivalidad entre los competidores existentes

Tabla 5. Poder de negociación de los competidores

PODER DE NEGOCIACION DE LOS COMPRADORES						
DISTRIBUIDORES	FACTORES DETERMINANTES DEL PODER DEL COMPRADOR					
	COMPRADOR DOMINANTE	COMPRADOR EXIGENTE EN RENTABILIDAD	IMPACTO DEL PRODUCTO EN CALIDAD Y SERVICIO	BAJA IDENTIDAD DE MARCA CEWI	POSIBILIDAD INTEGRACION	
1	AGRIVALDANI	5	5	5	1	1
2	FLOR ANDINA	3	4	4	1	1
3	EQR ROSES	5	4	5	2	5
4	FERNANDA MARISCAL	3	4	5	1	1
5	GALAXI	5	5	5	2	4
6	HELEN FLOWERS	1	4	4	3	1
7	HALI ROSES	2	5	4	1	1
	SUMA	24	31	32	11	14
	PROMEDIO	3	4	5	2	2
	NIVEL IMPACTO	MEDIO	FUERTE	MUY FUERTE	BAJO	BAJO
	OPORTUNIDAD					
	AMENAZA					

Fuente: elaboración propia

O: Darle exclusividad de producto al comprador

A: Necesitan márgenes mayores, lo que llevará a conceder descuentos

Tabla 6. Poder de negociación de los proveedores

F2: PODER DE NEGOCIACION DE LOS PROVEEDORES			
FACTORES DETERMINANTES DEL PODER DE LOS PROVEEDORES			
PROVEEDORES	IMPORTANCIA CEWI FLOWERS	DIFERENCIACION Y CALIDAD DE PRODUCTO	IMPACTO POR POSIBLES SUBIDAS DE PRECIOS
TAÑA FARINANGO	5	5	3
VICENTE CHICAIZA	4	3	2
NORMA IMBAQUINGO	5	4	3
MARÍA CHIMARRO	3	2	1
AGROPLANT	4	4	3
INNOVAPLAST	3	5	4
SUMA	24	23	16
PROMEDIO	4	4	3
NIVEL IMPACTO	FUERTE	FUERTE	MEDIO
OPORTUNIDAD			
AMENAZA			

Fuente: elaboración propia

O: Ventaja competitiva en el mercado

A: Al ser importantes para Cewi y faltar suministros no habría disponibilidad

Tabla 7. Amenaza de productos sustitutos

F3: AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS				
POSIBLES SUSTITUTOS	FACTORES DETERMINANTES DE LA AMENAZA DE SUSTITUTOS			
	CALIDAD-SUSTITUTO	VOLUNTAD DEL USUARIO DE SUSTITUIR	PRECIO DEL SUSTITUTO	CARACTERÍSTICAS Y DESEMPEÑO SUSTITUTO
ROSAS	4	5	5	4
GIRASOLES	3	4	5	3
CLAVELES	2	4	3	2
STATICE	1	4	3	2
SUMA	10	17	16	11
PROMEDIO	3	4	4	3
NIVEL IMPACTO	MEDIO	FUERTE	FUERTE	MEDIO
OPORTUNIDAD				
AMENAZA				

Fuente: elaboración propia

A: El usuario puede optar por trabajar con otros sustitutos

Tabla 8. Amenaza de nuevos entrantes

F4: AMENAZA DE NUEVOS ENTRANTES						
POSIBLES COMPETIDORES	FACTORES DETERMINANTES DE LA PRESENCIA DE NUEVOS ENTRANTES					
	PRECIO	ECONOMÍAS DE ESCALA	REQUISITOS CAPITAL / INVERSIÓN	ACCESO CANALES DISTRIBUCIÓN	ACCESO TECNOLÓGICO	LEALTAD DE MARCA POR PARTE USUARIO
PRODUCTOS SUSTITUTOS	4	2	1	4	2	3
FLORÍCOLAS EXTRANJERAS	3	2	1	5	5	4
EMPREENDEDORES	2	1	2	2	1	1
FLORÍCOLAS NACIONALES	4	2	2	5	4	4
SUMA	13	7	6	16	12	12
PROMEDIO	3,25	2	2	4	3	3
NIVEL IMPACTO	MEDIO	BAJO	BAJO	FUERTE	MEDIO	MEDIO
OPORTUNIDAD						
AMENAZA						

Fuente: elaboración propia

A: Fácil acceso a los canales de distribución

Tabla 9. Rivalidad entre competidores

F5: RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES				
CATEGORIAS	COMPETIDORES	FACTORES DETERMINANTES DE LA INTENSIDAD DE LA RIVALIDAD		
	COMPETIDORES	INTENSIDAD RIVALIDAD	GRADO DIFERENCIACIÓN DE PRODUCTOS	IDENTIDAD DE MARCA
ALSTROEMERIAS	FLOR CALURI	5	3	2
	ALIPIO FLORES	4	1	1

	DIMAFLORA EXPORT	5	2	4
	VICTORIA QUISPHE	4	2	2
	JUAN PUJOTA	3	1	1
	WILSON PUJOTA	5	2	2
	LUIS MALDONADO	4	2	1
	FABIÁN QUEZADA	4	2	1
	IRINA MENECESES	4	1	1
	VICENTE PUJOTA	4	1	1
	SUMA	42	17	16
	PROMEDIO	4	2	2
	NIVEL IMPACTO	FUERTE	BAJO	BAJO
	OPORTUNIDAD			
	AMENAZA			

Fuente: elaboración propia

O: El grado de diferenciación de productos e identidad de marca es mínimo

A: La intensidad de la rivalidad es fuerte

3.3 Identificación de Oportunidades

En un mundo empresarial en constante cambio, las oportunidades son ventanas de crecimiento y mejora. A continuación, presentamos un análisis detallado de las oportunidades identificadas para nuestra empresa, Cewi, que podrían ayudarnos a fortalecer nuestra posición en el mercado y a superar a la competencia.

- Acuerdos Comerciales y Relaciones Locales: Facilitan operaciones y expanden oportunidades locales y nacionales.
- Crecimiento Económico y Financiamiento: Permiten invertir en nuevas oportunidades y tecnologías.
- Preferencias Culturales: Aseguran una demanda constante y creciente de flores.
- Innovaciones Tecnológicas: Mejoran la eficiencia de producción y la calidad de las flores.
- Normativas Internacionales: Abren mercados globales y facilitan el comercio.
- Exclusividad del Producto: Aumenta la lealtad del cliente.
- Ventaja Competitiva y Poder de Negociación: Mejora la posición en el mercado y optimiza costos
- Los precios del sustituto son elevados

3.4 Identificación de Amenazas

Las amenazas son factores externos que podrían obstaculizar nuestro crecimiento o éxito. A continuación, discutiremos las posibles amenazas que podrían impactar a nuestra empresa.

- Inestabilidad política: Riesgo de interrupciones y necesidad de adaptación.
- Crisis financieras e inflación: Aumentan los costos y reducen márgenes de ganancia.
- Cambios en preferencias del consumidor: Pueden reducir la demanda de ciertos productos.
- Cambio climático: Afecta la producción y aumenta costos.
- Normativas legales: Riesgo de sanciones y necesidad de cumplimiento.
- Alta competencia: Reduce márgenes de beneficio
- Dependencia de Proveedores: Riesgo operativo y necesidad de diversificación en la cadena de suministro.
- Los compradores necesitan márgenes mayores, lo que llevará a conceder descuentos
- El usuario puede optar por trabajar con otros sustitutos.
- El fácil acceso a los canales de distribución.
- La intensidad de la rivalidad es fuerte.

3.5 Análisis Interno de la Empresa/ CADENA DE VALOR

Tabla 10. Análisis de la cadena de valor

Análisis de la Cadena De Valor						
Categoría	Área	Sub Área	Fortalezas		Debilidades	
			Aplica	Por Qué	Aplica	Por Qué
Actividades de Apoyo (Staff)	Dirección	Gerencia General	X	Asegura un liderazgo estratégico y toma de decisiones efectivas		
		Planificación	X	Tiene claro a dónde va la empresa, optimiza recursos y mitiga riesgos		
		Gestión Ambiental	X	Compromiso con la sostenibilidad, uso de productos orgánicos		
		Desarrollo Corporativo	X	Expansión de mercados y alianzas estratégicas		
		Regulaciones con Reguladores				X

	Finanzas	Caja	X	Existe liquidez, las mayores vetas son en volumen			
		Tesorería	X	Gestión eficiente en planificación del flujo de dinero.			
		Contabilidad			X	No hay un sistema contable bien definido	
		Cobranzas			X	No existe un proceso definido de cobranzas	
		Deuda			X	Préstamos en entidades bancarias y cooperativas	
	RRHH	Selección			X	No se tiene un proceso definido para el reclutamiento y selección del personal	
		Promoción	X	Ofrece oportunidades de desarrollo profesional			
		Planes de Carrera	X	Planes de carrera personalizados en función de intereses			
		Incentivos	X	Bonificaciones por desempeño y logros, oportunidades de crecimiento y desarrollo profesional			
		Sistemas de Gestión del Conocimiento		Aprendizaje continuo, intercambio de conocimientos y habilidades, herramientas y tecnología			
	Tecnología	Líneas de Producción	X	Actualmente cuenta con tecnologías avanzadas y herramientas necesarias			
		Diseño	X	Uso de herramientas tecnológicas de IA para diseñar			
		Instalación de Planta		Ubicación estratégica de infraestructura, equipos, maquinaria e utilización de espacio			
		Inversión en Máquinas y Equipos			X	Deficiente sistema de mantenimiento de máquinas y equipos	
		Redes Informáticas			X	Conectividad de velocidad baja que podría limitar el ecommerce	
	Compras	Diseño de Cadena de Suministros	X	El proceso está definido y se cumple a cabalidad, buena relación con proveedores			
		Selección de Proveedores	X	Somos exigentes con los proveedores fomentando la relación calidad-precio.			
		Sistemas de Compra			X	No existe un sistema de compras bien definido	
	Actividades Primarias	Innovación	Diseño y Desarrollo de Nuevas Líneas de Producto			X	No se está innovando con nuevas líneas de producto
			Diseño de Nuevos Tipos de Procesos	X	Existen procesos que aumentan la eficiencia operativa, reduciendo costos y mejorando la calidad		

	Producción	Implementación de Sistemas de Calidad	X	Posee un sistema y certificación de control de agro calidad exigente		
		Implementación de Sistemas de Costos			X	No siempre se logra optimizar los costos de manera eficaz
		Implementación de Sistemas de Seguridad Laboral y Ambiental	X	Velan por la seguridad de personal y el ambiente		
	Logística	Implementación de Sistemas de Calidad	X	Existe un control de calidad de entregas perfectas		
		Implementación de Sistemas de Costos			X	No hay un sistema de costos definido
		Implementación de Sistemas de Seguridad Laboral y Ambiental	X	Cumplimiento con sistema de seguridad laboral y ambiental		
	Mercadeo	Lanzamiento de Nuevas Líneas de Productos			X	No se tiene alternativas de nuevas líneas de producto para el consumidor
		Desarrollo de Canales de Distribución	X	Cuenta con varios canales de distribución		
		Implantación de Sistemas de Gestión de Clientes			X	No se tiene un sistema de CRM
		Estrategias de SEO	X	Implementación de estrategias SEO en ecosistemas digitales		
		Publicidad digital (Google Ads, Facebook Ads)			X	No se está haciendo publicidad pagada (SEM) en google o facebook Ads
		Marketing en redes sociales	X	Permiten interactuar directamente con clientes y alcanzar un público más amplio		
		Branding	X	Ya está definido el branding de la empresa		
		Email marketing	X	El email marketing es personalizado a cada cliente		
		Eventos y patrocinios			X	Poca presencia en eventos y patrocinios
Servicio Posventa	Implantación de Sistemas de Atención al Cliente	X	ACV, atención personalizada y resolución de problemas			

Fuente: elaboración propia

3.6 Identificación Fortalezas

Cewi Flowers se distingue por un conjunto de fortalezas que le permiten navegar con éxito en el competitivo mercado florícola:

Fortalezas:

- Liderazgo estratégico y toma de decisiones efectivas, con una clara visión de hacia dónde va la empresa.
- Compromiso con la sostenibilidad y uso de productos orgánicos.
- Expansión de mercados y alianzas estratégicas.
- Liquidez y gestión eficiente en planificación del flujo de dinero.
- Ofrece oportunidades de desarrollo profesional y planes de carrera personalizados.
- Cuenta con tecnologías avanzadas y herramientas necesarias.
- Proceso de suministro bien definido y buena relación con proveedores.
- Implementación de sistemas de calidad y seguridad laboral y ambiental
- Desarrollo de canales de distribución, estrategias de SEO y marketing en redes

3.7 Identificación Debilidades

A pesar de sus fortalezas, CEWI Flowers también enfrenta algunas debilidades que podrían afectar su crecimiento y competitividad:

Debilidades:

- Falta de licencias y permisos necesarios para la exportación.
- No hay un sistema contable bien definido, ni un proceso de cobranzas. Existencia de deudas en entidades bancarias y cooperativas.
- No se tiene un proceso definido para el reclutamiento y selección del personal.
- Deficiente sistema de mantenimiento de máquinas y equipos, y conectividad de velocidad baja que podría limitar el e-commerce.
- No existe un sistema de compras bien definido.
- No se está innovando con nuevas líneas de producto.
- No siempre se logra optimizar los costos de manera eficaz.
- No hay un sistema de costos definido.

- No se tiene alternativas de nuevas líneas de producto para el consumidor.
- No se está haciendo publicidad pagada (SEM) en Google o Facebook Ads, y no se tiene un sistema de CRM.

3.8 Matriz FODA INICIAL

Tabla 11. FODA Cewi Flowers

FODA			
FUERZAS-F		DEBILIDADES-D	
1	Liderazgo estratégico y toma de decisiones efectivas, con una clara visión de hacia dónde va la empresa.	1	No se cuenta con las licencias ni permisos necesarios para la exportación directa
2	Ofrece oportunidades de desarrollo profesional y planes de carrera personalizados	2	No existe un proceso definido de cobranzas
3	Existe liquidez, las mayores ventas son en volumen	3	Poca presencia en eventos y patrocinios
4	Alta calidad y frescura de sus flores, abarcan varios canales de distribución	4	No se tiene un proceso definido para el reclutamiento y selección del personal
5	Implementación de estrategias SEO en ecosistemas digitales	5	No existe un sistema de compras bien definido
6	Entregas puntuales, atención personalizada y resolución de problemas de manera óptima	6	No se tiene alternativas de nuevas líneas de producto para el consumidor
7	Velar por la seguridad de personal y el ambiente	7	No se tiene un sistema de CRM incorporado
8	La identidad corporativa ya está definida	8	No se está haciendo publicidad pagada (SEM) en google o facebook Ads
OPORTUNIDADES-O		AMENAZAS-A	
1	Acuerdos comerciales y relaciones locales: Facilitan operaciones y expanden oportunidades locales y nacionales.	1	Inestabilidad geopolítica global, conflictos internacionales Cambios en el Gobierno y políticas nacionales
2	Preferencias culturales: Aseguran una demanda constante y creciente de flores	2	Crisis financieras e inflación: aumentan los costos y reducen márgenes de ganancia
3	Exclusividad del producto: Aumenta la lealtad del cliente.	3	Cambios en preferencias del consumidor: pueden reducir la demanda de ciertos productos.
4	El precio de los productos sustitutos son más elevados	4	Alta competencia, la intensidad de la competencia es fuerte
5	Normativas internacionales: Abren mercados globales y facilitan el comercio.	5	El usuario puede optar por trabajar con otros sustitutos.
6	Ventaja competitiva y poder de negociación: Mejora la posición en el mercado y optimiza costos	6	Cambio climático: Afecta la producción y aumenta costos.
7	Implementación de e-commerce	7	Costo de adopción de nuevas tecnologías pueden ser alta y representar un riesgo financiero si no se implementa correctamente.

Fuente: elaboración propia

CAPÍTULO IV: PROCESO ESTRATÉGICO COMERCIAL

4.1 Marketing Mix 4Ps

El Marketing Mix es una herramienta fundamental para definir y ejecutar la estrategia de marketing de CEWI Flowers, abarcando los aspectos clave de Producto, Precio, Plaza y Promoción.

Producto: Producto que se ofrece al mercado. En este caso, las “Alstroemerias” de CEWI Flower, bouquets, arreglos florales, floreros.

Precio: Es la cantidad que el cliente paga por el producto. Precio competitivo pero también debe cubrir los costos de producción y permitir un margen de beneficio.

Plaza (Punto de venta): Lugares donde el producto estará disponible para los clientes.

Promoción: Incluye todas las estrategias de comunicación y publicidad que se utilizan para informar a los clientes sobre el producto y persuadirlos para que lo compren

4.2 MARCA/PRODUCTO

Marca - Cewi Flowers: La marca está asociada con la calidad, la belleza y la variedad de las “Alstroemerias”.

Producto - Alstroemerias: Las “Alstroemerias” son flores de verano conocidas por su belleza y variedad de colores. Tienen una larga duración en florero luego de ser cortadas, lo que las hace muy populares para ramos y arreglos florales.

Cewi Flowers es una empresa dedicada a la producción y comercialización de Alstroemerias, reconocidas por su alta calidad y frescura. Nos enfocamos en ofrecer una amplia variedad de colores y presentaciones, para satisfacer las necesidades de nuestros clientes. Con un firme compromiso hacia la sostenibilidad, utilizamos métodos de cultivo orgánicos. La exclusividad y la diferenciación de nuestros productos nos permiten destacarnos en el mercado, proporcionando a nuestros clientes flores únicas y especiales.

4.2.1 Estudio de Marca/Arquetipos de Marca

Historia

Hace más de 5 años, en Ecuador, Cecilia y Wilson fundaron Cewi Flowers, impulsados por su amor por la naturaleza y el arte floral. La empresa comenzó en un pequeño terreno, cultivando alstroemerias orgánicamente, enfocándose en la calidad y sostenibilidad. Un experto en alstroemerias los motivó a continuar y mejorar su producción, expandiendo la gama de colores. Cewi Flowers se ha convertido en una familia dedicada a garantizar frescura y calidad en cada pedido, ganando la confianza de sus clientes. Además, la empresa se compromete con la sostenibilidad, minimizando su impacto ambiental para las futuras generaciones. Cewi Flowers es sinónimo de amor, celebraciones y momentos especiales, llevando alegría y emoción en cada flor que entregan. La marca valora la calidad, la sostenibilidad y la innovación, asegurando que cada flor entregada sea un símbolo de frescura y belleza.

Identidad Visual:

La identidad visual de CEWI Flowers está diseñada para reflejar la elegancia y la calidad de sus productos. Los colores institucionales, rojo y negro, simbolizan la pasión, el amor, la exclusividad y la alta calidad que caracterizan a la marca. La imagen central del logotipo es una mujer rodeada de flores. Las flores están dispuestas de una manera que enmarcan a la mujer dando un toque femenino, lo que puede atraer a clientes que buscan flores para ocasiones especiales.



Posicionamiento en el Mercado:

Cewi Flowers se posiciona como un proveedor de flores de alta calidad, dirigido tanto al mercado nacional como internacional. La marca se enfoca en la exclusividad del producto y la diferenciación, ofreciendo flores que destacan por su frescura y variedad de colores. La

empresa también se distingue por su compromiso con la satisfacción del cliente, asegurando entregas puntuales y atención personalizada.

Arquetipos de la Marca CEWI FLOWERS

El Amante:

Características: Pasión, compromiso, belleza, cariño. Este arquetipo refleja el enfoque de la marca en ofrecer flores que transmiten amor y emoción. La pasión por la calidad y la belleza de las Alstroemerias es central para CEWI Flowers, buscando siempre encantar y fidelizar a sus clientes.

El Creador:

Características: Innovador, creativo, visionario. La marca se enfoca en la innovación constante en la producción de nuevas variedades de Alstroemerias y en el desarrollo de métodos sostenibles de cultivo. El Creador inspira a Cewi Flowers a ser líder en creatividad y calidad en la industria florícola.

Cewi Flowers se posiciona como una empresa que no solo vende flores, sino que también evoca emociones y crea experiencias. Al combinar los arquetipos del Amante y el Creador, la empresa busca conectar con los clientes a nivel emocional a través de la belleza y la calidad de sus flores, su creatividad e innovación, y la creación de experiencias memorables. El arquetipo del Amante tiene un peso predominante del 80% en la identidad de Cewi Flowers, reflejando el valor que la empresa da a la conexión emocional con sus clientes.

Para comunicar estos arquetipos de manera efectiva, CEWI Flowers puede utilizar diversos canales, como el marketing, la atención al cliente y las redes sociales, donde el contenido visual atractivo, las historias inspiradoras, la interacción con los seguidores serán

claves para crear una marca fuerte y memorable que resuene con los clientes y los motive a comprar sus flores.

4.2.2 Reconocimiento de marca

Cewi Flowers ha trabajado arduamente para establecerse como un nombre confiable y reconocido en la industria florícola.

Calidad y frescura consistentes: Desde sus inicios, Cewi Flowers ha priorizado la calidad y frescura de sus alstroemerias. Este compromiso ha sido clave para ganar la confianza de los clientes y construir una reputación sólida en el mercado.

Identidad visual: Cewi Flowers ha desarrollado una identidad visual coherente y atractiva, con un logotipo y colores distintivos que representan pasión, elegancia y exclusividad. Esta identidad es consistente en todos sus materiales promocionales, desde embalajes hasta publicidad digital.

Marketing Digital y SEO: La implementación de estrategias de marketing digital, como SEO y presencia en redes sociales, ha aumentado la visibilidad de Cewi Flowers en línea. Esto permite a la marca llegar a un público más amplio y mantenerse relevante en un mercado competitivo.

Experiencia del cliente: La atención personalizada, entregas puntuales y la resolución efectiva de problemas han sido fundamentales para fidelizar a los clientes y generar recomendaciones boca a boca.

Alianzas estratégicas: Establecer acuerdos con otros negocios y organizaciones ha permitido a Cewi Flowers expandir su alcance y fortalecer su presencia en diferentes mercados.

Para aumentar el reconocimiento de marca de Cewi Flowers, se pueden implementar varias estrategias clave:

Marketing Digital: Mejorar el SEO, invertir en publicidad pagada (Google Ads y Facebook Ads), y fortalecer la presencia en redes sociales como Instagram y TikTok con contenido atractivo.

Eventos y Patrocinios: Participar en ferias y exposiciones, y patrocinar eventos.

Experiencia del Cliente: Mantener una excelente atención al cliente, implementar programas de lealtad y asegurar la satisfacción del cliente para fomentar la fidelidad.

4.2.3 Personalidad de marca

Tabla 12. Personalidad de la marca Cewi Flowers

PERSONALIDA DE LA MARCA	
CARACTERÍSTICA	CEWI FLOWERS
Género	Femenino
Edad	25-30
Ingresos	Medio
Ocupación	Profesional, empresaria. persona creativa, decoradora de eventos
Atributos	Romántica. apasionada, sensual, atractiva, emocional, creativa, inspiradora
Gustos	Apasionada por la naturaleza y sostenibilidad, apreciación por la belleza y exclusividad, interés en innovación y tecnología.

Fuente: elaboración propia

4.2.4 Categoría de productos

CEWI Flowers en el sector florícola está presente en la categoría flores de verano “Alstroemerias” flores reconocidas por su belleza, durabilidad y variedad de colores.

✓ **Bunches de alstroemerias:** Este es el producto principal de CEWI Flowers.



Tomado de: <https://acortar.link/YC2sG>

Variedad de colores vibrantes como blanco, rojo, rosado, amarillo, naranja y morado, y

vienen en diferentes tamaños que van desde 60 cm hasta 80 cm. Con ventas al por Mayor y Menor, garantizamos la frescura y calidad en cada envío, adaptándonos a las necesidades específicas de volumen y frecuencia de nuestros clientes.

- ✓ **Arreglos florales:** Los arreglos florales de Cewi Flowers están diseñados para diferentes ocasiones como bodas, aniversarios, cumpleaños y eventos corporativos. Utilizando alstroemerias en combinación con otras flores y elementos decorativos, estos arreglos se crean para ofrecer belleza y elegancia.
- ✓ **Bouquets:** Los bouquets son colección de flores dispuestas juntas en un diseño atractivo y equilibrado, generalmente utilizado como decoración o regalo. Se puede presentar en diversas formas y estilos, y se utiliza en diferentes ocasiones, como bodas, aniversarios, cumpleaños, eventos especiales y funerales.
- ✓ **Floreros:** Floreros que complementan la presentación de las flores y ayudan a crear un ambiente armonioso
- ✓ **Proyección de Nuevas Líneas de Producto**

Con una visión de crecimiento y diversificación, Cewi Flowers proyecta la apertura de una nueva línea de productos dentro de un año, la cual incluirá: a las



rosas. La incorporación de rosas a nuestra oferta de productos permitirá fortalecer su posición en el mercado, aprovechando la complementariedad entre las alstroemerias y las rosas para ofrecer una gama más completa y atractiva a nuestros clientes.

4.2.5 Mezcla de productos

Tabla 13. Mezcla de productos Cewi Flowers

<i>Categoría Actual de Productos</i>	<i>Proyección de Nuevas Líneas</i>
Bunches de alstroemerias en colores: blanco, rosado, rojo, naranja, amarillo, morado.	Rosas (disponible en un año) Colores y variedades a definir Venta al por mayor y menor
Arreglos florales: centros de mesa, arreglos para todo tipo de eventos.	
Bouquets	
Floreros	

Fuente: Elaboración propia

Promociones entre Categorías de Productos

Tabla 14. Categoría de productos

CATEGORÍA	PRODUCTO	PROMOCIONES
<ul style="list-style-type: none"> • Bonches de alstroemerias • Arreglos florales • Bouquets • Floreros • ROSAS (Futuro) 	<p>Bonches de alstroemerias en colores: blanco, rojo, rosado, amarillo, naranja, morado</p> <p>Centros de mesas Arreglos para eventos</p> <p>Bouquets</p> <p>Floreros</p> <p>Rosas (colores y variedades por definir)</p>	<p>Por la primera compra en volumen de bonches de alstroemerias, recibe un florero gratis.</p> <p>10% de descuento en un arreglo floral a juego con tarjetas o mensajes personalizados</p> <p>Por la primera compra en volumen de bouquets recibe un florero gratis.</p> <p>Combo de Lanzamiento; 10% de descuento total en la primera compra combinada de alstroemerias y rosas de cualquier color.</p> <p>Acumula puntos con cada compra de arreglos florales y canjea por descuentos en alstroemerias / rosas</p>

Fuente: elaboración propia.

4.2.6 Matriz de Ansoff

Tabla 15. Matriz de Ansoff

		PRODUCTOS	
		ACTUALES (alstroemerias)	NUEVOS (rosas)
MERCADOS	ACTUALES	<p>PENETRACIÓN DE MERCADO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mayor consumo de clientes actuales - Captación de clientes de la competencia - Implementar programas de fidelización para mayoristas y minoristas. - Continuar con la producción y venta de alstroemerias, buscando incrementar la participación en el mercado actual tanto a nivel nacional como internacional 	<p>DESARROLLO DE PRODUCTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Introducir una nueva línea de productos: rosas - Ofrecer variedades exclusivas de rosas en diferentes colores y tamaños - Desarrollar productos combinados (ramos mixtos de alstroemerias y rosas)
	NUEVOS	<p>DESARROLLO DE MERCADO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Apertura de mercados geográficos adicionales - -Atracción de otros sectores del mercado - Expandir la distribución de alstroemerias a mercados internacionales (América del Norte, Europa, Asia) - Establecer alianzas con distribuidores extranjeros. 	<p>DIVERSIFICACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> - Buenas oportunidades fuera de los negocios actuales - Combinar el desarrollo de rosas y la exploración de nuevos mercados. Esto puede implicar la exportación de rosas a mercados internacionales donde aún no se ha establecido la empresa. - Explorar ventas de accesorios de jardinería y decoración

Fuente: Elaboración propia

Estrategias

1. Penetración de Mercado (Producto Existente / Mercado Existente):

- Promociones y descuentos: Ofrecer descuentos y promociones especiales para incentivar la compra repetida de alstroemerias.
- Programas de fidelización: Desarrollar un programa de puntos y recompensas para mayoristas y minoristas que realicen compras frecuentes.
- Eventos, ferias y patrocinios: Aumentar la participación en eventos locales para mejorar la visibilidad y reconocimiento de marca.

2. Desarrollo de Mercado (Producto Existente / Nuevo Mercado)

- Expansión internacional: Iniciar exportaciones a mercados extranjeros como América del Norte, Europa y Asia. Establecer relaciones con distribuidores y mayoristas en estos mercados.
 - Marketing internacional: Adaptar las estrategias de marketing para atraer a clientes en diferentes regiones, teniendo en cuenta las preferencias y tendencias locales.
- 3. Desarrollo de Producto (Nuevo Producto / Mercado Existente):**
- Introducción de rosas: Desarrollar y lanzar una nueva línea de rosas, disponible en varios colores y tamaños, tanto al por mayor como al por menor.
 - Ramos mixtos: Crear productos combinados que incluyan alstroemerias y rosas, ofreciendo opciones únicas y atractivas para los clientes.
- 4. Diversificación (Nuevo Producto / Nuevo Mercado):**
- Introducir nuevas líneas de productos como plantas ornamentales para diversificar la oferta.
 - Venta de productos complementarios como floreros, macetas decorativas, y otros accesorios relacionados.

4.2.7 Matriz de Ciclo de Vida

Tabla 16. Matriz ciclo de vida, objetivos y estrategias

	INTRODUCCIÓN	CRECIMIENTO
OBJETIVOS	<p>Atraer a los primeros clientes y establecer una base de clientes fieles.</p> <p>Reconocimiento de la marca Cewi Flowers en el mercado florícola.</p> <p>Establecer canales de distribución</p>	<p>Mantener/retener clientes actuales, mantener y/o mejorar la satisfacción o lealtad/ alentar y/o simplificar la compra repetida.</p> <p>Incrementar las ventas y la participación en el mercado.</p> <p>Optimizar los procesos y reducir costos para aumentar los márgenes de beneficio.</p> <p>Aumentar la visibilidad y el reconocimiento de la marca en nuevos mercados.</p>

ESTRATEGIAS	Intensa publicidad, intensa promoción, muestras gratis, intensa fuerza de ventas.	Mantener calidad y servicio: Asegurar altos estándares de calidad y excelente servicio al cliente.
	Precios de penetración, ofrecer precios atractivos para capturar el interés de los clientes	Expansión de distribución: abrir nuevos mercados tanto a nivel nacional como internacional.
	Ofrecer promociones especiales para incentivar las primeras compras	Alianzas estratégicas: Formar alianzas con otros negocios, emprendedores y distribuidores.
	Descuentos de lanzamiento	Ampliar el alcance y visibilidad mediante estrategias de SEO Y SEM.
	Plazos de crédito extendido	

Fuente: elaboración propia.

4.2.8 Matriz BCG

Tabla 17. Matriz BCG

	Alta cuota de mercado	Baja cuota de mercado
Mercado con alto crecimiento	<p>PRODUCTO ESTRELLA</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Bunches de alstroemerias ❖ Bouquets <p>Estrategia: Invertir para mantener y expandir la cuota de mercado.</p>	<p>PRODUCTO INTERROGANTE</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Rosas <p>Estrategia: Evaluar potencial; invertir o no según el desempeño futuro.</p>
Mercado con bajo crecimiento	<p>PRODUCTO VACA</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Arreglos florales <p>Estrategia: Mantener la inversión para generar ingresos estables.</p>	<p>PRODUCTO PERRO</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Floreros <p>Estrategia: Evaluar la eliminación o reestructuración para minimizar pérdidas.</p>

Fuente: Elaboración propia.

4.3 PRECIO

4.3.1 Cálculo del Margen del portafolio del emprendimiento por categoría

Tabla 18. Cálculos de margen y precios

CEWI FLOWERS				
CÓD.	DESCRIPCIÓN	COSTO DE PRODUCCIÓN	MARGEN	PRECIO
001	Bonche de 10 alstroemerias	\$ 1,20	33%	\$ 1,80
002	Bouquets de alstroemerias	\$ 1,20	33%	\$ 1,80
003	Bonche de 25 rosas	\$ 5,75	52%	\$ 11,98
004	Arreglos florales	\$ 9,52	43%	\$ 16,82
005	Floreros	\$ 7,50	50%	\$ 15,00
	PROMEDIO	\$ 5,03	41%	\$ 9,44

Fuente: Elaboración propia

4.3.2 Estrategia de fijación de precios por cada producto o servicio

Tabla 19. Estrategia de fijación de precios

ESTRATEGIAS DE FIJACIÓN DE PRECIOS		
CÓD.	CATEGORÍAS	ESTRATEGIAS
001	Bonches de alstroemerias	Penetración de mercado: Bajar inicialmente el precio por debajo del margen actual para captar una mayor cuota de mercado rápidamente. Por ejemplo, podría ofrecerlos en \$1.80 durante un período promocional para atraer nuevos clientes y generar volumen de ventas.
002	Bouquets de alstroemerias	Fijación de precios: por la compra en volumen ofrecer a un mismo precio los bouquets en calidad fancy, selec y super selec, los tres tipos de calidad a un mismo precio que en este caso sería a \$2,00 con esto se pretende atraer más clientes y generar un mayor volumen en ventas.
003	Arreglos florales	Penetración de Mercado: Introducir una línea de arreglos florales más pequeños y económicos, como mini arreglos por \$9.99 cada uno, para atraer a clientes que buscan regalos florales más accesibles. Luego, ofrece actualizaciones a arreglos más grandes y elaborados con un margen más alto.
004	Floreros	Venta mediante reclamo: Mantener el precio actual de \$15.00, que ya refleja un margen saludable del 50%. Considerando ofrecer descuentos o promociones especiales en floreros cuando se compran en conjunto con otros productos, como arreglos florales o ramos. Esto puede aumentar las ventas totales y maximizar la rentabilidad
005	Bonche de rosas	Penetración de mercado: Bajar inicialmente el precio por debajo del margen actual para captar una mayor cuota de mercado rápidamente. Por ejemplo, podría ofrecerlos en \$10 durante un período promocional para atraer nuevos clientes y generar ventas. Luego, ajustar el precio según la respuesta del mercado.

Fuente: elaboración propia

4.3.3 Punto de Equilibrio de cada producto o servicio

Tabla 20. Costos fijos de bonches de alstroemerias

BONCHE DE ALSTROEMERIAS					
COSTOS FIJOS	VALOR	TOTAL	COSTOS VARIABLES	VALOR	TOTAL
SERVICIOS BÁSICOS	120	120	FLOR	0,08	0,8
ARRIENDO	100	100	MALLA	116	0,1000
PUBLICIDAD	100	100	LIGAS	5	0,0025
FERTILIZANTES	120	120	ETIQUETAS	5	0,001
3 SUELDOS	460	1380	STS	58	0,058
LOGÍSTICA	80	80	CAPUCHÓN	50	0,05
PAGO CUOTA BANCO	1020	1020	CAJAS	4	0,04
TOTAL		2920	TOTAL		1,06

Fuente: elaboración propia

Punto de equilibrio sin utilidad:

Tabla 21. Punto de equilibrio sin utilidad de bonches de alstroemerias

VENTAS=	?	3946	SE DEBEN VENDER 3946 BONCHES AL MES
COSTO FIJO	2920	2920	132 BON. AL DÍA
PRECIO PONDERADO	1,8		
COSTO UNITARIO VARIABLE	1,06	4182,7027	
		7102,7027	
COMPROBACIÓN=		7103	SE DEBEN VENDER 7103 DÓLARES
			236,76 DOLARES

Fuente: elaboración propia

Punto de equilibrio con utilidad:

Tabla 22. Punto de equilibrio con utilidad de bonches de alstroemerias

COSTO UNITARIO=	?	1,7999899	
COSTO UNITARIO VARIABLE	1,06		
COSTO FIJO	2920	0,7399899	
#UNIDADES	3946		
			SE DEBEN VENDER 5973 BONCHES AL MES PARA ESTAR EN EQUILIBRIO+UTILIDAD
VENTAS=	?	5973	
UTILIDAD	1500		199 AL DIA
COSTO FIJO	2920	4420	
PRECIO PONDERADO	1,8		
COSTO UNITARIO VARIABLE	1,06	6331,3514	
		10751	
COMPROBACIÓN=		10751	SE DEBEN VENDER 10751 DÓLARES
			358 USD AL DIA

Fuente: elaboración propia.

BOUQUETS DE ALSTROEMERIAS

Tabla 23. Costos fijos bouquets de alstroemerias

BOUQUETS DE ALSTROEMERIAS					
COSTOS FIJOS	VALOR	TOTAL	COSTOS VARIABLES	VALOR	TOTAL
SERVICIOS BÁSICOS	120	120	FLOR	0,08	0,8
ARRIENDO	100	100	LIGAS	5	0,0025
PUBLICIDAD	100	100	STS	58	0,058
3 SUELDOS	460	1380	CAPUCHÓN	50	0,05
LOGÍSTICA	80	80	CAJAS	4	0,04
FERTILIZANTES	120	120	TOTAL		0,95
PAGO CUOTA BANCO	1020	1020			
TOTAL		2920			

Fuente: elaboración propia.

Punto de equilibrio sin utilidad

Tabla 24. Punto de equilibrio sin utilidad bouquets

VENTAS=	?	4492	SE DEBEN VENDER 4492 BOUQUETS AL MES
COSTO FIJO	2920	2920	150 BOUQUETS DIARIOS
PRECIO PONDERADO	1,6		
COSTO UNITARIO VARIABLE	0,95	4267,69	
		7187,69	
COMPROBACIÓN=		7188	SE DEBEN VENDER 7188 DÓLARES 239,59 DOLARES

Fuente: elaboración propia

Punto de equilibrio con utilidad

Tabla 25. Punto de equilibrio con utilidad bouquets

VENTAS=	?	6031	SE DEBEN VENDER 6031 BOUQUETS MES
UTILIDAD	1000		201 AL DIA
COSTO FIJO	2920	3920	
PRECIO PONDERADO	1,6		
COSTO UNITARIO VARIABLE	0,95	5729,23	
		9649	
COMPROBACIÓN=		9649	SE DEBEN VENDER 9649 DÓLARES 322 USD AL DIA

Fuente: elaboración propia

ARREGLOS FLORALES

Tabla 26. Costos fijos de arreglos florales

ARREGLOS FLORALES					
COSTOS FIJOS	VALOR	TOTAL	COSTOS VARIABLES	VALOR	TOTAL
SERVICIOS BÁSICOS	120	120	OASIS	3	3
ARRIENDO	100	100	LIGAS	5	0,0016667
PUBLICIDAD	100	100	COMPRA DE FLOR	5	5
2 SUELDOS	460	920	HIDRATANTE	50	0,05
PAGO CUOTA BANCO	1020	1020	CAPUCHÓN	30	0,03
TOTAL		2260	TOTAL		8,08

Fuente: elaboración propia

Punto de equilibrio sin utilidad

Tabla 27. Punto de equilibrio sin utilidad arreglos florales

VENTAS=	?	228	SE DEBEN VENDER 228 ARREGLOS AL MES
COSTO FIJO	2260	2260	8 ARREGLOS FLORALES
PRECIO PONDERADO	18		
COSTO UNITARIO VARIABLE	8,08	1840,81	
		4100,81	
COMPROBACIÓN=		4101	SE DEBEN VENDER 4101 DÓLARES

136,6935484 DOLARES

Fuente: elaboración propia.

Punto de equilibrio con utilidad

Tabla 28. Punto de equilibrio con utilidad

COSTO UNITARIO=	?	17,9923	
COSTO UNITARIO VARIABLE	8,08		
COSTO FIJO	2260	9,91228	
#UNIDADES	228		
VENTAS=	?	349	SE DEBEN VENDER 349 ARREGLOS FLORALES AL MES
UTILIDAD	1200		12 AL DIA
COSTO FIJO	2260	3460	
PRECIO PONDERADO	18		
COSTO UNITARIO VARIABLE	8,08	2818,23	
		6278	
COMPROBACIÓN=		6278	SE DEBEN VENDER 6278 DÓLARES 209 USD AL DIA

Fuente: elaboración propia

FLOTEROS

Tabla 29. Costos fijos floreros

FLOTEROS					
COSTOS FIJOS	VALOR	TOTAL	COSTOS VARIABLES	VALOR	TOTAL
SERVICIOS BÁSICOS	120	120	FLOTEROS	5,5	5,5
ARRIENDO	100	100	EMBALAJE	0,5	0,5
PUBLICIDAD	100	100			
3 SUELDOS	460	1380			
LOGÍSTICA	50	50			
PAGO CUOTA BANCO	1020	1020			
TOTAL		2770	TOTAL		6,00

Fuente: elaboración propia

Punto de equilibrio sin utilidad

Tabla 30. Punto de equilibrio sin utilidad de floreros

VENTAS=	?	308	SE DEBEN VENDER 308 FLOTEROS AL MES
COSTO FIJO	2770	2770	10 FLOTEROS
PRECIO PONDERADO	15		
COSTO UNITARIO VARIABLE	6	1846,667	
		4616,667	
COMPROBACIÓN=		4617	SE DEBEN VENDER 4617 DÓLARES 153,89 DOLARES

Punto de equilibrio con utilidad

Tabla 31. Punto de equilibrio con utilidad.

		14,9935		
COSTO UNITARIO=	?	1		
COSTO UNITARIO				
VARIABLE	6			
	277	8,99350		
COSTO FIJO	0	6		
#UNIDADES	308			
VENTAS=	?	419	SE DEBEN VENDER 419 FLOREROS AL MES PARA ESTAR EN EQUILIBRIO+UTILIDAD	
	100			
UTILIDAD	0		14	AL DIA
	277			
COSTO FIJO	0	3770		
PRECIO PONDERADO	15			
COSTO UNITARIO		2513,33		
VARIABLE	6	3		
		6283		
COMPROBACIÓN=		6283	SE DEBEN VENDER 6283 DÓLARES	
			209	USD AL DIA

Fuente: elaboración propia.

4.3.4 Catálogo de Productos: Características, Beneficios, Precio.

https://drive.google.com/file/d/1SR9PnoJCBJkb39OX6jhmFOO_Jn9upRa/view?usp=drive_link

<https://youtube.com/shorts/DPdykAyz5EE?feature=share>

4.3.5 Budget en unidades

Tabla 32. Budget en unidades

CÓD	Descripción	B U D G E T 2 0 2 4												TOTAL	
		ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC		
001	ALSTROEMERIAS (1,80)	8.054	7.730	7.172	8.703	6.540									38199
002	BOUQUETS (1,60)	7.020	11.050	5.500	8.200	13.300									45070
003	ARREGLOS (18)	251	429	242	232	485									1639
004	FLOREROS (15)	310	315	300	301	328									1554
															0
															86462
															0
	TOTAL	15635	19524	13214	17436	20653	0	0	0	0	0	0	0	0	86462

Fuente: elaboración propia.

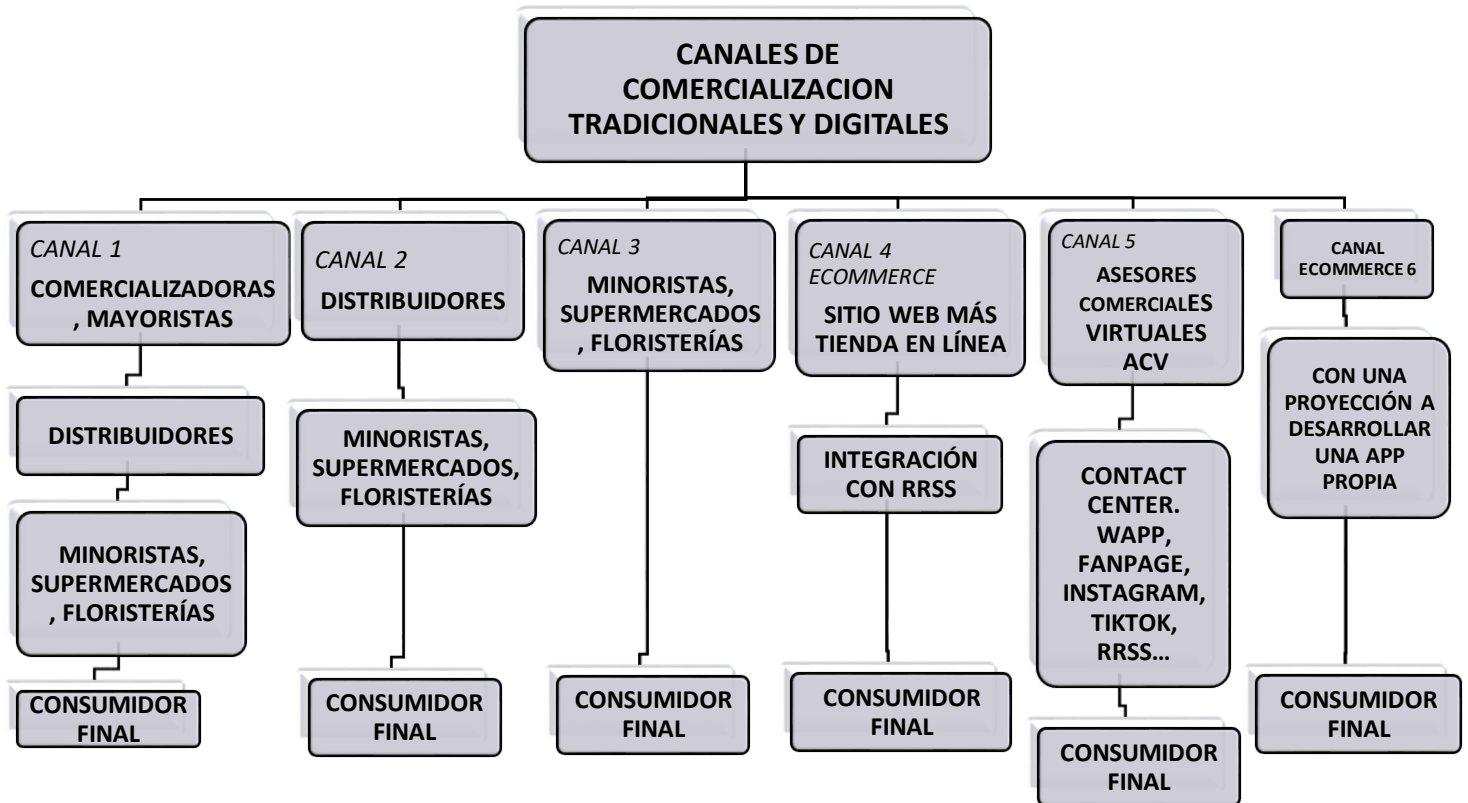
4.3.6 Budget en dólares

Tabla 33. Budget en dólares Cewi Flowers

COD	Descripción	B U D G E T 2 0 2 4							TOTAL
		ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	
001	BONCHES ALST. (1,80)	14.497	13.914	12.910	15.665	11.772	0	0	68758
002	BOUQUETS (1,60)	11.232	17.680	8.800	13.120	21.280	0	0	72112
003	ARREGLOS FLORALES (18)	4.518	7.722	4.356	4.176	8.730	0	0	29502
004	FLOREROS (15)	4.650	4.725	4.500	4.515	4.920	0	0	23310
									0
									193682
									0
TOTAL		\$ 34.897,20	\$ 44.041,00	\$ 30.565,60	\$ 37.476,40	\$ 46.702,00	\$ -	##	\$ 193.682,20

Fuente: elaboración propia

4.4 PLAZA O CANALES DE COMERCIALIZACIÓN CEWI FLOWERS



4.4.1 Nichos de mercado por cada canal y su # de potenciales clientes

Canal 1: Comercializadoras y Mayoristas

- **Nicho de mercado:** Negocios que compran en grandes cantidades para revender, como distribuidores, supermercados, grandes floristerías y tiendas de decoración.

- **Clientes potenciales:** 10-20 clientes B2B.

Canal 2: Distribuidores

- **Nicho de mercado:** Negocios medianos y pequeños que buscan suministros de flores frescas en cantidades manejables, incluyendo supermercados locales y floristerías pequeñas.
- **Clientes potenciales:** 15-30 clientes B2B.

Canal 3: Minoristas, Supermercados, Floristerías

- **Nicho de mercado:** Consumidores finales que compran flores para uso personal, regalos y eventos personales.
- **Clientes potenciales:** 500- 1000 clientes finales.

Canal 4: Comercio electrónico

- **Nicho de mercado:** Consumidores digitales que prefieren la comodidad de comprar en línea, incluyendo regalos de última hora y decoración para eventos.
- **Clientes potenciales:** 1000-5000 clientes finales.

Canal 5: Asesores Comerciales Virtuales (ACV)

- **Nicho de mercado:** Consumidores que buscan atención personalizada y asesoramiento para la compra de flores, especialmente para eventos especiales.
- **Clientes potenciales:** 3.000-5.000 clientes finales.

Canal 6: Comercio electrónico con una Proyección a Desarrollar una App Propia

- **Nicho de mercado:** Consumidores jóvenes y tecnológicos que prefieren usar aplicaciones móviles para hacer compras debido a la facilidad y conveniencia.
- **Cientes potenciales:** 5000-8000 clientes finales.

4.5 PROMOCIÓN

4.5.1 Plan de Medios: Tradicional y Digital; ATL & BTL

Plan de Medios: Tradicional (ATL)	Plan de Medios: Digital (BTL)
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Radio <ul style="list-style-type: none"> • Objetivo : Llegar a conductores y audiencias locales. • Estrategia : Anuncios en estaciones de radio locales y nacionales durante las horas pico de tráfico (mañana y tarde). • Frecuencia : Anuncios diarios durante dos semanas antes de las festividades clave. ➤ Prensa Escrita <ul style="list-style-type: none"> • Objetivo : Alcanzar a audiencias que consumen noticias locales y revistas especializadas. • Estrategia : Anuncios en periódicos locales y regionales, así como en revistas de jardinería y decoración. • Frecuencia : Inserciones mensuales en revistas y semanales en periódicos durante los meses pico de ventas. ➤ Vallas Publicitarias <ul style="list-style-type: none"> • Objetivo : Aumentar la visibilidad de la marca en áreas de alto tráfico. • Estrategia : Colocación de vallas en ubicaciones estratégicas, como carreteras principales y centros urbanos. • Frecuencia : Campañas de vallas durante un mes antes de las festividades clave. ➤ Televisión 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Redes Sociales <ul style="list-style-type: none"> • Objetivo : Interactuar directamente con los consumidores y fomentar la comunidad en línea. • Estrategia : Publicaciones semanales en Instagram, Facebook y Pinterest, con contenido visual atractivo y promociones exclusivas. • Frecuencia : Publicaciones semanales, campañas pagadas mensuales, e interacción constante con seguidores. ➤ Marketing de Contenidos <ul style="list-style-type: none"> • Objetivo : Educar y atraer a clientes potenciales a través de contenido útil y relevante. • Estrategia : Blog en el sitio web con artículos sobre cuidado de flores, ideas de decoración, y tendencias de arreglos florales. • Frecuencia : Publicación de artículos semanales y envío de boletines mensuales. ➤ Correo de propaganda <ul style="list-style-type: none"> • Objetivo : Mantener a los clientes informados sobre nuevas ofertas y productos. • Estrategia : Campañas de correo electrónico dirigidas con ofertas especiales, noticias de la empresa y consejos útiles. • Frecuencia : Envío de boletines quincenales y promociones especiales durante eventos clave. ➤ Publicidad en Google y Redes Sociales <ul style="list-style-type: none"> • Objetivo : Aumentar el tráfico al sitio web y las ventas en línea.

<ul style="list-style-type: none"> • Objetivo : Crear reconocimiento de marca a gran escala y atraer a una audiencia amplia. • Estrategia : Publicidad en canales locales y nacionales, con énfasis en programas matutinos y vespertinos de alta audiencia. • Frecuencia : Campañas estacionales (San Valentín, Día de la Madre) y durante picos de ventas (primavera y verano). 	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategia : Anuncios pagados en Google Ads y redes sociales, segmentados por intereses y comportamiento del usuario. • Frecuencia : Campañas continuas con ajustes mensuales según el rendimiento. <p>➤ Influencers y Colaboraciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Objetivo : Aprovechar la audiencia de influencers para aumentar la visibilidad de la marca. • Estrategia : Colaboraciones con influencers de jardinería, decoración y estilo de vida para promociones de productos y sorteos. • Frecuencia : Colaboraciones trimestrales y durante eventos clave.
--	--

Integración ATL y BTL

Eventos y Ferias

- **Objetivo** : Conectar directamente con los clientes y mostrar los productos en vivo.
- **Estrategia** : Participación en ferias de jardinería, mercados de agricultores y eventos locales. Ofertas especiales y muestras gratuitas en el evento.
- **Frecuencia** : Participación en eventos mensuales y durante festividades clave.

Promociones Cruzadas

- **Objetivo** : Fomentar la compra de productos complementarios.
- **Estrategia** : Ofrecer descuentos en floreros con la compra de ramos de alstroemerias o arreglos florales. Promociones en redes sociales y correo electrónico.
- **Frecuencia** : Promociones mensuales y durante campañas específicas.

Director de marketing

- **Objetivo** : Atraer clientes empresariales y organizadores de eventos.
- **Estrategia** : Envío de catálogos impresos y digitales a empresas de organización de eventos, hoteles y restaurantes.

- **Frecuencia** : Envíos trimestrales y durante temporadas altas.

4.5.2 Promoción de Marca: Top of Mind & Dirección estratégica y Plan de Acción

Promoción de Marca: Top of Mind

Objetivo: Lograr que Cewi Flowers sea la primera marca en la mente de los consumidores cuando piensen en flores frescas y arreglos florales, especialmente en el segmento de alstroemerias.

Estrategias:

1. **Publicidad Consistente:**

- **Televisión y Radio:** Continuar con la presencia regular en medios masivos. Realizar anuncios durante eventos importantes y festividades relacionadas con flores (San Valentín, Día de la Madre).
- **Impresos:** Anuncios frecuentes en revistas y periódicos locales.

2. **Redes Sociales:**

- **Contenido semanal:** Publicar diariamente en plataformas como Facebook, Instagram, Tik Tok . Utilizar contenido visual atractivo que muestre la belleza de las flores y arreglos.
- **Interacción con Seguidores:** Responder a comentarios y mensajes para mantener una relación cercana con los clientes.

3. **SEO y SEM:**

- **Optimización de Sitio Web:** Asegurar que el sitio web esté optimizado para motores de búsqueda, utilizando palabras clave relacionadas con flores frescas, alstroemerias y arreglos florales.
- **Publicidad Pagada:** Campañas de Google Ads, Facebook Ads para aparecer en las primeras posiciones de búsqueda.

4. **Eventos y Patrocinios:**

- **Ferias y Exposiciones:** Participar en ferias y eventos locales para aumentar la visibilidad.
- **Patrocinio de Eventos:** Patrocinar eventos relacionados con bodas, jardinería y decoración del hogar, otros.

5. Colaboraciones con Influencers:

- **Influencers de Jardinería y Decoración:** Colaborar con influencers que tengan una audiencia interesada en flores y decoración del hogar para promociones y sorteos.

Dirección Estratégica y Plan de Acción

1. Definición de Objetivos:

- **Corto Plazo (6 meses):** Aumentar el reconocimiento de marca en un 20% en redes sociales y lograr un incremento del 15% en ventas.
- **Mediano Plazo (1 año):** Convertirse en la marca líder de alstroemerias en el mercado local, con un incremento del 25% en participación de mercado.

2. Segmentación de Mercado:

- **Demográfico:** Mujeres de 25-50 años, con ingresos medios y altos, interesadas en decoración del hogar y eventos.
- **Geográfico:** Áreas urbanas con alta concentración de población.
- **Psicográfico:** Personas que valoran la belleza natural, el arte floral y la sostenibilidad.

3. Estrategias de Comunicación:

- **Posicionamiento de Marca:** Cewi Flowers como sinónimo de calidad, frescura y belleza natural.

- **Mensajes Clave:** “La belleza de la naturaleza en cada pétalo”, “Flores frescas para cada ocasión”, “Frescura que perdura, belleza que enamora”.

4. Plan de Acción:

- **Contenido y Publicidad Digital:**
 - Desarrollar un calendario de contenido mensual para redes sociales, blog y boletines.
 - Ejecutar campañas de publicidad pagada en Google, Facebook Ads y redes sociales.
 - Implementar estrategias de SEO para mejorar el posicionamiento orgánico.
- **Eventos y Relaciones Públicas:**
 - Organizar y participar en eventos locales y ferias de jardinería.
 - Patrocinar eventos y colaborar con influencers.
- **Programas de Lealtad y Promociones:**
 - Crear un programa de lealtad para clientes frecuentes.
 - Ofrecer promociones especiales y descuentos durante festividades y eventos importantes.
- **Medición y Ajuste:**
 - Utilizar herramientas analíticas para medir el rendimiento de las campañas.
 - Realizar ajustes basados en los resultados y el feedback de los clientes.

5. Evaluación y Control:

- **KPIs:**
 - Incremento en el reconocimiento de marca.
 - Aumento en el tráfico web y engagement en redes sociales.
 - Crecimiento en ventas y participación de mercado.
- **Revisión Periódica:**

- Reuniones trimestrales para evaluar el progreso y ajustar las estrategias según sea necesario.

4.5.3 Promociones por Canales: Dirección estratégica y Plan de Acción.

Tabla 34. Promociones por canales de distribución

CANAL DE DISTRIBUCIÓN	DIRECCIÓN ESTRATÉGICA Y PLAN DE ACCIÓN
<p>Canal 1:</p> <p>Comercializadoras y Mayoristas</p>	<p>Dirección Estratégica:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Objetivo: Establecer relaciones sólidas y de largo plazo con grandes compradores para asegurar volúmenes constantes de ventas. ✓ Estrategia: Ofrecer descuentos por volumen, contratos de suministro a largo plazo, y servicios personalizados. <p>Plan de Acción:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Descuento por Volumen: Implementar una estructura de precios escalonada donde los compradores obtienen mayores descuentos cuanto mayor sea la cantidad comprada. ✓ Contratos de orden fija a largo plazo: Proponer contratos de orden fija con condiciones ventajosas, como precios fijos o descuentos adicionales por compromisos a largo plazo. ✓ Ofrecer muestras gratis para captar clientes potenciales. ✓ Publicidad en Medios Especializados: Invertir en publicidad, redes sociales y sitios web dedicados al sector mayorista y comercializador de flores.
<p>Canal 2:</p> <p>Distribuidores</p>	<p>Dirección Estratégica:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Objetivo: Incrementar la cobertura geográfica y penetrar en nuevos mercados mediante una red de distribuidores confiables. ✓ Estrategia: Ofrecer incentivos por desempeño, apoyo en marketing. <p>Plan de Acción:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Incentivos por Desempeño: Crear un programa de incentivos donde los distribuidores reciban bonificaciones por alcanzar o superar objetivos de ventas. ✓ Apoyo en Marketing: Proveer materiales de marketing y apoyo financiero para campañas locales que ayuden a impulsar las ventas de distribuidores. ✓ Fortalecer la relación con los distribuidores y fomentar la colaboración.
<p>Canal 3:</p> <p>Minoristas, Supermercados, Floristerías</p>	<p>Dirección Estratégica:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Objetivo: Aumentar la visibilidad y la preferencia de las flores de CEWI Flowers en puntos de venta al por menor. ✓ Estrategia: Implementar promociones en tiendas y programas de fidelización. <p>Plan de Acción:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Promociones en Tienda: Diseñar y ejecutar promociones en puntos de venta, como "compre 2 y lleve 3", descuentos especiales en temporadas. ✓ Programas de Fidelización: Crear programas de fidelización donde los clientes recurrentes acumulen puntos por cada compra, canjeables por descuentos o productos gratuitos. ✓ Campañas Temporales: Implementar campañas de marketing durante eventos estacionales importantes (San Valentín, Día de la Madre, etc.) para aumentar las ventas en esos periodos.

4.5.4 Promoción Canal Digital:

Tabla 35. Promociones por canales de distribución digitales

CANAL DE DISTRIBUCIÓN	DIRECCIÓN ESTRATÉGICA Y PLAN DE ACCIÓN
<p>Canal 4:</p> <p>E-commerce (Sitio Web + Tienda en Línea)</p>	<p>Dirección Estratégica:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Objetivo: Incrementar las ventas en línea y mejorar la experiencia del cliente a través de una tienda en línea eficiente e integrada con redes sociales. ✓ Estrategia: Utilizar campañas digitales, promociones exclusivas en línea y optimización de la experiencia del usuario. <p>Plan de Acción:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ SEO y SEM: Implementar estrategias de optimización para motores de búsqueda (SEO) y campañas de publicidad pagada (SEM) para atraer tráfico a la tienda en línea. ✓ Promociones Exclusivas en Línea: Ofrecer descuentos exclusivos, cupones y ofertas especiales solo disponibles en la tienda en línea. ✓ Integración con Redes Sociales: Utilizar redes sociales para dirigir tráfico a la tienda en línea mediante publicaciones promocionales, anuncios pagados. ✓ Experiencia del Usuario: Mejorar la interfaz del sitio web para hacerla más intuitiva, rápida y amigable para el usuario, incluyendo un proceso de pago sencillo y opciones de entrega flexibles. ✓ Remarketing: Implementar estrategias de remarketing para atraer a los visitantes del sitio web que no completaron una compra, a través de anuncios personalizados y correos electrónicos de recordatorio.
<p>Canal 5:</p> <p>Asesores Comerciales Virtuales (ACV)</p>	<p>Dirección Estratégica:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Objetivo: Ofrecer un servicio personalizado y exclusivo a través de plataformas digitales, mejorando la experiencia del cliente y fomentando la lealtad. ✓ Estrategia: Crear una presencia activa en canales de comunicación directos y ofrecer asesoramiento personalizado. <p>Plan de Acción:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Plataformas de Mensajería: Establecer líneas directas a través de WhatsApp, Facebook Messenger, Instagram Direct y otras plataformas de mensajería para ofrecer asesoramiento y soporte en tiempo real. ✓ Personalización del Servicio: Capacitar a los asesores para que ofrezcan recomendaciones personalizadas basadas en las necesidades y preferencias del cliente. ✓ Promociones Especiales: Ofrecer promociones exclusivas para clientes que utilicen los canales de asesores comerciales virtuales.
<p>Canal 6:</p> <p>E-commerce con una Proyección a Desarrollar una App Propia</p>	<p>Dirección Estratégica:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Objetivo: Desarrollar y lanzar una aplicación móvil para mejorar la accesibilidad y la comodidad de compra para los usuarios móviles. ✓ Estrategia: Invertir en el desarrollo de la aplicación, promover su descarga y uso, y ofrecer incentivos exclusivos a los usuarios de la app. <p>Plan de Acción:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Desarrollo de la App: Colaborar con un equipo de desarrolladores para crear una aplicación móvil funcional y amigable que permita a los usuarios comprar flores de manera fácil y rápida. ✓ Promociones para Usuarios de la App: Ofrecer descuentos exclusivos, puntos de fidelización adicionales y promociones especiales para incentivar la descarga y el uso de la app. ✓ Campaña de Lanzamiento: Planificar una campaña de marketing robusta para el lanzamiento de la app, utilizando publicidad en redes sociales, correos electrónicos a clientes existentes y colaboración con influencers.

CAPÍTULO V: PROCESO ESTUDIO DE MERCADO

5.1. Investigación de Mercado

La investigación de mercado es una herramienta fundamental para cualquier empresa que desee entender a sus clientes, identificar oportunidades de mejora y desarrollar estrategias efectivas para crecer en su industria. Para Cewi Flowers, una empresa dedicada a la producción y comercialización de flores de verano, especialmente alstroemerias, llevar a cabo una investigación de mercado detallada ha sido crucial para comprender mejor las necesidades y preferencias de sus clientes, evaluar la percepción de la marca y medir la satisfacción con los productos y servicios ofrecidos.

5.1.1 Resumen del estudio de Mercado: Metodología, Muestra.

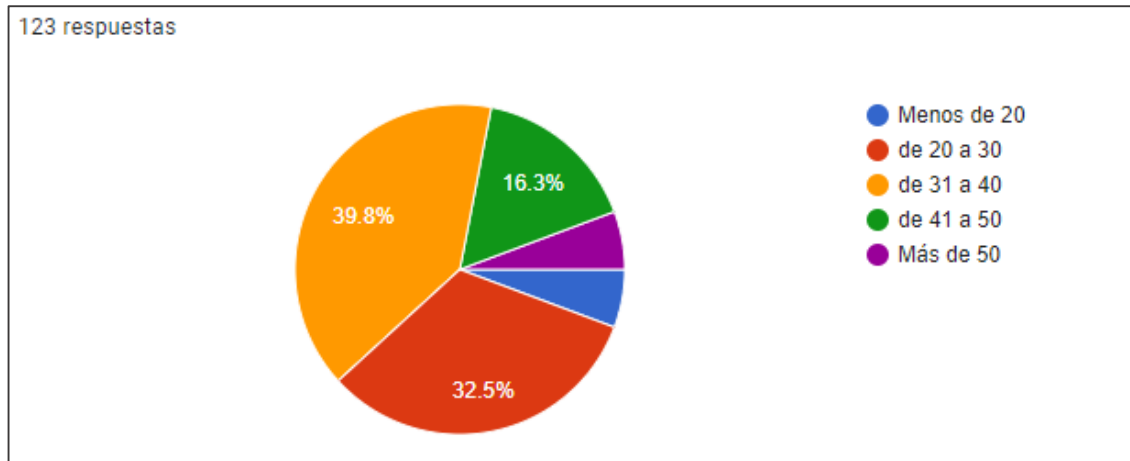
Para obtener una visión más clara y precisa del mercado, Cewi Flowers realizó una encuesta a 123 usuarios. Las preguntas de la encuesta abarcaban diversos aspectos del negocio, desde la variedad y calidad de las flores hasta el servicio al cliente y la frecuencia de compra. El estudio de mercado ha proporcionado valiosos insights sobre las percepciones y expectativas de los clientes de Cewi Flowers. Los resultados indican un alto nivel de satisfacción con la calidad de las flores y el servicio al cliente, aunque hay áreas que pueden mejorarse, especialmente en términos de familiaridad con la marca y aprovechamiento de promociones. Este análisis será fundamental para orientar las estrategias de marketing y desarrollo de producto, asegurando que Cewi Flowers continúe creciendo y satisfaciendo las necesidades de sus clientes de manera efectiva.

5.1.2 Presentación de resultados gráficos

Para comprender mejor las necesidades y expectativas de nuestros clientes, así como para identificar oportunidades de crecimiento y mejoras en nuestra oferta de productos y servicios, realizamos una investigación de mercado mediante encuestas. Se encuestaron a 123 personas,

cuyos resultados proporcionarán una valiosa aportación para el desarrollo del resumen estadístico.

Pregunta N° 1. Edad



Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Nataly Ramos.

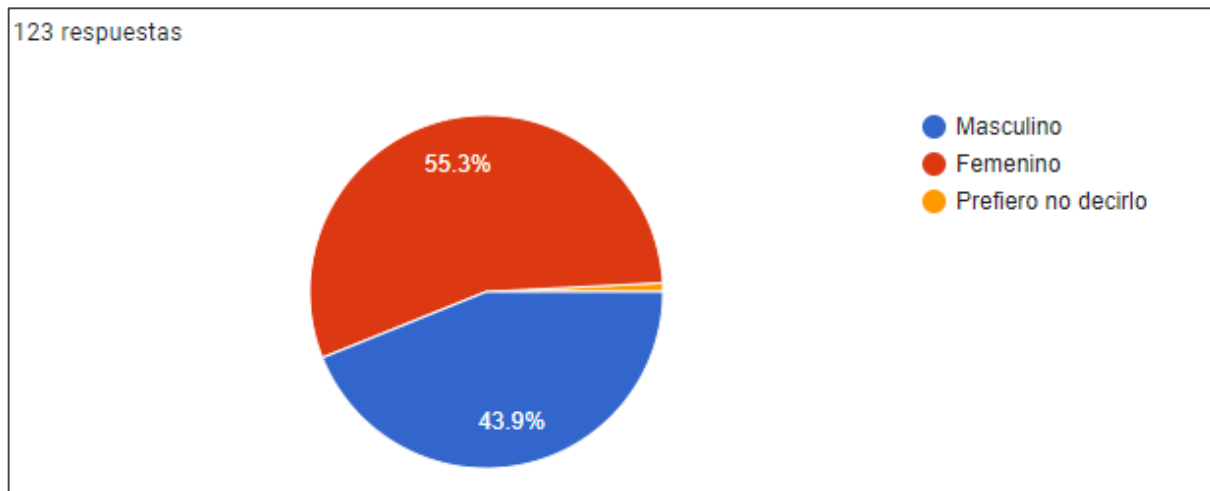
Gráfico #3

Análisis de resultados y estadística descriptiva

De las 128 encuestas realizadas, el 39,8% están en un rango de edad de 31 a 40 años, el 32,5% corresponde a un rango de edad de 20 a 30 años, el 16,3% abarca un rango de 41 a 50 años, y el 5,7% corresponde al rango de edad de menos de 20 años al igual que el rango de edad de más de 50 años. Los rangos de edad desde de 20 a 30 y de 31 a 40 constituyen una porción significativa de nuestro mercado objetivo.

En conclusión, los datos sugieren que nuestro mercado se compone principalmente de adultos jóvenes y de mediana edad, y nuestros esfuerzos deberían alinearse para satisfacer las necesidades y preferencias de estos grupos.

Pregunta N° 2. Género



Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Nataly Ramos.

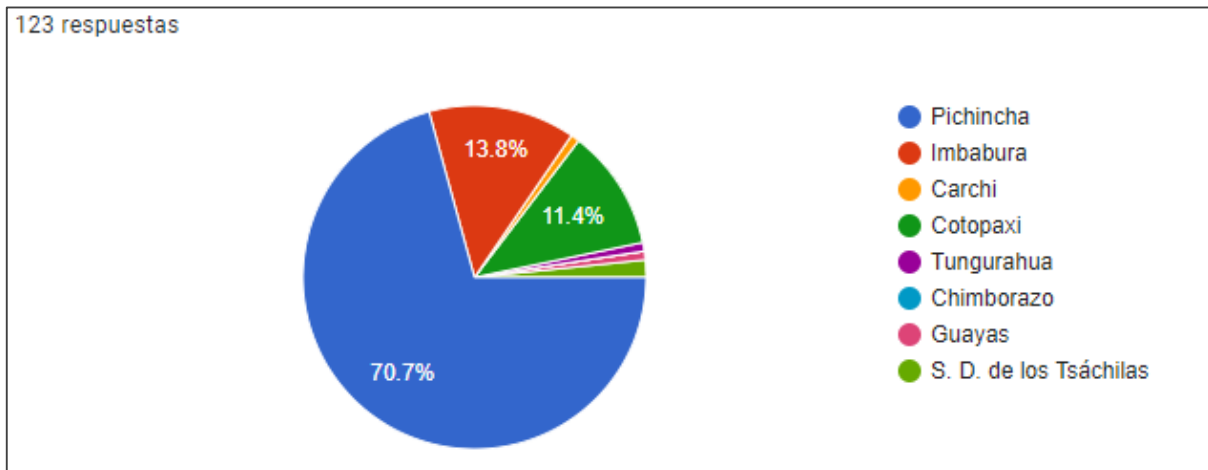
Gráfico #4

Análisis de resultados y estadística descriptiva

El análisis de la encuesta respecto al género de los encuestados muestra que una mayoría del 55.3% corresponde al género femenino, mientras que el 43.9% corresponde al género masculino. Un pequeño porcentaje, el 0.8%, prefirió no especificar su género. Estos resultados indican que las mujeres constituyen una porción significativa del mercado.

En conclusión, las estrategias de marketing deben ser diseñadas para atraer y satisfacer las necesidades y preferencias del público femenino, sin dejar de lado a los clientes masculinos, que también representan una parte considerable del mercado, hay que asegurarse que los mensajes y productos sean atractivos y relevantes para ambos géneros.

Pregunta N° 3. ¿En qué provincia reside actualmente?



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Nataly Ramos.

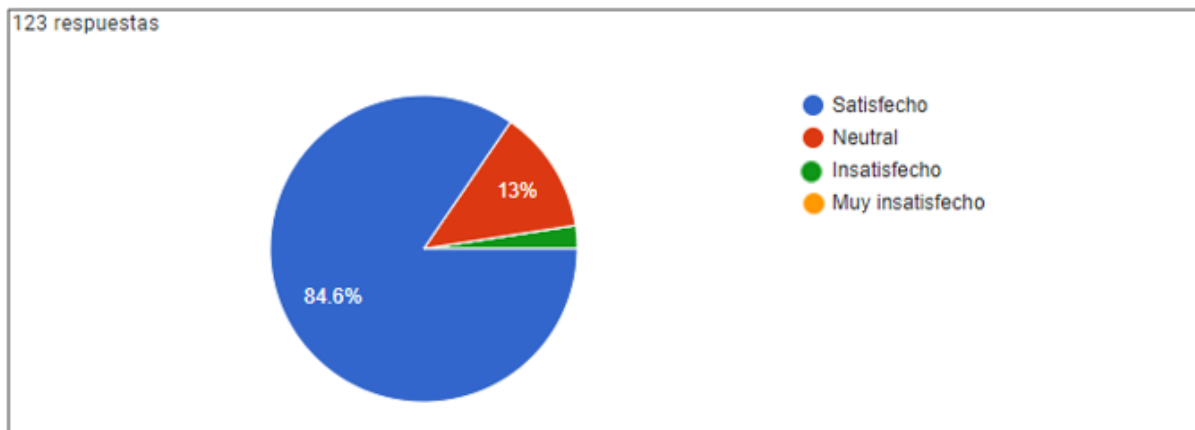
Gráfico #5

Análisis de resultados y estadística descriptiva

El análisis de la encuesta sobre la provincia de residencia de los encuestados revela que el 70.7% de los participantes reside en Pichincha, seguido por un 13.8% en Imbabura y un 11.4% en Carchi. Las otras provincias, como Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo, Guayas y Santo Domingo de los Tsáchilas, tienen una representación mucho menor.

En conclusión, la mayor parte del mercado objetivo se concentra en Pichincha, lo que sugiere que las estrategias de distribución y marketing deben enfocarse principalmente en esta provincia para maximizar el alcance y la efectividad. No obstante, es importante no descuidar las otras provincias mencionadas con el fin de mejorar la cobertura y penetración en el mercado regional llegando a una audiencia más amplia.

Pregunta N° 4 ¿Qué tan satisfecho(a) está con la calidad de las flores de Cewi Flowers?



Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Nataly Ramos.

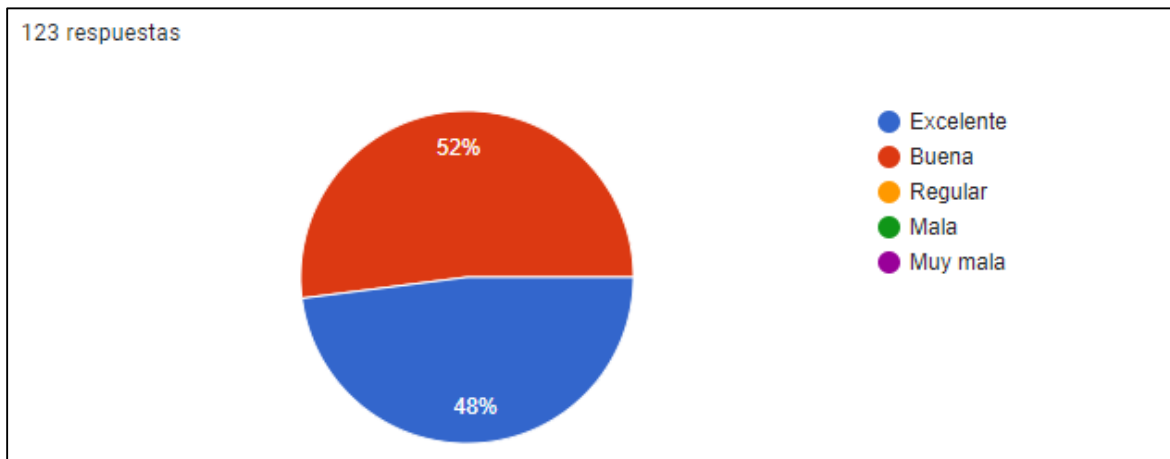
Gráfico #6

Análisis de resultados y estadística descriptiva

El análisis de las encuestas en cuanto a qué tan satisfechos están con respecto a la calidad de productos de Cewi Flowers muestran que la mayoría que corresponde al 84,6% dice que está satisfecho en cuanto a calidad, mientras que el 13% da una respuesta neutral y un pequeño porcentaje, el 2,4%, dice que está insatisfecho con la calidad de flores.

En conclusión, un gran porcentaje de nuestros encuestados dice que sí se encuentran satisfechos con la calidad de nuestros productos; sin embargo, hay que seguir mejorando para erradicar el porcentaje de clientes que mencionan que se encuentran insatisfechos con la calidad de productos que se ofrecen.

Pregunta N° 5 ¿Cómo calificaría la variedad de flores ofrecidas por Cewi Flowers?



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Nataly Ramos.

Gráfico #7

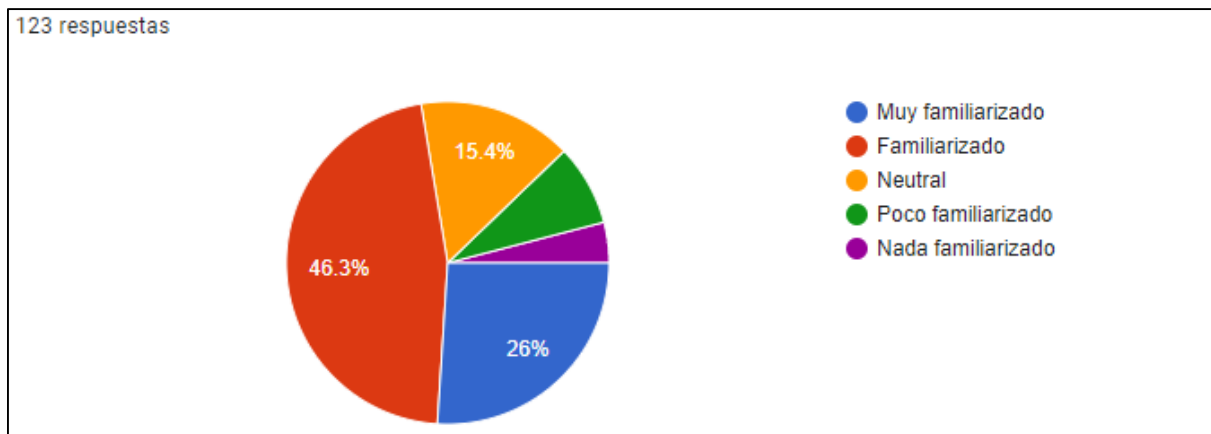
Análisis de resultados y estadística descriptiva

De las 128 encuestas realizadas, el 52% dice que califica como buena a la variedad de flores ofrecidas por Cewi Flowers, mientras que el 48% califica como excelente a la variedad de flores ofrecidas.

En conclusión, la percepción positiva de la variedad de flores ofrecidas por CEWI Flowers es un fuerte indicador del éxito de la empresa en satisfacer las necesidades del mercado.

Continuar enfocados en la calidad y diversidad será clave para mantener y aumentar la satisfacción del cliente.

Pregunta N° 6 ¿Qué tan familiarizado(a) está con la marca Cewi Flowers?



Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Nataly Ramos.

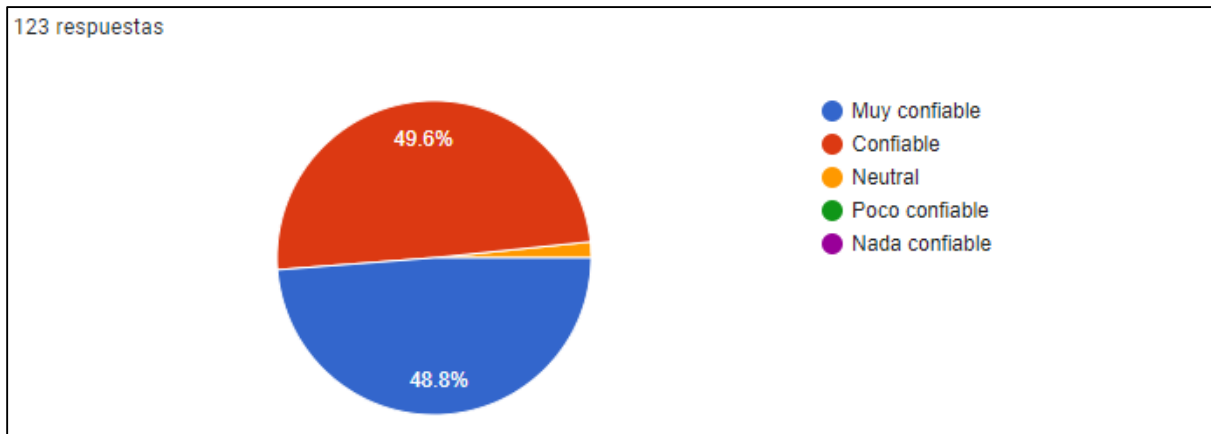
Gráfico # 8

Análisis de resultados y estadística descriptiva

El análisis de las respuestas a la pregunta sobre el grado de familiaridad con la marca CEWI Flowers muestra que una mayoría significativa de los encuestados está al tanto de la existencia y oferta de la empresa. Específicamente: el 46.3% se considera familiarizado con la marca, seguido de un 26% se considera muy familiarizado, un 15,4% se considera neutral, seguido de un 8.1% poco familiarizado, y un 4.1% no está familiarizado en absoluto.

En conclusión, los resultados indican que aproximadamente el 72.3% de los encuestados tiene un nivel aceptable de conocimiento sobre Cewi Flowers, lo cual es un indicador positivo del reconocimiento de la marca en el mercado. Sin embargo, hay un margen significativo para mejorar el conocimiento de la marca, dado que el 12.2% de los encuestados tiene poco o ningún conocimiento de Cewi Flowers y un 15.4% tiene una posición neutral.

Pregunta N° 7 ¿Qué tan confiable considera a la marca Cewi Flowers?



Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Nataly Ramos.

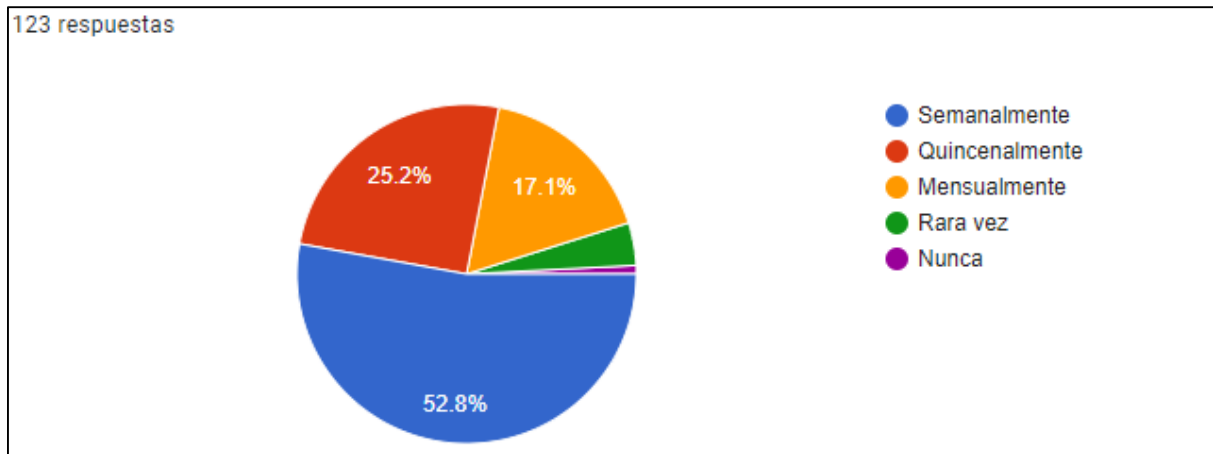
Gráfico # 9

Análisis de resultados y estadística descriptiva

El análisis de las respuestas a la pregunta sobre la confiabilidad de la marca Cewi Flowers muestra que la mayoría de los encuestados tiene una percepción positiva de la marca en términos de confiabilidad. Un 48.8% considera a la marca muy confiable. 46.9% considera a la marca como confiable, mientras que un 1.6% tiene una percepción neutral.

En conclusión, la percepción de confiabilidad de la marca Cewi Flowers es muy alta entre los encuestados, lo cual es un activo valioso para la empresa. Mantener esta percepción positiva y trabajar en las áreas de mejora asegurará que la empresa continúe siendo vista como una marca en la que los clientes pueden confiar plenamente.

Pregunta N° 8 ¿Con qué frecuencia compra flores en Cewi Flowers?



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Nataly Ramos.

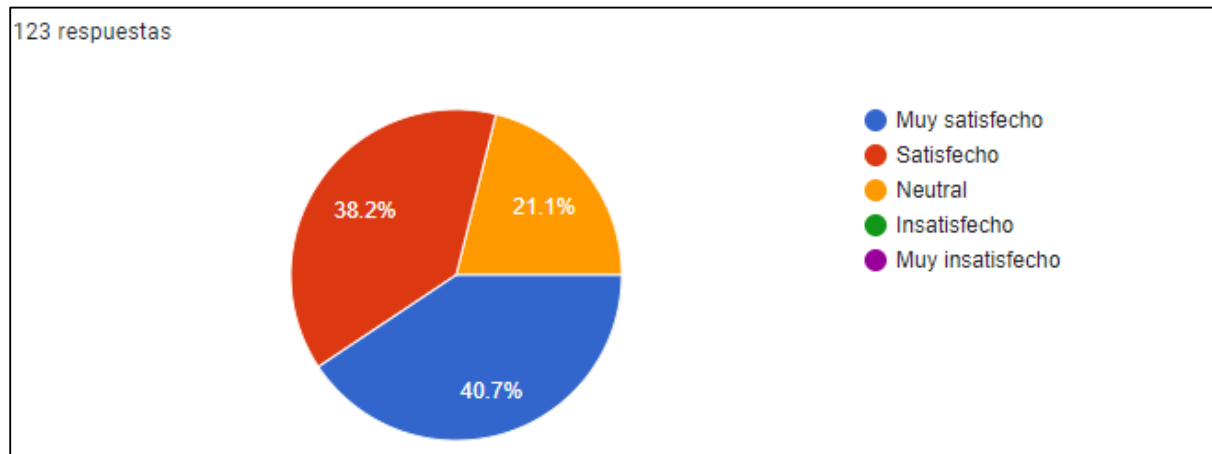
Gráfico # 10

Análisis de resultados y estadística descriptiva

Las respuestas sobre la frecuencia de compra de flores en Cewi Flowers revela patrones de compra regulares entre los encuestados. Los resultados son los siguientes: 52.8% compra semanalmente, un 25.2% compra quincenalmente, mientras que un 17.1% compra mensualmente, seguido de un 4.1% que compra rara vez y un 0.8% que nunca compra.

En conclusión, la frecuencia de compra en CEWI Flowers es alta, con la mayoría de los clientes comprando semanalmente o quincenalmente. Mantener este nivel de compromiso y buscar formas de incrementar la frecuencia de compra a través de promociones y campañas de marketing dirigidas ayudará a fortalecer aún más la lealtad del cliente y aumentar las ventas.

Pregunta N° 9 ¿Qué tan satisfecho(a) está con los precios de las flores de Cewi Flowers?



Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Nataly Ramos.

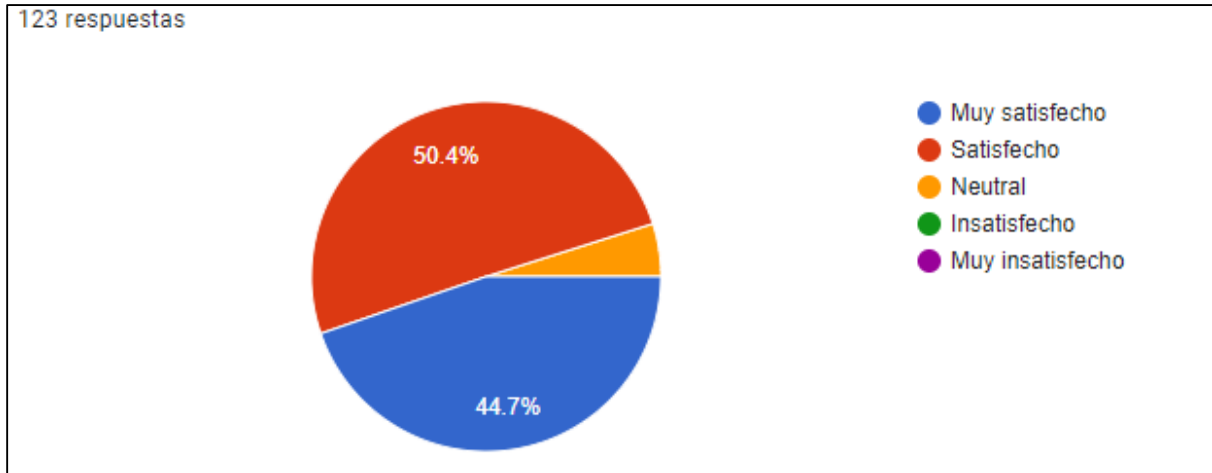
Gráfico # 11

Análisis de resultados y estadística descriptiva

El análisis de las respuestas sobre la satisfacción con los precios de las flores de Cewi Flowers revela lo siguiente: 40.7% de los encuestados se siente muy satisfecho, un 38.2% se siente satisfecho, y un 21.1% se siente neutral.

En conclusión, esto significa que una amplia mayoría, 78.9% de los encuestados, está satisfecha o muy satisfecha con los precios de las flores de Cewi Flowers, lo que sugiere que los precios son percibidos como justos y adecuados por la mayoría de los clientes.

Pregunta N° 10 ¿Qué tan satisfecho(a) está con el tiempo de entrega del producto?



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Nataly Ramos.

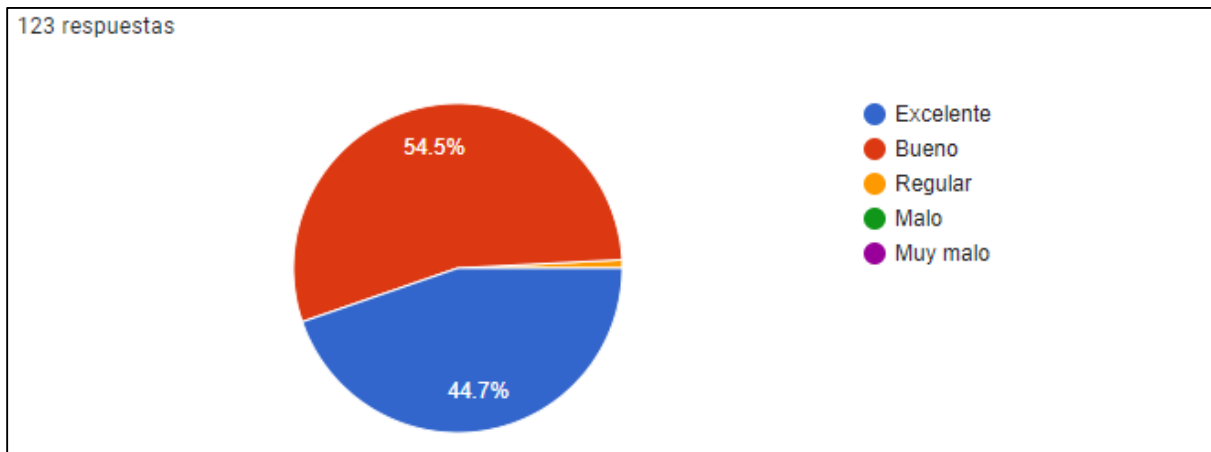
Gráfico # 12

Análisis de resultados y estadística descriptiva

El análisis de las respuestas sobre la satisfacción con el tiempo de entrega del producto de muestra lo siguiente: 50.4% de los encuestados se siente satisfecho, seguido de un 44.7% se siente muy satisfecho y un 4.9% se siente neutral.

En conclusión, el tiempo de entrega del producto es un área de fortaleza para Cewi Flowers, con una satisfacción general del 95.1% de los clientes. Esta alta tasa de satisfacción con el tiempo de entrega sugiere que las operaciones logísticas están bien gestionadas y cumplen con las expectativas de los clientes.

Pregunta N° 11 ¿Cómo calificaría el estado en que llegan las flores al ser entregadas?



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Nataly Ramos.

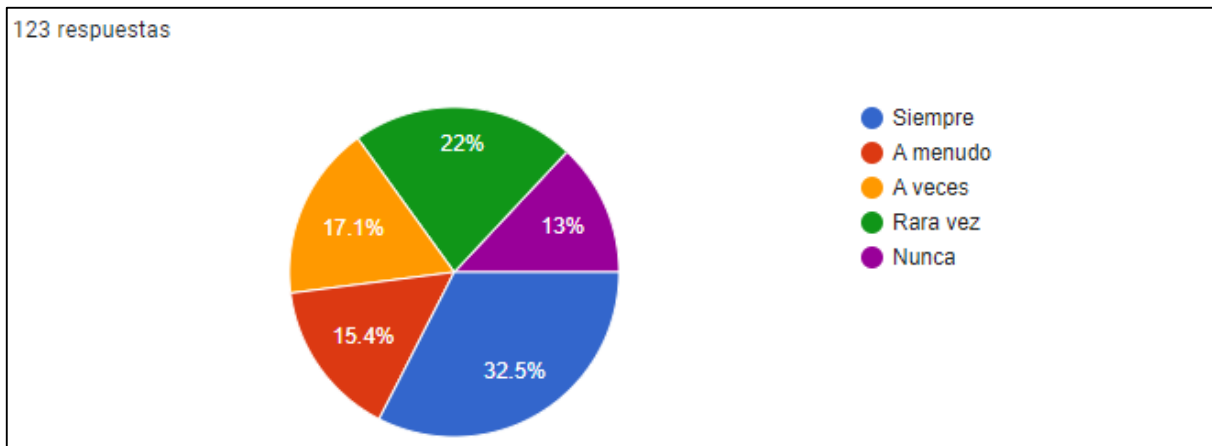
Gráfico # 13

Análisis de resultados y estadística descriptiva

El análisis de las respuestas sobre el estado en que llegan las flores al ser entregadas muestra lo siguiente: 54.5% de los encuestados califica el estado de llegada de las flores como bueno, seguido de un 44.7% califica el estado de las flores como excelente y un 0.8% califica el estado en que llegan las flores como regular.

En conclusión, el estado en que llegan las flores es un área de fortaleza para CEWI Flowers, con una satisfacción general del 99.2% de los clientes calificando el estado de las flores como bueno o excelente. Esto sugiere que las prácticas actuales de manejo y embalaje de las flores son efectivas y cumplen con las expectativas de los clientes.

Pregunta N° 12 ¿Con qué frecuencia aprovecha las promociones y ofertas especiales de Cewi Flowers?



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Nataly Ramos.

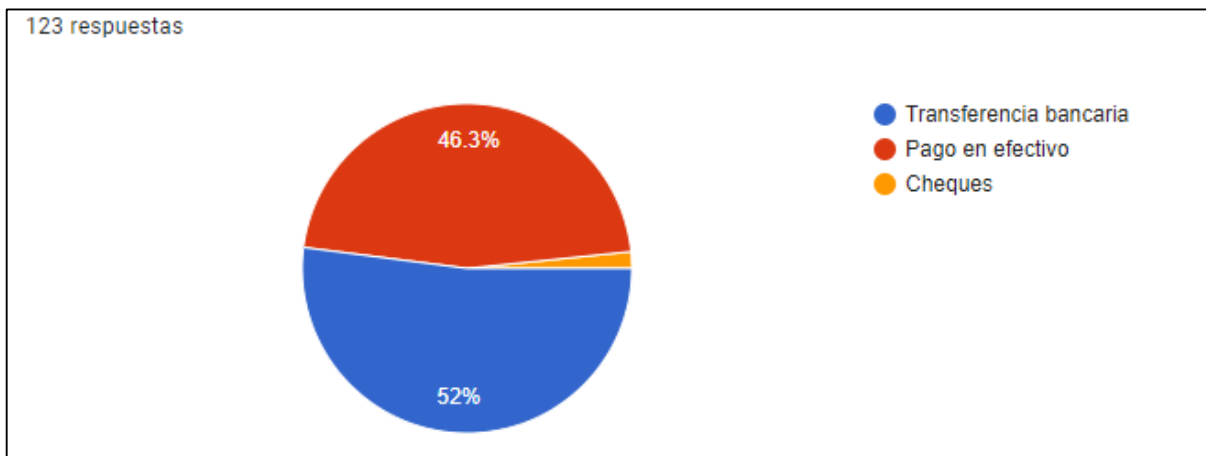
Gráfico # 14

Análisis de resultados y estadística descriptiva

Las respuestas sobre la frecuencia con la que los clientes aprovechan las promociones y ofertas especiales de CEWI Flowers muestra lo siguiente: un 32.5% de los encuestados siempre aprovechan las promociones y ofertas especiales, un 15.4% a menudo aprovechan las promociones y ofertas especiales, un 17.1% a veces, un 22% rara vez y un 13% nunca aprovechan las promociones y ofertas especiales.

En conclusión, Las promociones y ofertas especiales son una herramienta efectiva para atraer a una parte significativa de los clientes, ya que el 65% de ellos las aprovecha al menos ocasionalmente. Sin embargo, hay un 35% que rara vez o nunca aprovecha estas promociones, lo que sugiere que podría haber una oportunidad para mejorar la visibilidad o el atractivo de las ofertas especiales.

Pregunta N° 13 ¿Qué métodos de pago prefiere utilizar al comprar flores de Cewi Flowers?



Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Nataly Ramos.

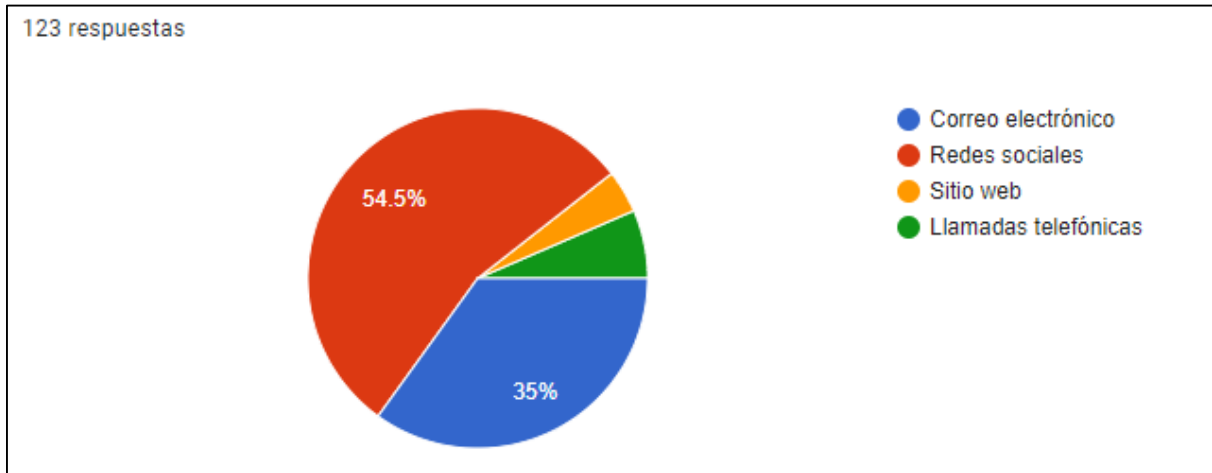
Gráfico # 15

Análisis de resultados y estadística descriptiva

Las respuestas sobre los métodos de pago que prefieren utilizar al comprar flores en Cewi Flowers muestra que el 52 % de los encuestados prefieren pagar por medio de transferencias bancarias, seguido de un 46,3% que prefiere pagar en efectivo y tan solo un 1,6% dice que prefiere pagar por medio de cheques.

En conclusión, La mayoría de los clientes prefieren pagar por medio de transferencias bancarias (52%), seguidos por el pago en efectivo (46.3%). Esto sugiere que CEWI Flowers debe enfocarse en facilitar y promover las transferencias bancarias y pagos en efectivo como métodos de pago principales

Pregunta N° 14 ¿Por cuál medio prefiere recibir información y actualizaciones de Cewi Flowers?



Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Nataly Ramos.

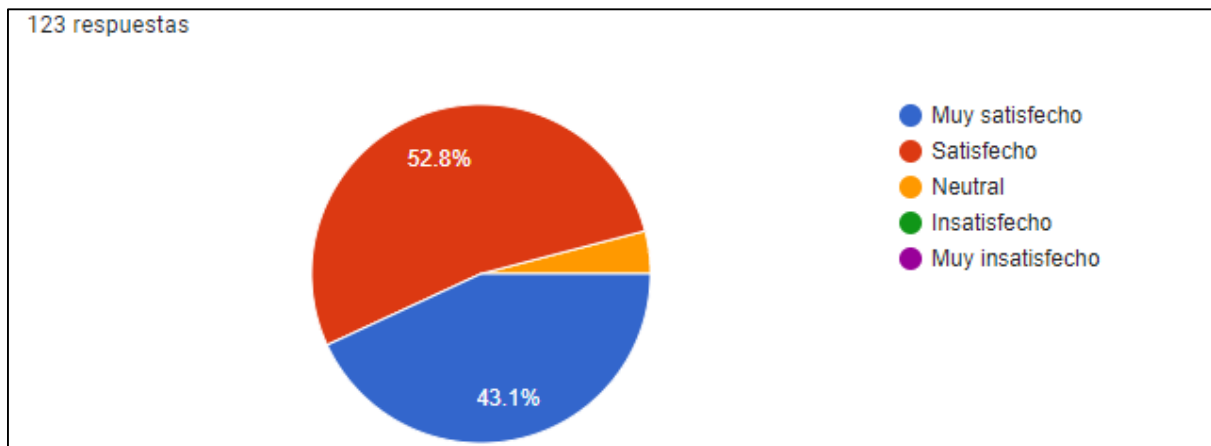
Gráfico # 16

Análisis de resultados y estadística descriptiva

Mediante el análisis de las respuestas obtenidas en la encuesta sobre el medio por el cual prefieren recibir información y actualizaciones de Cewi Flowers datan lo siguiente: un 54,5% dice por medio de las redes sociales, un 35% por medio del correo electrónico, un 6.5% dice que por medio de llamadas telefónicas y finalmente un 4,1% por medio del sitio web.

En conclusión, Las redes sociales son el medio preferido para recibir información y actualizaciones, seguido del correo electrónico. Este resultado subraya la importancia de mantener una presencia activa en redes sociales y enviar actualizaciones regulares por correo electrónico para mantener informados a los clientes.

Pregunta N° 15 ¿Qué tan satisfecho(a) está con el servicio al cliente de Cewi Flowers?



Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Nataly Ramos.

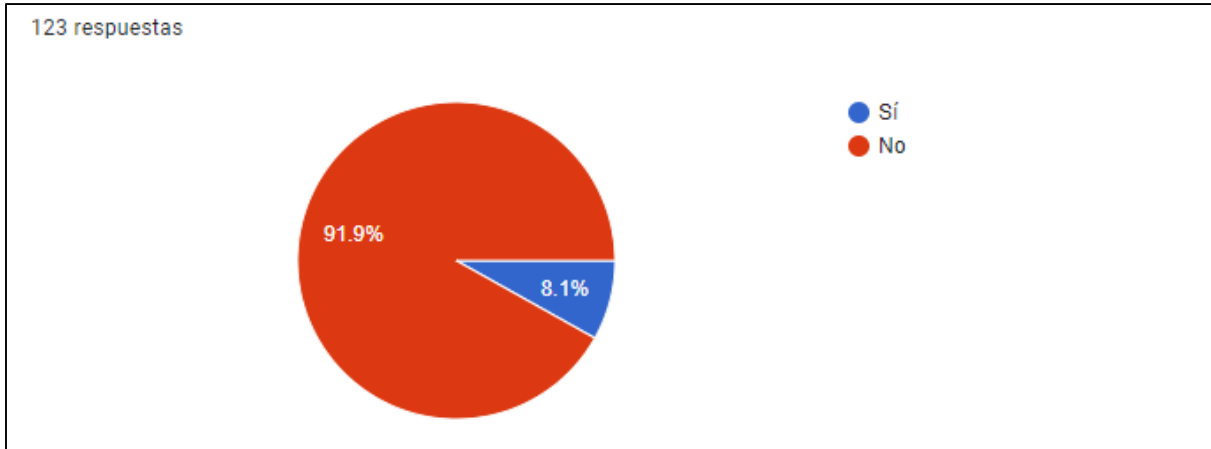
Gráfico # 17

Análisis de resultados y estadística descriptiva

El análisis de las respuestas a la pregunta sobre qué tan satisfechos están con el servicio al cliente ofrecido por Cewi Flowers datan lo siguiente: un 52,8% dice que está satisfecho con el servicio al cliente, seguido de un 43,1% que está muy satisfecho y un 4,1% da una postura neutral.

En conclusión, Un alto porcentaje de clientes están satisfechos o muy satisfechos con el servicio al cliente de Cewi Flowers, lo cual es un indicador positivo. Sin embargo, es crucial abordar las preocupaciones de aquellos con una postura neutral para asegurar una experiencia completamente satisfactoria para todos los clientes.

Pregunta N° 16 ¿Ha tenido alguna experiencia negativa con el servicio al cliente en Cewi Flowers?



Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Nataly Ramos.

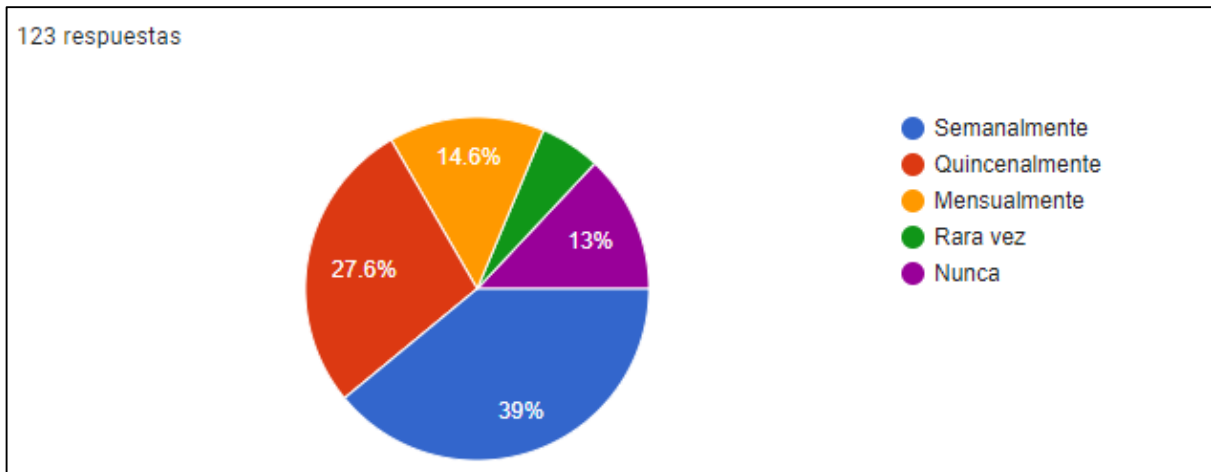
Gráfico # 18

Análisis de resultados y estadística descriptiva

Las respuestas de los encuestados sobre si han tenido alguna experiencia negativa con el servicio al cliente por parte de Cewi Flowers datan que: el 91,9% dice que no ha tenido una experiencia negativa en cuanto al servicio al cliente, mientras que un 8,1% dice sí haber tenido una experiencia negativa con el servicio al cliente en Cewi Flowers.

En conclusión, la alta satisfacción con el servicio al cliente es un punto fuerte para CEWI Flowers, pero es crucial abordar las preocupaciones de la minoría que ha tenido experiencias negativas. Implementar estrategias de mejora continua, capacitación del personal y procesos de resolución de problemas más eficientes ayudará a asegurar que todos los clientes tengan una experiencia positiva y satisfactoria

Pregunta N° 17 ¿Con qué frecuencia el vendedor de Cewi Flowers le visita?



Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Nataly Ramos.

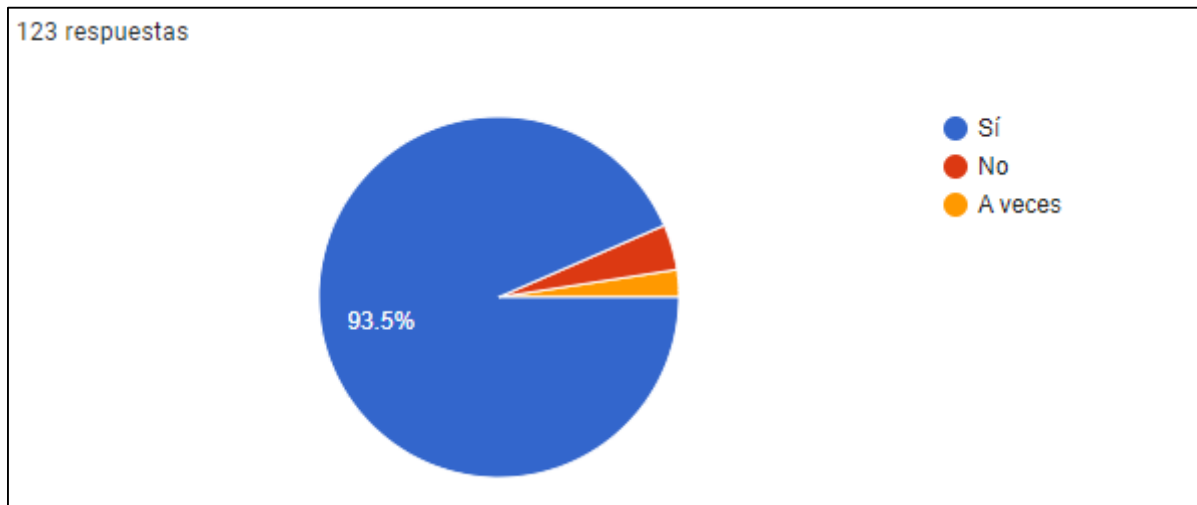
Gráfico # 19

Análisis de resultados y estadística descriptiva

Las respuestas de los encuestados sobre la frecuencia de visita por parte del vendedor de Cewi Flowers dicen: un 39% dice que lo visita de manera semanal, seguido de un 27.6% que lo visita quincenalmente, un 14,3% menciona que lo visita mensualmente, mientras que un 13% dice que nunca lo ha visitado y finalmente un 5,7% menciona que rara vez ha sido visitado por el vendedor.

En conclusión, las visitas semanales son las más comunes seguidas de las quincenales. Sin embargo, hay un porcentaje significativo de clientes que nunca o rara vez han sido visitados. Esto sugiere la necesidad de evaluar y posiblemente aumentar la frecuencia y cobertura de las visitas del vendedor para mejorar la relación y el servicio al cliente.

Pregunta N° 18 ¿El vendedor de Cewi Flowers resuelve algún inconveniente de manera efectiva?



Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Nataly Ramos.

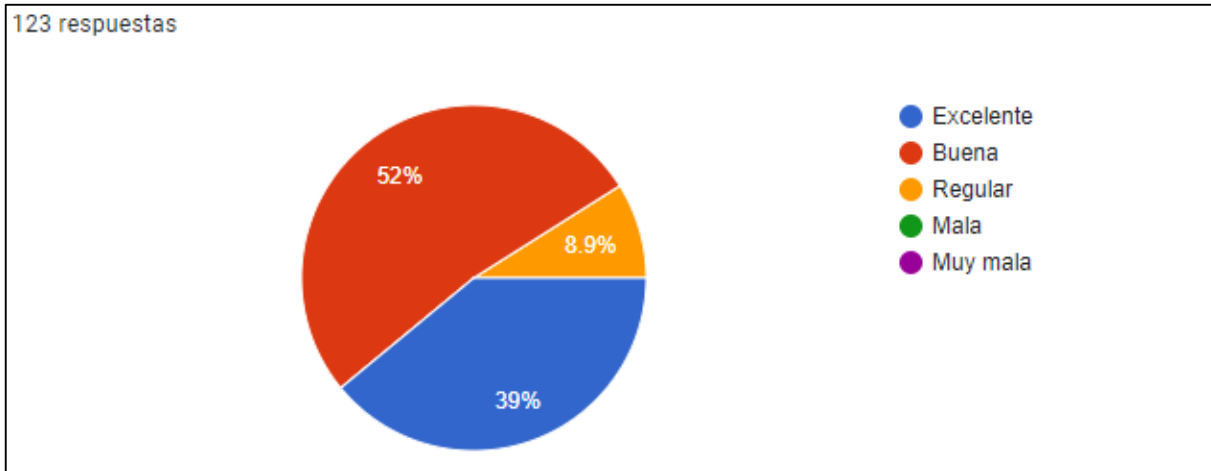
Gráfico # 20

Análisis de resultados y estadística descriptiva

Las respuestas obtenidas por medio de la encuesta sobre la efectividad de los vendedores de Cewi Flowers para resolver inconvenientes. Los resultados fueron los siguientes: un 93,5% de los encuestados responde que el vendedor sí resuelve inconveniente de manera efectiva, mientras que un 4,1% menciona que no, y un 2.4% de los encuestados indicaron que los vendedores a veces resuelven los inconvenientes de manera efectiva.

En conclusión, la gran mayoría de los encuestados (93.5%) considera que los vendedores de Cewi Flowers resuelven los inconvenientes de manera efectiva, lo que refleja una alta capacidad de resolución de problemas y un buen servicio al cliente. Sin embargo, hay un pequeño porcentaje (6.5%) que no está completamente satisfecho con esta área.

Pregunta N° 19 ¿Cómo calificaría la puntualidad del vendedor de Cewi Flowers en sus visitas programadas?



Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Nataly Ramos.

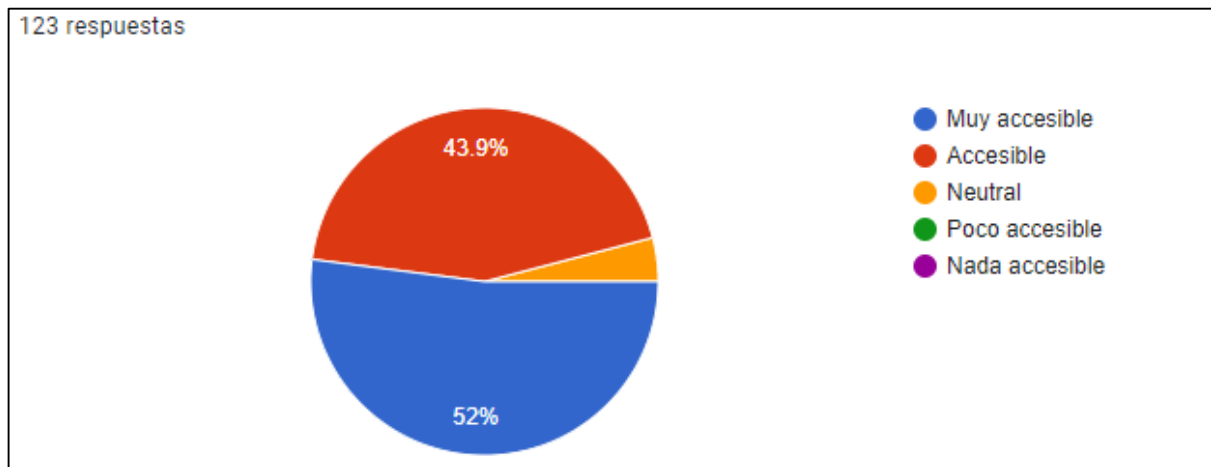
Gráfico # 21

Análisis de resultados y estadística descriptiva

Las respuestas obtenidas sobre cómo califican la puntualidad del vendedor en sus visitas programadas datan lo siguiente: el 52% de los encuestados calificaron la puntualidad como buena, mientras que el 9% de los encuestados calificaron la puntualidad como excelente, seguida del 8.9% de los encuestados calificaron la puntualidad como regular

En conclusión, La mayoría de los clientes (91%) percibe la puntualidad de los vendedores de Cewi Flowers como buena o excelente, lo que indica un alto nivel de profesionalismo y fiabilidad en el cumplimiento de visitas programadas. Sin embargo, un 8.9% de los encuestados considera la puntualidad como regular, lo que sugiere un área de mejora para alcanzar una calificación más uniforme y positiva.

Pregunta N° 20 ¿Qué tan accesible es el vendedor de Cewi Flowers cuando necesita contactarlo fuera de sus visitas programadas?



Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Nataly Ramos.

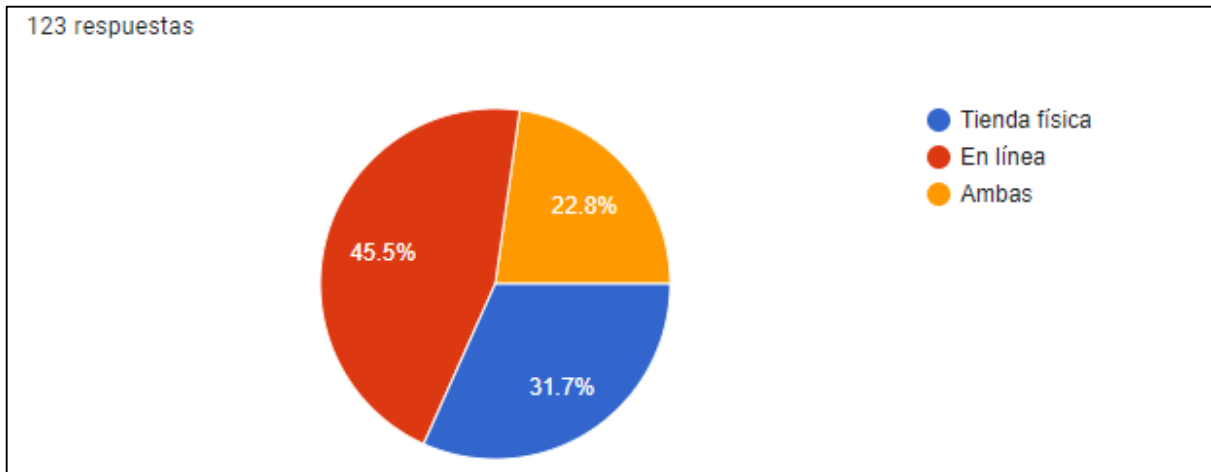
Gráfico # 22

Análisis de resultados y estadística descriptiva

Las respuestas obtenidas sobre lo accesible que es el vendedor de Cewi cuando necesitan contactarlo fuera de sus visitas programadas revelan lo siguiente: un 52% de los encuestados dijeron que el vendedor es muy accesible, un 43.9% de los encuestados dijeron que el vendedor es accesible y un 4.1% de los encuestados se mantuvieron neutrales.

En conclusión, Un 95.9% de los encuestados percibe a los vendedores de Cewi Flowers como accesibles o muy accesibles, lo cual es un indicador positivo de la disposición del personal de ventas para atender las necesidades de los clientes fuera de las visitas programadas. Solo un 4.1% de los encuestados se mostró neutral, indicando una oportunidad mínima para mejorar en este aspecto.

Pregunta N° 21 ¿Prefiere comprar flores de Cewi Flowers en una tienda física o en línea?



Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Nataly Ramos.

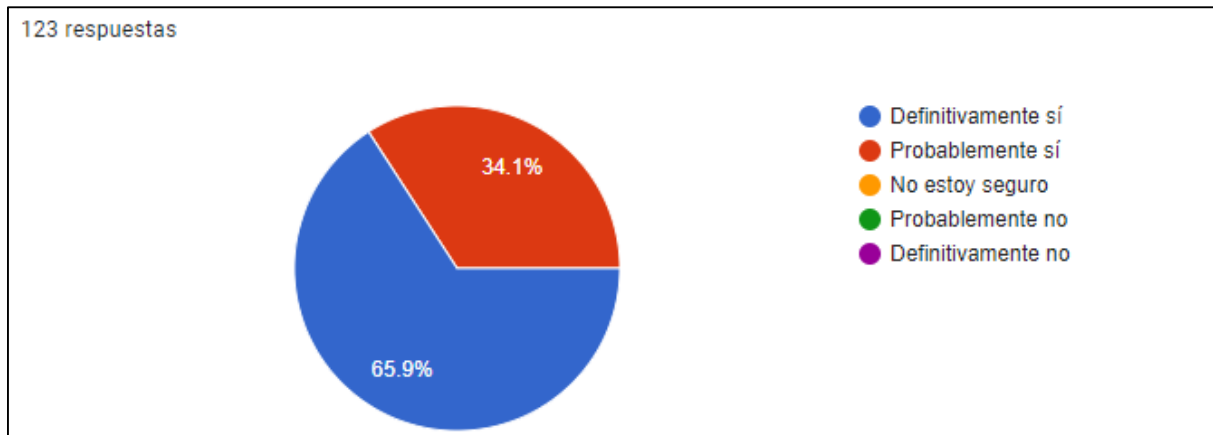
Gráfico # 23

Análisis de resultados y estadística descriptiva

El análisis de las respuestas sobre si prefieren comprar flores de Cewi Flowers en una tienda física o en línea revelan que: un 45,5% dice que prefiere comprar en línea, mientras que un 31,7% dice que prefiere compra en una tienda física y un 22,8% menciona que compraría tanto en una tienda física como en línea.

En conclusión, la mayoría de los clientes de Cewi Flowers 45.5% prefieren realizar sus compras en línea, lo que destaca la importancia de mantener y mejorar la plataforma de comercio electrónico. Un 31.7% todavía prefiere la experiencia de compra en una tienda física, y un 22.8% valoran ambos canales. Esta distribución sugiere que la empresa debe continuar invirtiendo en ambos canales de venta para satisfacer las diversas preferencias de los clientes.

Pregunta N° 22 ¿Recomendaría Cewi Flowers a otros?



Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Nataly Ramos.

Gráfico # 24

Análisis de resultados y estadística descriptiva

El análisis de las respuestas sobre si los encuestados recomendarían Cewi Flowers a otras personas o empresas datan lo siguiente: un 65.9% de los encuestados definitivamente recomendarían a otros y un 34.1% de los encuestados probablemente recomendarían Cewi Flowers a otros.

En conclusión, una abrumadora mayoría de los encuestados están dispuestos a recomendar Cewi Flowers a otros, con un 65.9% que definitivamente lo haría y un 34.1% que probablemente lo haría. Este es un indicador muy positivo de la satisfacción del cliente y la lealtad a la marca, lo que puede aprovecharse en estrategias de marketing de boca en boca y referidos.

5.1.3 Foda Final

ESTRATEGIAS GENERALES		
	FORTALEZAS-F	DEBILIDADES-D
	1 Calidad y frescura de flores, abarcan varios canales de distribución	1 No se cuenta con las licencias ni permisos necesarios para la exportación directa
	2 Confiabilidad y satisfacción del cliente.	2 No existe un proceso definido de cobranzas
	3 Frecuencia de compra alta (semanal).	3 Familiaridad limitada con la marca.
	4 Entregas puntuales, atención personalizada y resolución de problemas de manera óptima	4 Poca presencia en eventos y patrocinios
	5 Buena percepción del servicio al cliente y alta accesibilidad del vendedor.	5 Visitas del vendedor insuficientes
	6 Existe liquidez, las mayores ventas son en volumen	6 No se tiene un proceso definido para el reclutamiento y selección del personal
	7 Liderazgo estratégico y toma de decisiones efectivas, con una clara visión de hacia dónde va la empresa.	7 No existe un sistema de compras bien definido
	8 Ofrece oportunidades de desarrollo profesional y planes de carrera personalizados	8 No se tiene un sistema de CRM incorporado
	9 Implementación de estrategias SEO en ecosistemas digitales	9 No se está haciendo publicidad pagada (SEM) en google o facebook Ads
	10 La identidad corporativa ya está definida	
OPORTUNIDADES-O	ESTRATEGIAS- FO	ESTRATEGIAS- DO
1 Incrementar el reconocimiento de la marca	F1 + F2+O1: Usar la calidad, frescura flores y confiabilidad de la marca como principal mensaje en campañas de marketing para incrementar el reconocimiento de la marca.	D1+O8 Obtener licencias y permisos necesarios para exportación directa, aprovechando las normativas internacionales que facilitan el comercio
2 Aumentar la frecuencia de compra mediante programas de lealtad	F5 + O9: Potenciar las promociones aprovechando la buena percepción del servicio al cliente para aumentar el aprovechamiento de ofertas especiales.	D2+O3 Establecer un proceso de cobranzas claro y eficiente, facilitando métodos de pago alternativos en compras en línea.
3 Expansión de compras en línea y métodos de pago alternativos	F9+O10 Implementar estrategias SEO en ecosistemas digitales para fortalecer la presencia online y potenciar el e-commerce, facilitando las ventas y mejorando la competitividad en el mercado	D3+O1 Aumentar la familiaridad de la marca a través de campañas de marketing y presencia en redes sociales.
4 Preferencias culturales: Aseguran una demanda constante y creciente de flores	F1+O8 Aprovechar la calidad y frescura de las flores para resaltar en mercados internacionales expandiendo la presencia de la marca a nivel mundial.	D5+O5: Mejorar la frecuencia de visitas del vendedor y utilizar acuerdos comerciales y relaciones locales para expandir oportunidades.
5 Acuerdos comerciales y relaciones locales: Facilitan operaciones y expanden oportunidades locales y nacionales.	F7+O5 Utilizar el liderazgo estratégico y la toma de decisiones efectivas para negociar y establecer acuerdos comerciales y relaciones locales.	D8+O9: Incorporar un sistema de CRM para gestionar mejor las relaciones con los clientes y mejorar la satisfacción con los precios.
6 Exclusividad del producto: Aumenta la lealtad del cliente.	F10+O6+O7 Utilizar la identidad corporativa para destacar la exclusividad del producto, aumentando la lealtad del cliente y diferenciándose de los productos sustitutos que tienen precios más elevados	D9+O8 Implementar y desarrollar campañas de publicidad digital (SEM) en plataformas como Google y Facebook para ampliar la presencia en mercados globales.
7 El precio de los productos sustitutos son más elevados	F8+O6 Fomentar el desarrollo profesional para motivar al personal, y ofrecer productos exclusivos para aumentar la lealtad del cliente.	D4+O1 Participar en eventos y patrocinios para establecer contactos e incrementar el reconocimiento de la marca

8 Normativas internacionales: Abren mercados globales y facilitan el comercio.	F4+O3 Utilizar la atención personalizada y la resolución rápida de problemas para promover la expansión de compras en línea y métodos de pago alternativos, ofreciendo soporte al cliente 24/7.	D9+O10 Desarrollar una plataforma de e-commerce robusta y ejecutar campañas de publicidad digital (SEM) para atraer y retener clientes a través de canales online.
9 Mejorar la satisfacción con los precios mediante promociones atractivas		
10 Implementación de e-commerce		
AMENAZAS-A	ESTRATEGIAS -FA	ESTRATEGIAS- DA
1 Inestabilidad geopolítica global, conflictos internacionales Cambios en el Gobierno y políticas nacionales	F7+A2+a7 Utilizar el liderazgo estratégico para tomar decisiones efectivas en tiempos de crisis financieras e inflación y en adopción de nuevas tecnologías.	D2+A2 Desarrollar e implementar un sistema de cobranzas eficiente para mejorar el flujo de caja y reducir el impacto negativo de las crisis económicas en la rentabilidad.
2 Crisis financieras e inflación: aumentan los costos y reducen márgenes de ganancia	F1+A3 Utilizar la capacidad de distribución y la alta calidad para innovar en la oferta de productos, adaptándose rápidamente a las nuevas preferencias del consumidor.	D6+A4 Implementar un proceso de reclutamiento y selección que asegure la contratación de talento calificado, mejorando la competitividad y capacidad de la empresa para enfrentar a la competencia.
3 Cambios en preferencias del consumidor: pueden reducir la demanda de ciertos productos.	F2,4,5+A4 Utilizar la buena calificación de la confiabilidad de la marca, entregas puntuales y percepción del servicio al cliente para lanzar campañas de fidelización que retengan a los clientes actuales frente a la competencia.	D1+A1 Formar alianzas estratégicas con entidades locales e internacionales que faciliten la obtención de licencias y permisos necesarios, asegurando el cumplimiento de las normativas y mitigando el impacto de los cambios políticos.
4 Alta competencia, la intensidad de la competencia es fuerte	F3+A5 Desarrollar un programa de fidelización que ofrezca beneficios exclusivos a los clientes recurrentes, incentivando la lealtad y reduciendo la probabilidad de que opten por productos sustitutos	D8+A4 Implementar un sistema de CRM robusto para mejorar la experiencia del cliente y diferenciarse de la competencia.
5 El usuario puede optar por trabajar con otros sustitutos.	F1+A4 Aumentar la competitividad manteniendo la calidad y frescura de las flores en varios canales de distribución.	D9+A4 Desarrollar y ejecutar campañas de marketing digital pagado (SEM) para aumentar la visibilidad de la marca, atraer nuevos clientes y mantener una ventaja competitiva en el mercado.
6 Cambio climático: Afecta la producción y aumenta costos.	F8+A6 Ofrecer oportunidades de desarrollo profesional y planes de carrera personalizados para adaptarse a los cambios climáticos que afecten la producción.	D7+A6 Definir un sistema de compras bien estructurado para mitigar el impacto de los costos aumentados por los cambios climáticos.
7 Costo de adopción de nuevas tecnologías pueden ser alta y representar un riesgo financiero si no se implementa correctamente.		

5.1.4 Selección de variables para el Plan de Negocio Digital

5.1.5 Perfil del consumidor

El perfil del consumidor de Cewi Flowers se puede definir a partir de los datos obtenidos en la investigación de mercado. Los clientes de Cewi Flowers son mayoritariamente personas

familiarizadas con la marca, confían en la calidad y el servicio ofrecido, y tienen una preferencia marcada por las compras en línea.

- **Género:** Mayoría femenina
- **Edad:** 20-40 años
- **Ingresos:** Medio a alto
- **Ocupación:** Profesionales, emprendedores, empresarios, Diseñadora de Interiores, decoración y floristería
- **Localización:** Principalmente áreas urbanas, en la provincia de Pichincha.

5.1.5.1 Gustos, preferencias e intereses

Los consumidores de CEWI Flowers tienen un claro interés en la variedad y calidad de las flores, así como en un servicio al cliente eficiente y confiable. Prefieren realizar compras a través de medios digitales y valoran las promociones y ofertas especiales.

- **Preferencias:** Flores de alta calidad, buen estado de entrega
- **Intereses:** Decoración de eventos, regalos, decoración del hogar
- **Valoraciones:** Servicio al cliente, tiempos de entrega, precios competitivos

5.1.5.2 Segmento de mercado

El segmento de mercado de Cewi Flowers incluye:

- **Empresas:** Empresas florícolas, tiendas de flores, floristerías y decoradores de eventos.
- **Cientes individuales:** Personas que compran flores para uso personal o para regalar.
- **Canales digitales:** Clientes que prefieren comprar en línea debido a la conveniencia y la facilidad de acceso a la información y promociones.

5.1.5.3 Producto o servicio

Cewi Flowers ofrece una variedad de productos florales, destacándose por la calidad de sus alstroemerias y la futura inclusión de rosas en su línea de productos. Además, ofrecen arreglos florales, bouquets y productos complementarios como floreros.

- **Productos principales:** Bonches de alstroemerias, arreglos florales, bouquets
- **Productos complementarios:** Floreros.
- **Futuras expansiones:** Rosas

5.1.5.4 Promoción y Comunicación

Para la promoción y comunicación, Cewi Flowers debe centrarse en campañas tanto digitales como tradicionales, utilizando plataformas de redes sociales y correo electrónico para alcanzar a sus clientes actuales y potenciales.

- **Canales digitales:** Redes sociales (Instagram, Facebook, Tik Tock, Youtube), correo electrónico, sitio web
- **Canales tradicionales:** Publicidad en tiendas físicas, colaboraciones con eventos locales
- **Mensajes clave:** Calidad, variedad, servicio al cliente, promociones y ofertas especiales

5.1.5.5 Precios

Los precios de Cewi Flowers están diseñados para ser competitivos y accesibles para su público objetivo, con opciones de precios que varían según el tipo de producto y la cantidad comprada.

- **Estrategia de precios:** Precios competitivos, descuentos por volumen, promociones especiales
- **Percepción del cliente:** 40.7% muy satisfecho, 38.2% satisfecho, 21.1% neutral

5.1.5.6 Forma de compra en el canal de distribución

La mayoría de los clientes prefieren comprar en línea, aunque una porción significativa también valora la opción de comprar en tiendas físicas.

- **Compra en línea:** 45.5%
- **Tienda física:** 31.7%

- **Ambas opciones:** 22.8%

5.1.5.7 Hábitos de consumo y decisión de compra

Los hábitos de consumo y decisión de compra muestran una tendencia a compras regulares y aprovechamiento de promociones.

- **Frecuencia de compra:** Semanalmente (52.8%), quincenalmente (25.2%), mensualmente (17.1%)
- **Aprovechamiento de promociones:** 32.5% siempre, 15.4% a menudo, 17.1% a veces

5.1.5.8 Forma de pago y logística de entrega

La forma de pago preferida es la transferencia bancaria, seguida de pagos en efectivo. La logística de entrega debe garantizar la puntualidad y la calidad del estado de las flores al momento de la entrega.

- **Formas de pago:** Transferencias bancarias (52%), efectivo (46.3%), cheques (1.6%)
- **Logística de entrega:** 50.4% satisfecho, 44.7% muy satisfecho con el tiempo de entrega

5.1.6 Planificación estratégica: Objetivos, Estrategias, Metas, Plan de acción, responsables, presupuesto

https://docs.google.com/spreadsheets/d/17ejZa44bsAx6xTIV6GgXYAAa93MXWkjh/edit?usp=drive_link&oid=117067610803805829976&rtpof=true&sd=true

CAPÍTULO VI: PROCESO LEGAL, ORGANIZACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE MARKETING DIGITAL Y CONTENIDO

6.1 Normativa del Comercio electrónico en Ecuador y Ley Consumidor

La Ley de Comercio Electrónico, Firmas y Mensajes de Datos de Ecuador es relevante para Cewi Flowers, especialmente en aspectos relacionados con la comercialización electrónica de flores. Los artículos más relevantes y su relación con Cewi Flowers son:

"**Art. 1.-** Objeto de la ley.- Esta ley regula los mensajes de datos, la firma electrónica, los servicios de certificación, la contratación electrónica y telemática, la prestación de servicios electrónicos, a través de redes de información, incluido el comercio electrónico y la protección a los usuarios de estos sistemas" (DerechoEcuador).

Este artículo es crucial, ya que cualquier transacción en línea que se realice, desde pedidos de clientes hasta contratos con proveedores, estará cubierta por esta ley.

"**Art. 2.-** Reconocimiento jurídico de los mensajes de datos. - Los mensajes de datos tendrán igual valor jurídico que los documentos escritos. Su eficacia, valoración y efectos se someterá al cumplimiento de lo establecido en esta ley y su reglamento" (DerechoEcuador).

Cualquier comunicación o contrato realizado electrónicamente con clientes y proveedores tiene la misma validez que uno en papel.

"**Art. 5.-** Confidencialidad y reserva. - Se establecen los principios de confidencialidad y reserva para los mensajes de datos, cualquiera sea su forma, medio o intención. Toda violación a estos principios, principalmente aquellas referidas a la intrusión electrónica, transferencia ilegal de mensajes de datos o violación del secreto profesional, será sancionada conforme a lo dispuesto en esta ley y demás normas que rigen la materia." (DerechoEcuador).

El uso de firmas electrónicas para validar pedidos, contratos y otros documentos legales agiliza los procesos y garantiza la seguridad y autenticidad de las transacciones electrónicas.

Artículo 7 - Procedencia e identidad de un mensaje de datos: Este artículo detalla cómo se verifica la identidad del emisor de un mensaje de datos mediante la firma electrónica. Esto es vital para asegurar que las transacciones y comunicaciones de un negocio en línea sean seguras y verificables, lo que aumenta la confianza de clientes y socios comerciales (DerechoEcuador).

“Art. 9.- Protección de datos. - Para la elaboración, transferencia o utilización de bases de datos, obtenidas directa o indirectamente del uso o transmisión de mensajes de datos, se requerirá el consentimiento expreso del titular de éstos, quien podrá seleccionar la información a compartirse con terceros.” (DerechoEcuador).

Este artículo asegura la protección de los datos personales recogidos, tratados y utilizados en el marco del comercio electrónico. Para tu negocio, es vital proteger la información de tus clientes y cumplir con las normativas de privacidad, lo que contribuye a la confianza del cliente en tus servicios.

“Art. 13.- Firma electrónica. - Son los datos en forma electrónica consignados en un mensaje de datos, adjuntados o lógicamente asociados al mismo, y que puedan ser utilizados para identificar al titular de la firma en relación con el mensaje de datos, e indicar que el titular de la firma aprueba y reconoce la información contenida en el mensaje de datos.” (DerechoEcuador).

Esto permite la formalización de acuerdos con clientes y proveedores de manera eficiente y segura a través de medios electrónicos.

“Art. 16.- La firma electrónica en un mensaje de datos. - Cuando se fijare la firma electrónica en un mensaje de datos, aquélla deberá enviarse en un mismo acto como parte integrante del mensaje de datos o lógicamente asociada a éste. Se presumirá legalmente que el mensaje de datos firmado electrónicamente conlleva la voluntad del emisor, quien se someterá al cumplimiento de las obligaciones contenidas, en dicho mensaje de datos, de acuerdo a lo determinado en la ley”. (DerechoEcuador).

Este artículo asegura que los usuarios de servicios electrónicos estén protegidos. Esto incluye la protección de datos personales y la garantía de que las transacciones en línea sean seguras y transparentes. Este aspecto es crucial para mantener la confianza de clientes al realizar compras a través de plataformas de comercio electrónico.

“**Art. 48.-** Consentimiento para aceptar mensajes de datos.- Previamente a que el consumidor o usuario exprese su consentimiento para aceptar registros electrónicos o mensajes de datos, debe ser informado clara, precisa y satisfactoriamente, sobre los equipos y programas que requiere para acceder a dichos registros o mensajes. El usuario o consumidor, al otorgar o confirmar electrónicamente su consentimiento, debe demostrar razonablemente que puede acceder a la información objeto de su consentimiento.” (DerechoEcuador).

Asegura que los consumidores estén plenamente informados sobre los equipos y programas necesarios para acceder a registros electrónicos antes de dar su consentimiento. Esto es vital para Cewi Flowers porque garantiza que tus clientes puedan acceder y utilizar correctamente los servicios electrónicos, manteniendo la transparencia y evitando malentendidos.

“**Art. 49.-** Consentimiento para el uso de medios electrónicos.- De requerirse que la información relativa a un servicio electrónico, incluido el comercio electrónico, deba constar por escrito, el uso de medios electrónicos para proporcionar o permitir el acceso a esa información, será válido si: a) El consumidor ha consentido expresamente en tal uso y no ha objetado tal consentimiento; y, b) El consumidor en forma previa a su consentimiento ha sido informado, a satisfacción, de forma clara y precisa.” (DerechoEcuador).

Implica obtener el consentimiento explícito de los clientes para recibir información y documentos electrónicamente, asegurando que estén informados sobre sus derechos y opciones, lo que mejora la confianza y la satisfacción del cliente.

“**Art. 50.-** Información al consumidor. - En la prestación de servicios electrónicos en el Ecuador, el consumidor deberá estar suficientemente informado de sus derechos y obligaciones, de conformidad con lo previsto en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y su Reglamento.” (DerechoEcuador).

Para Cewi Flowers, esto significa ser claro y detallado en la publicidad y promoción, permitiendo a los clientes acceder fácilmente a toda la información disponible sin restricciones y proporcionando medios para que puedan optar por recibir o no mensajes

periódicos. Esto no solo protege a los consumidores, sino que también mejora su experiencia y puede aumentar la lealtad hacia el negocio.

6.1.1 LEY ORGÁNICA DEL CONSUMIDOR

Artículo 4: Derechos del Consumidor. Este artículo establece los derechos fundamentales de los consumidores, como el derecho a recibir productos de calidad, seguros y adecuados para su uso. Para Cewi Flowers, esto significa que las flores que vendas deben cumplir con estándares de calidad y no representar riesgos para los consumidores.

Artículo 9: Información Pública: Requiere que todos los bienes comercializados, incluyendo las flores, exhiban sus precios, colores y medidas claramente. Esto es importante para el negocio para asegurar que los consumidores están bien informados sobre lo que están comprando.

Artículo 11: Garantía: Aunque las flores no son bienes duraderos, si se ofrece algún tipo de garantía sobre tus productos (por ejemplo, frescura garantizada por cierto número de días), se debe especificar claramente las condiciones de esta garantía.

Artículo 13: Producción Transgénica: Si alguna de las flores ha sido modificada genéticamente, esta información debe ser claramente indicada. Es importante tener en cuenta esta regulación.

Artículo 21: Facturas: Se está obligado a entregar facturas que documenten cada transacción, asegurando que el negocio realizado quede registrado formalmente. Esto es crucial para la transparencia y para el cumplimiento de las leyes tributarias.

Artículo 23: Deterioro de los bienes: Si durante el proceso de acondicionamiento o entrega las flores sufren deterioro, se debe compensar al consumidor por el daño. Esto asegura que el producto llegue en óptimas condiciones al cliente.

Capítulo XIII: Infracciones y sanciones (Artículos 70-84): Estos artículos detallan las sanciones por incumplimiento de la ley. Es vital que el negocio cumpla con todas las regulaciones para evitar multas y sanciones.

Conclusión: Cumplir con estos artículos no solo asegura que el negocio opera legalmente, sino que también mejora la confianza y satisfacción del cliente, lo que puede resultar en un mejor desempeño comercial. Es recomendable revisar regularmente la legislación y asegurarse de que todas las prácticas del negocio están alineadas con estas regulaciones.

6.1.2 LEY ORGÁNICA PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y AUDIOVISUAL

➤ **Artículo 1: Objetivos Generales y Específicos**

- **Objetivos Generales:** Promover la creación de oportunidades mediante la atracción y fomento de inversiones de la economía digital global.

Esto es relevante porque la adopción de tecnologías digitales en el negocio puede atraer inversiones y abrir nuevas oportunidades de mercado.

- Incentivar la creación de empleos de calidad.

Implementar tecnologías digitales puede mejorar la eficiencia y crear empleos especializados en áreas como TI y marketing digital.

➤ **Artículo 2: Ejes de la Ley**

- **Economía Digital:** Transformación Digital de estructura productiva, Comercio Electrónico.

La transformación digital del negocio mediante el comercio electrónico puede expandir el mercado y mejorar la competitividad.

➤ **Artículo 4: De la Transformación Digital**

- Proceso continuo de adopción multimodal de tecnologías digitales.

Adoptar tecnologías digitales puede optimizar los procesos de producción y comercialización, mejorando la eficiencia y la calidad del servicio.

➤ **Artículo 5: Definiciones**

- Tecnologías Digitales.

Incluir tecnologías como Internet, dispositivos móviles y analítica de datos puede mejorar la gestión de la empresa.

- Entorno Digital.

Crear un entorno digital interconectado para mejorar la interacción con clientes y proveedores.

➤ **Artículo 6: Del Gobierno Digital**

- Uso estratégico de tecnologías digitales y datos en la Administración Pública.

La integración de tecnologías digitales en la empresa debe alinearse con las estrategias de modernización del gobierno, asegurando conformidad y aprovechando posibles incentivos.

Estos artículos, en conjunto, proporcionan un marco para que tu negocio se adapte y aproveche las oportunidades que ofrece la transformación digital en Ecuador. Implementar tecnologías digitales puede ayudarte a optimizar tus operaciones, mejorar la experiencia del cliente y asegurar la protección de datos y la ciberseguridad.

6.1.3 Normativa y Ley para registrar la marca en la SENADI Ecuador

Registrar una marca en Ecuador a través del Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI) implica seguir una serie de pasos específicos y cumplir con ciertos requisitos.

1. Búsqueda de Antecedentes:

- Realiza una búsqueda fonética para verificar que la marca no esté registrada previamente. Este paso es importante para evitar conflictos futuros y tiene un costo de aproximadamente 16 USD.

2. Registro en el Sistema de SENADI:

- Accede a la plataforma de SENADI y regístrate para obtener un casillero virtual. Necesitarás un usuario y contraseña, que se enviarán a tu correo electrónico.

3. Pago de Tasas:

- Genera un comprobante de pago a través de la plataforma de SENADI. El costo del trámite de registro es de 208 USD, y este pago se puede realizar en el Banco del Pacífico o a través de transferencia bancaria

4. Solicitud de Registro:

- Llena el formulario de solicitud de signos distintivos en la plataforma de SENADI, proporcionando todos los datos necesarios sobre tu marca. Este formulario puede incluir tanto el nombre de la marca como cualquier diseño o logotipo que quieras registrar.

5. Revisión y Publicación:

- SENADI revisará tu solicitud y, si no hay objeciones, publicará la marca en la Gaceta Oficial de Propiedad Industrial. Cualquier persona puede presentar una oposición durante el período de publicación.

6. Resolución y Concesión:

- Si no hay oposiciones o si estas se resuelven a tu favor, SENADI emitirá una resolución concediendo el registro de la marca. Este registro es válido por 10 años, con la posibilidad de renovarlo indefinidamente.

Consideraciones Adicionales:

- **Duración del Proceso:** El proceso completo puede durar entre 5 a 10 meses, dependiendo de si se presentan oposiciones y la carga de trabajo del SENADI
- **Asistencia Legal:** Aunque no es obligatorio, puede ser útil contar con un abogado especializado en propiedad industrial para manejar oposiciones o apelaciones en caso de que surjan conflictos durante el proceso.

Registrar tu marca te otorga derechos exclusivos sobre su uso en Ecuador y te permite tomar acciones legales contra infractores, lo cual es crucial para proteger tu negocio y posicionamiento en el mercado.

1.7.2

1.7.3 6.2 Normativa Tributaria para tiendas en línea en Ecuador

Para Cewi Flowers, un negocio dedicado a la producción y comercialización de flores, es importante comprender cómo la normativa tributaria para tiendas en línea puede afectar la operación.

Requisitos Clave para Vender en Línea

1. **Inscripción en el Registro Único de Contribuyentes (RUC):**
 - Es obligatorio inscribirse en el RUC para formalizar el negocio. Esto permite identificar ante el Servicio de Rentas Internas (SRI) y clasificar según los ingresos, lo cual es esencial para cumplir con las obligaciones tributarias.
2. **Emisión de Comprobantes de Venta:**
 - Emitir comprobantes de venta autorizados es crucial para la transparencia y legalidad de transacciones. Dependiendo de los ingresos, se podría necesitar emitir facturas electrónicas o notas de venta con la leyenda “Contribuyente Negocio Popular - Régimen RIMPE”.
3. **Llevar Registros de Ingresos y Gastos:**
 - Mantener un registro detallado de ingresos y gastos ayudará a gestionar mejor las finanzas y determinar correctamente los impuestos a pagar. Se puede usar un sistema de contabilidad manual o digital para facilitar este proceso.
4. **Declaraciones y Pagos de Impuestos:**
 - Se debe presentar declaraciones de IVA mensualmente y de Impuesto a la Renta (IR) anualmente según el calendario tributario. Esto asegura que se cumpla con las obligaciones fiscales para evitar sanciones.
5. **Empadronamiento de Anónimos Fiscales:**
 - El SRI realiza controles sobre las personas que venden en redes sociales para asegurar el pago de impuestos. Este empadronamiento es parte del proceso de formalización y control tributario.

Información Adicional del SRI para Venta en Redes Sociales y Línea

- **Declaración de IVA y IR:**
 - Si tus ventas anuales oscilan entre USD 20,001 y USD 300,000, se deberá declarar el IVA cada seis meses y pagar una tarifa de IR del 1% al 2% basada en los ingresos.
- **Obligación de Presentarse ante el SRI:**
 - Disponibilidad para cualquier requerimiento del SRI, lo cual puede incluir auditorías o verificaciones.

Cumplir con estas normativas no solo asegura operar legalmente, sino que también facilita la gestión y crecimiento del negocio al mantener todas las operaciones financieras y tributarias en orden.

6.3 Organización del Departamento de Inbound Marketing

El Departamento de Inbound Marketing de Cewi Flowers se organiza con el objetivo de atraer, convertir, cerrar y deleitar a los clientes utilizando estrategias centradas en el contenido de valor y la interacción continua. Este departamento está estructurado de la siguiente manera:

- **Director de Marketing**
- **Community Manager**
- **Diseñador Gráfico**
- **Asesor Comercial Virtual**

6.4 Puestos claves del Departamento

- **Director de Marketing:** Responsable general del departamento y la estrategia de marketing. Optimiza la presencia en motores de búsqueda y gestiona campañas de publicidad en línea.
- **Community Manager:** Gestiona las redes sociales y la interacción con la comunidad online.

- **Diseñador Gráfico:** Crea elementos visuales atractivos y coherentes con la identidad de la marca.
- **Asesor Comercial Virtual:** Asiste a los clientes en línea y fomenta la conversión de leads en clientes.

6.5 Funciones del Departamento

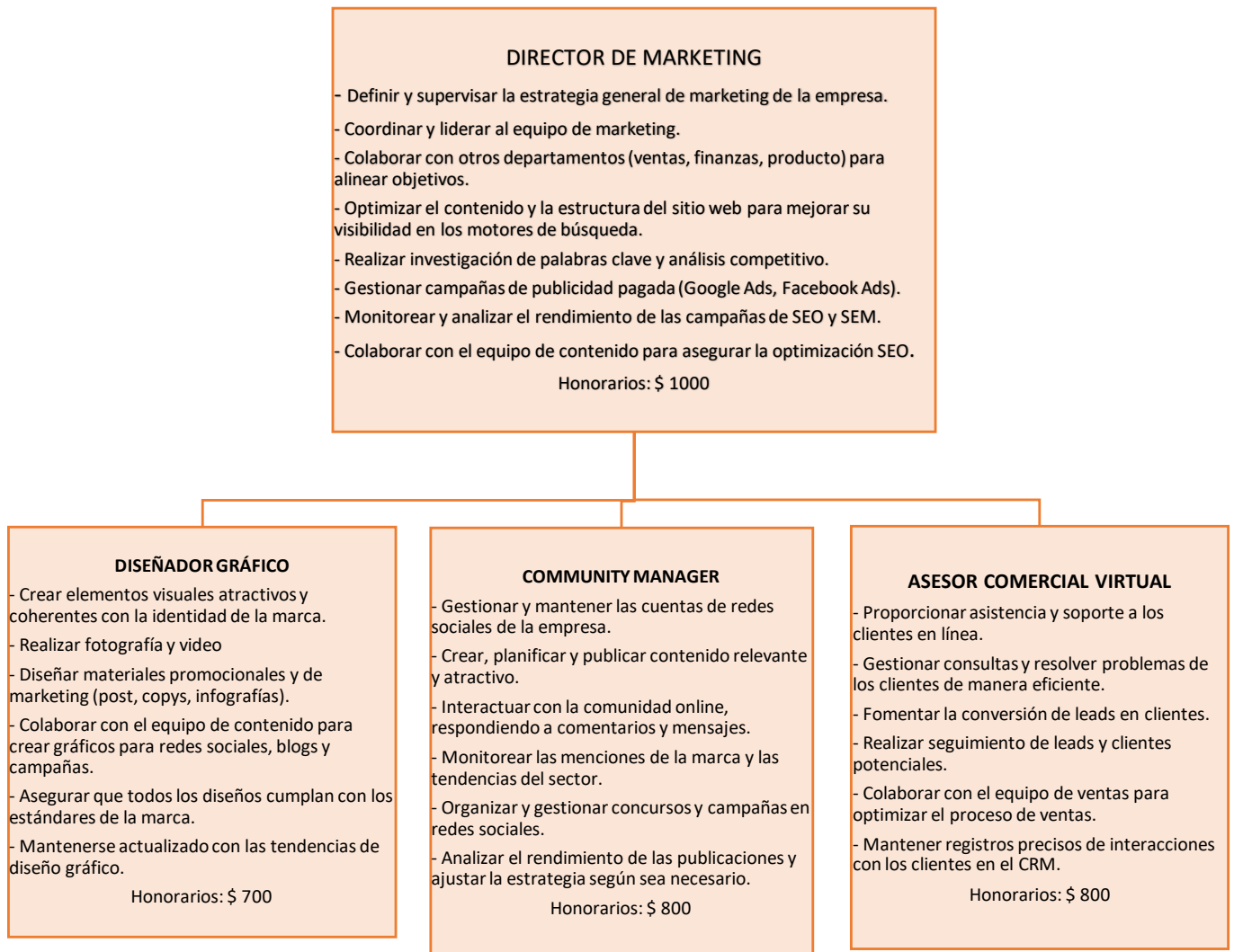
El Departamento de Inbound Marketing de Cewi Flowers tiene como objetivo principal atraer, convertir, cerrar y deleitar a los clientes mediante estrategias centradas en contenido de valor y una comunicación constante. Las principales funciones del departamento son:

- **Generación de Contenidos:**
 - Crear y gestionar contenido relevante y atractivo para atraer a la audiencia y generar leads cualificados.
 - Desarrollar blogs, artículos, ebooks, y otros materiales informativos.
 - Planificar y ejecutar campañas de email marketing con contenido personalizado.
- **SEO y SEM:**
 - Optimizar el contenido y la estructura del sitio web para mejorar la visibilidad en los motores de búsqueda.
 - Gestionar campañas de publicidad pagada para aumentar la visibilidad y atraer tráfico cualificado.
 - Realizar análisis continuo y ajustes de estrategias basados en el rendimiento.
- **Gestión de Redes Sociales:**
 - Publicar contenido regular y relevante en las plataformas de redes sociales.
 - Interactuar con la audiencia y construir una comunidad en torno a la marca.
 - Monitorear menciones de la marca y tendencias del sector.
- **Atención y Asesoría Comercial Virtual:**
 - Proporcionar soporte y asistencia a los clientes en línea.
 - Gestionar consultas y resolver problemas de manera eficiente.
 - Realizar seguimiento de leads y fomentar la conversión a clientes.
- **Diseño Gráfico:**

- Crear elementos visuales para apoyar las estrategias de contenido y campañas de marketing.
- Diseñar materiales promocionales y gráficos para redes sociales.
- Asegurar la coherencia visual en todas las comunicaciones de la marca.
- **Automatización de Marketing:**
 - Configurar y gestionar campañas de email marketing automatizadas.
 - Implementar flujos de trabajo para nutrir leads y convertirlos en clientes.
 - Utilizar herramientas de automatización para mejorar la eficiencia de las campañas.
- **Análisis de Datos:**
 - Monitorear y analizar el rendimiento de las estrategias de inbound marketing.
 - Realizar ajustes basados en datos para mejorar la efectividad.
 - Generar informes de rendimiento y ROI de las campañas.
- **Gestión de Proyectos:**
 - Coordinar y supervisar las diferentes iniciativas y campañas de marketing.
 - Asegurar que se cumplan los objetivos y plazos.
 - Colaborar con otros departamentos para alinear estrategias y objetivos.

Esta estructura organizativa garantiza que cada área del inbound marketing trabaje de manera cohesionada para alcanzar los objetivos estratégicos de Cewi Flowers, manteniendo una fuerte presencia digital y una relación constante con los clientes.

6.6 Organigrama Orgánico-Funcional



Relaciones Funcionales

- **Director de Marketing:**
 - Coordina y supervisa a todos los miembros del equipo.
 - Define la estrategia de marketing y asegura la correcta implementación de las tácticas.
 - Coordina con el Community Manager para alinear las campañas de publicidad con el contenido en redes sociales.
 - Colabora con el Diseñador Gráfico para optimizar el contenido visual para SEO.
- **Community Manager:**

- Trabaja en estrecha colaboración con el Diseñador Gráfico para crear contenido visualmente atractivo.
- Colabora con el Especialista en SEO y SEM para promover el contenido en redes sociales y aumentar la visibilidad.
- **Asesor Comercial Virtual:**
 - Trabaja con el Community Manager y el Especialista en SEO y SEM para entender mejor las necesidades de los clientes y proporcionar una experiencia coherente.
 - Colabora con el Director de Marketing para desarrollar estrategias de conversión de leads.
- **Diseñador Gráfico:**
 - Trabaja con el Community Manager y el director de Marketing también especialista en SEO y SEM para asegurar que todo el contenido visual cumple con los estándares de la marca y está optimizado para SEO.
 - Apoya al Asesor Comercial Virtual proporcionando materiales visuales para ayudar en la conversión de clientes.

6.7 Implementar campañas con Inbound Marketing: Metodología

Para implementar campañas de Inbound Marketing, es fundamental seguir una metodología estructurada. Los pasos a seguir son:

- 1. Definir al Buyer Persona :** Identificar y crear un perfil detallado del cliente ideal, basado en datos demográficos, comportamiento, motivaciones y objetivos.
- 2. Estudiar el Buyer's Journey :** Analizar el proceso de compra del cliente, desde que surge una necesidad hasta que adquiere el producto o servicio. Este proceso suele dividirse en etapas: conciencia, consideración y decisión.

3. **Perfilar el proceso de venta** : Establecer las etapas del proceso de venta que alinean con el Buyer's Journey, asegurando que cada etapa proporcione valor y facilite el avance del cliente hacia la compra.
4. **Planificar una estrategia de contenidos** : Crear y distribuir contenido relevante que atraiga y convierta a los visitantes en leads. Considere el tipo de información, el formato, el momento de publicación y los canales de distribución.
5. **Captar tráfico web** : Utilizar diversas tácticas de marketing para atraer visitantes al sitio web, incluyendo SEO, redes sociales, email marketing, publicidad online y colaboraciones estratégicas.
6. **Optimizar la conversión de visitantes en leads** : Implementar estrategias para que los visitantes dejen sus datos y se conviertan en leads, utilizando landing pages, formularios, CTAs (Call-to-Action), etc.
7. **Automatizar el marketing** : Usar técnicas como lead nurturing y lead scoring para nutrir y calificar a los leads, guiándolos a través del embudo de ventas hasta que estén listos para comprar.
8. **Realizar ofertas comerciales**: Presentar ofertas comerciales a los leads calificados para convertirlos en clientes.

METODOLOGÍA DE INBOUND MARKETING PARA EN CEWI FLOWERS

6.7.1 Buyer Persona:

- Edad: 20-40 años
- Género: Mayoritariamente mujeres
- Profesión: Profesionales, emprendedores, empresarios, Diseñadora de Interiores, decoración y florista
- Intereses: Decoración, eventos, regalos.

6.7.2 Buyer's Journey

1. Conciencia:

Objetivo: Hacer que los clientes potenciales reconozcan su necesidad.

- Estrategias: Contenido educativo (blogs, infografías, videos), SEO y SEM, publicaciones en redes sociales.

2. Consideración:

Objetivo: Permitir que los clientes potenciales comparen soluciones.

- Estrategias: Casos de estudio, testimonios, muestras de productos, guías comparativas y consultas personalizadas.

3. Decisión:

Objetivo: Convencer al cliente potencial de que CEWi Flowers es la mejor opción.

- Estrategias: Promociones y descuentos, garantías de satisfacción, propuestas de venta personalizadas y seguimiento proactivo.

6.7.3 Sales Process:

1. Prospección:

Objetivo: Identificar y calificar clientes potenciales.

- **Acciones:** Investigación de mercado, generación de leads, creación y mantenimiento de listas de contactos.

2. Contacto Inicial:

Objetivo: Establecer comunicación con el cliente potencial.

- **Acciones:** Llamadas y correos electrónicos, conexión en redes, participación en eventos de la industria.

3. Calificación:

Objetivo: Determinar si el lead es una oportunidad de venta válida.

- **Acciones:** Entrevistas, encuestas y evaluación del ajuste con el perfil de cliente ideal.

4. Presentación:

Objetivo: Mostrar cómo los productos de Cewi Flowers pueden satisfacer las necesidades del cliente.

- **Acciones:** Presentaciones personalizadas, envío de muestras, demostraciones de productos.

5. Manejo de Objeciones:

Objetivo: Resolver las dudas y preocupaciones del cliente.

- **Acciones:** Responder preguntas comunes, utilizar testimonios y casos de estudio, enfatizar los beneficios y el valor único.

6. Cierre:

Objetivo: Finalizar la venta y obtener el compromiso del cliente.

- **Acciones:** Enviar propuestas formales, negociar términos, redactar y firmar el contrato.

7. Seguimiento:

Objetivo: Asegurar la satisfacción del cliente y fomentar relaciones a largo plazo.

- **Acciones:** Enviar encuestas de satisfacción, ofrecer soporte post-venta, desarrollar programas de lealtad y ofrecer incentivos para futuras compras.

6.8 Técnica lluvia de ideas para Promociones y Contenido

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1ot-x5OziWjIE_mB_bYN-wIvwtKTw1Flh/edit?usp=drive_link&oid=117067610803805829976&rtpof=true&sd=true

6.9 Plan de Contenidos

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1KWMWOWDbofU7uc6myjYqRAYQ6Wi14-Hk/edit?usp=drive_link&oid=117067610803805829976&rtpof=true&sd=true

6.10 Cronograma de anuncios

https://docs.google.com/spreadsheets/d/16JGzxcjdnmJHgrHe_5haBVP0_c-8I5iB/edit?usp=drive_link&oid=117067610803805829976&rtpof=true&sd=true

CAPÍTULO VII: PROCESO TÉCNICO LOGÍSTICO E IMPLEMENTACIÓN DE TODO EL ECOSISTEMA DIGITAL

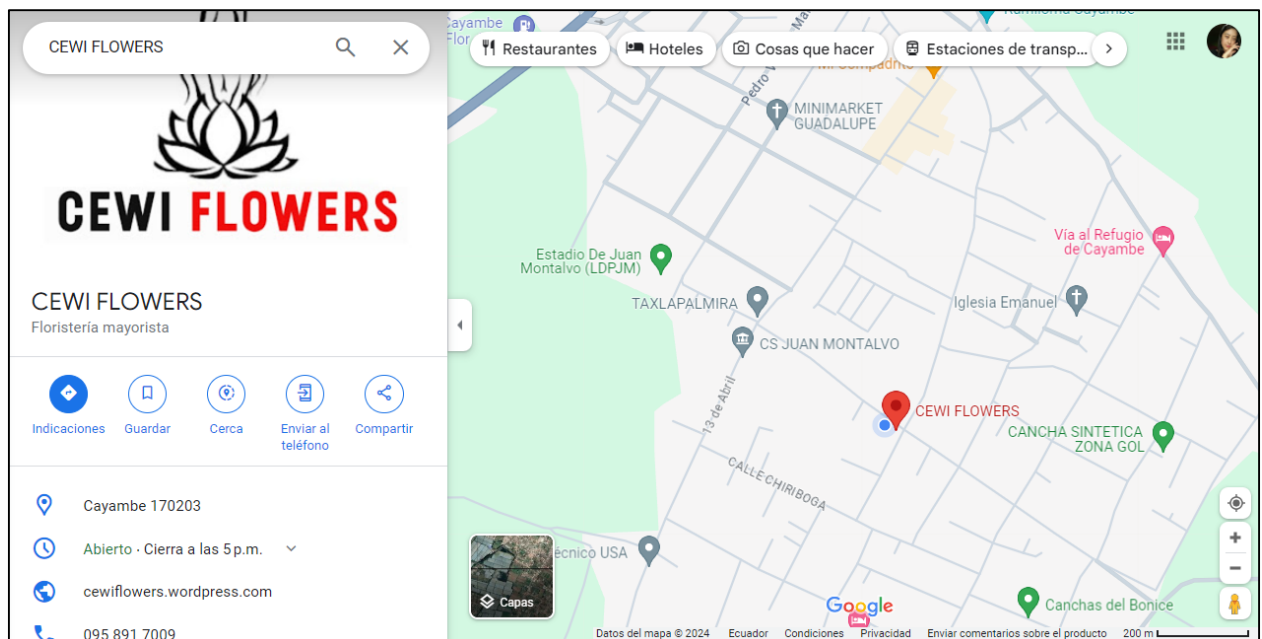
7.1 Presentación Sitios Web actuales: Sitio web con Wordpress, Perfil del Negocio

Sitio web con Wordpress

<https://cewiflowers.wordpress.com/>



Perfil del negocio

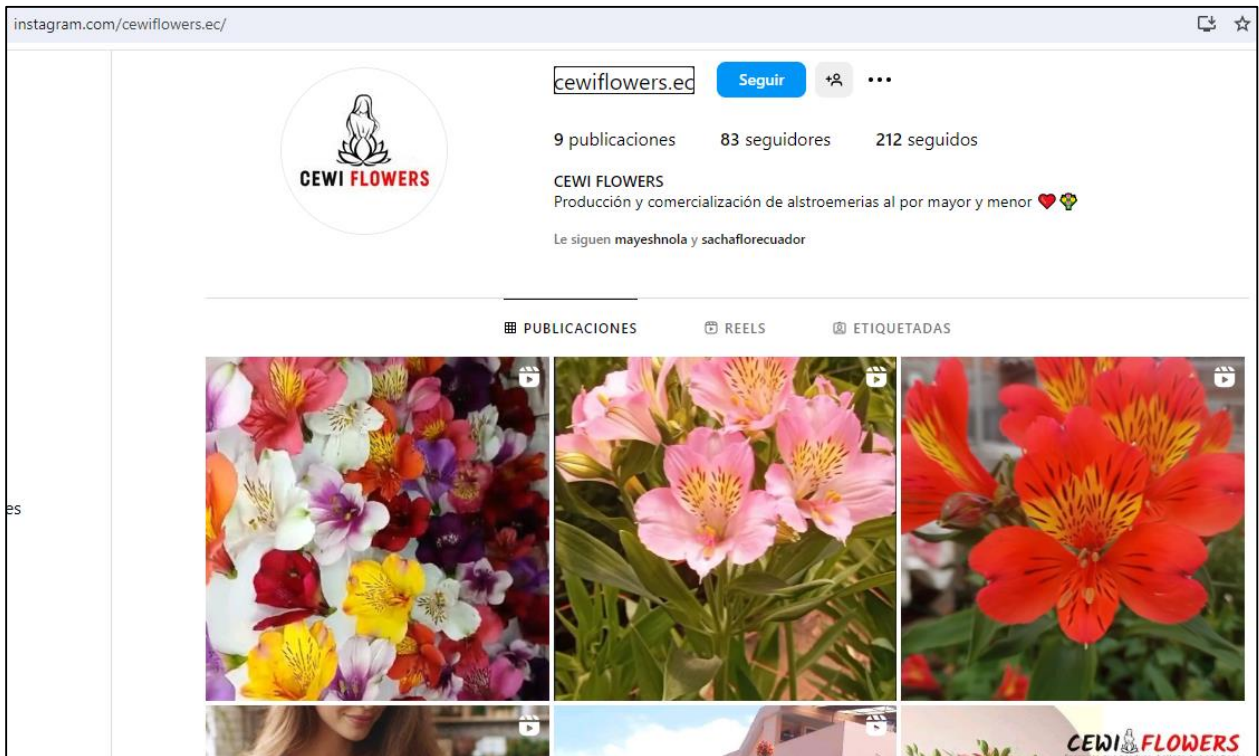


7.2 Presentación e integración de todas las redes sociales.

Facebook



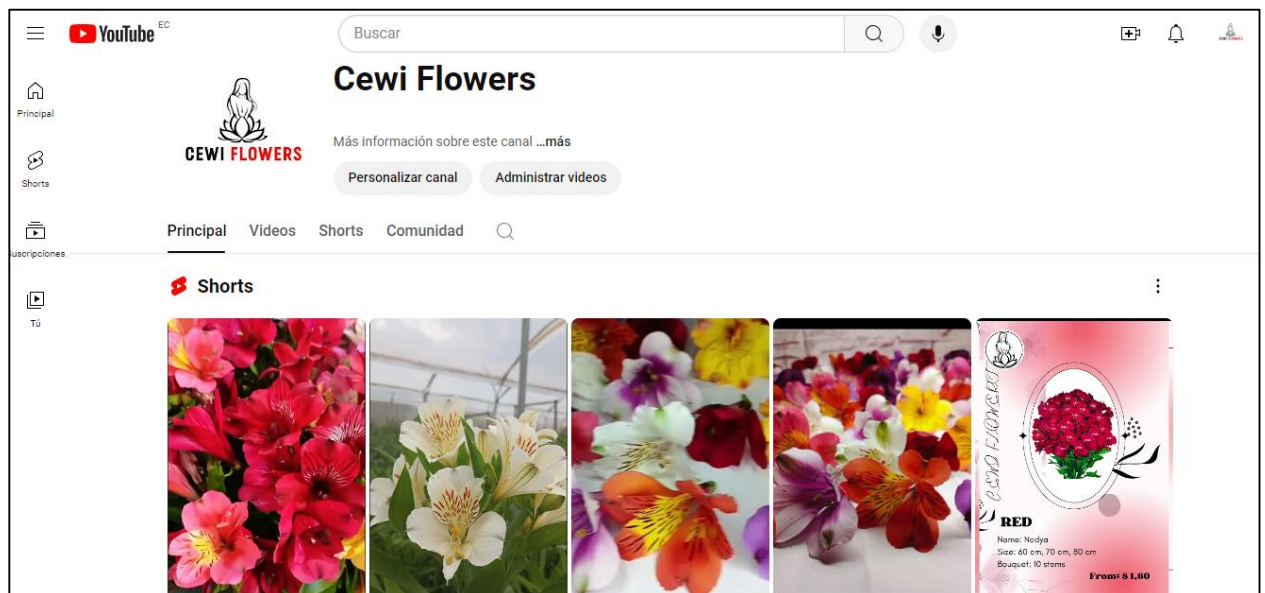
Instagram



TikTok



YouTube



7.3 Ventaja competitiva de la presencia en Internet

La presencia en internet ofrece a Cewi Flowers una ventaja competitiva significativa al permitirle alcanzar un mercado global, incrementar el reconocimiento de marca, diversificar su base de clientes y mejorar la interacción con clientes a través de múltiples plataformas

digitales. Un sitio web fortalece la credibilidad y centraliza la información, mientras que las landing pages optimizan las conversiones mediante ofertas específicas. Las redes sociales facilitan el engagement y amplían el alcance de la marca, mientras que la tienda online permite una experiencia de compra personalizada y eficiente. Estos elementos combinados ayudan a Cewi Flowers a captar y retener clientes, optimizar procesos y adaptarse rápidamente a las tendencias del mercado, potenciando el crecimiento y la eficiencia del negocio.

7.4 Tienda OnLine

7.4.1 Creación de la tienda online por: Woocommerce ó Ecwid u otro

- 📦 Catálogo
- 📣 Marketing
- 📊 Informes
-
- 📺 Canales de venta
- 🌐 Sitio web
- 📷 Instagram
- 📘 Facebook
- 🎵 Tik Tok
- 🔗 Enlace en biografía
- 📱 Móvil
- 🔄 Otros canales de venta
-
- 🎨 Diseño
- 💰 Pago
- 📦 Envío y recogida
- ⚙️ Configuración

Tamaño de imagen y vídeo

Las imágenes y vídeos grandes ayudan a representar los productos en detalle. Las imágenes y vídeos pequeños le permiten mostrar más productos en la Lista de productos.

- Grande**
Las imágenes grandes y los vídeos son mejores para los productos en los que cada detalle forma parte del valor del producto.
- Medios de comunicación**
Una opción bien equilibrada que va bien para la mayoría de los productos.
- Pequeña**
Las imágenes y vídeos compactos revelan menos detalles, pero te permiten incluir más productos para que tus clientes los vean en la pantalla.

Relación de aspecto de imagen y vídeo

La orientación horizontal es la mejor para

VISTA PREVIA DE LA IMAGEN DEL PRODUCTO



7.4.2 Diseño del sitio, Datos básicos de la tienda virtual

- Ventas
- Catálogo
- Marketing
- Informes
- Canales de venta
- Sitio web
- Instagram
- Facebook
- Tik Tok
- Enlace en biografía
- Móvil
- Otros canales de venta
- Diseño
- Pago
- Envío y recogida

Detalles y diseño de la tarjeta del producto.


Elija qué detalles del producto se mostrarán en la lista de productos y cómo se ubicarán en la tarjeta del producto.

- Centrar contenido
- Contenido alineado a la izquierda
- Contenido alineado a la derecha
- Justificar contenido
El nombre del producto está a la izquierda y el precio está a la derecha.

Marco de la tarjeta del producto

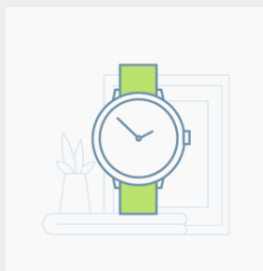
Nombre del producto

VISTA PREVIA DE LA TARJETA DEL PRODUCTO



Camiseta de algodón orgánico
\$19.00

Compre ahora



Reloj clásico de color
\$135.00

Compre ahora

- Marketing
- Informes
- Canales de venta
- Sitio web
- Instagram
- Facebook
- Tik Tok
- Enlace en biografía
- Móvil
- Otros canales de venta
- Diseño
- Pago
- Envío y recogida
- Configuración
- Aplicaciones


Diseño de página de producto

Elija el diseño para la información que se muestra en la página del producto.

- 2 columnas, la descripción del producto está a la derecha
Diseño predeterminado para productos con imágenes de alta calidad y una breve descripción.
- 2 columnas, la descripción del producto está debajo de la imagen
Diseño clásico para productos con descripciones largas y ricas en contenido.
- 2 columnas, la descripción del producto está a la izquierda
Distribución simétrica para productos y servicios que se representan mejor por su descripción en lugar de la imagen gráfica.
- Tres columnas
El diseño rico en contenido tenía como objetivo incluir tanta información en una sola pantalla sin desplazarse como fuera posible. Funciona mejor cuando se ve en una pantalla ancha.

VISTA PREVIA DE LA PÁGINA DEL PRODUCTO





- Panel de control
- Ventas
- Catálogo
- Marketing
- Informes
- Canales de venta
- Sitio web
- Instagram
- Facebook
- Tik Tok
- Enlace en biografía
- Móvil
- Otros canales de venta

Nombre de la empresa, dirección de correo electrónico y número de teléfono

El nombre oficial de su negocio y los datos de contacto que se muestran a los clientes en las facturas y las notificaciones por correo electrónico. Si aún no tiene un negocio registrado, especifique el nombre de su tienda como nombre de la empresa.

Nombre de la compañía

Dirección de correo electrónico de la empresa

Número de teléfono

Dirección de la compañía

La dirección física de su empresa se muestra a los clientes en las facturas y en las notificaciones por correo electrónico. Si envía pedidos desde una dirección diferente, introduzca la dirección de origen del envío en Envío y recogida. Si no tiene una dirección comercial, introduzca aquí la dirección de origen del envío.

Dirección postal

Ciudad

- 🔧 Diseño
- 💰 Pago
- 📦 Envío y recogida
- ⚙️ Configuración
- 📄 General
- 💰 Impuestos
- ⚖️ Legal
- 📧 Notificaciones
- 📄 Confirmación del pedido imprimible
- 👥 Grupos de clientes
- 📦 Tipos de productos
- 🔍 Filtros de productos
- 💰 Campos de pago personalizados
- 🏷️ Editor de etiquetas
- 📱 Aplicaciones
- 👤 Mi perfil

Estado/Provincia/Región

Código Postal


País

Cuentas de medios sociales

Especifique las cuentas de redes sociales de su empresa para mantenerse en contacto con su público objetivo. Estas cuentas se muestran a los clientes en las notificaciones por correo electrónico enviadas por su tienda.


 Facebook

 Instagram

 X

 YouTube

 Interés

 Tik Tok

Presentación de la tienda online en la web

<https://cewiflowers.company.site/>





QUIÉNES SOMOS

Cewi Flowers es una empresa familiar dedicada a la producción y comercialización de flores, fundada en el corazón de Ecuador hace cinco años. Nuestra misión es llevar la frescura, belleza y calidad de las flores a la vida de las personas, reflejando nuestra pasión por la naturaleza y el compromiso con la excelencia. Desde nuestros inicios, hemos crecido con la visión de ser un símbolo global de flores frescas y hermosas, transmitiendo amor y alegría en cada ramo.

En Cewi Flowers, nuestra razón de ser es crear momentos de felicidad y conexión a través de la belleza y frescura de nuestras flores. Nos anima la pasión por cultivar y entregar productos florales de la más alta calidad, que no solo embellecen espacios, sino que también transforman

ALSTROEMERIAS CEWI FLOWERS

Descubre la excelencia en alstroemerias con Cewi Flowers. Ofrecemos bunches y bouquets vibrantes en una gama de colores, desde blanco hasta naranja, y tallos de 60 cm a 80 cm.

Cada ramo consta de 10 tallos frescos, ideales para realzar cualquier ocasión. Con calidad premium y atención personalizada, somos tu socio ideal para soluciones florales en el mercado.



ARREGLOS FLORALES

Transforma cualquier ocasión con los elegantes arreglos florales de Cewi Flowers. Ofrecemos composiciones frescas y sofisticadas que destacan en todo tipo de evento. Cada arreglo está diseñado con atención al detalle para asegurar calidad y estilo. Descubre nuestra variedad y eleva tus momentos especiales con nuestros arreglos florales excepcionales.

Floreros

Realza tus arreglos con los elegantes floreros. Perfectos para cualquier entorno. Cada florero está diseñado para complementar y destacar tus flores. Descubre cómo nuestros floreros pueden transformar tus espacios.



Catálogo



ALSTROEMERIAS

\$1.80

Compre ahora



ARREGLOS FLORALES

\$55.00

Compre ahora



RAMO DE FLORES

\$30.00

Compre ahora



FLOREROS

\$19.00

Compre ahora



BOUQUETS DE ALSTROEMERIAS

\$4.00

Compre ahora

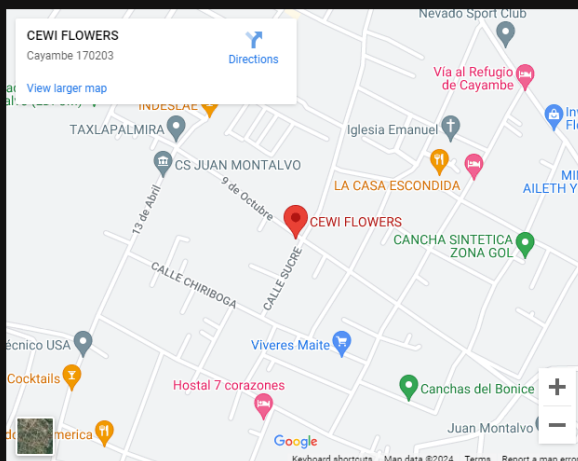
¡Haz que tus momentos especiales sean inolvidables con Cewi Flowers!

Visitar Tienda

Oferta de hasta un 20 % en compras al por mayor

¡No pierdas esta oportunidad de obtener las mejores flores al mejor precio!

Más Información



Ubicación

Nuestra dirección

Cayambe-Ecuador.
Calle 9 de Octubre y Plutarco Troya

Horario de apertura

Todos los días 24/7

Información de contacto


(593) 958917009
hello-there@example.com



7.4.4 Catálogo de Productos: Características y Beneficios, Precios.

tarjetas de regalo																										
<p>Importar y exportar datos</p> <p>Buscar productos</p> <p>Marketing</p> <p>Informes</p> <p>Canales de venta</p> <p>Sitio web</p> <p>Instagram</p> <p>Facebook</p> <p>Tik Tok</p> <p>Enlace en biografía</p> <p>Móvil</p> <p>Otros canales de venta</p>	<table border="1"> <tr> <td><input type="checkbox"/></td> <td>  <p>ALSTROMERIAS 001</p> <p>● activado Disponible</p> <p>3 opcionesopciones Necesito envío</p> </td> <td>\$1,80</td> <td>Editar producto</td> <td>></td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/></td> <td>  <p>RAMOS DE ALSTROMERIA 002</p> <p>● activado Disponible</p> <p>3 opcionesopciones Necesito envío</p> </td> <td>\$4.00</td> <td>Editar producto</td> <td>></td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/></td> <td>  <p>RAMO DE FLORES 003</p> <p>● activado Disponible</p> <p>3 opcionesopciones Necesito envío</p> </td> <td>\$30.00</td> <td>Editar producto</td> <td>></td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/></td> <td>  <p>FLOREROS 004</p> <p>● activado Disponible</p> <p>4 opcionesopciones Necesito envío</p> </td> <td>\$19.00</td> <td>Editar producto</td> <td>></td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/></td> <td>  <p>ARREGLOS FLORALES 005</p> <p>● activado Disponible</p> <p>3 opcionesopciones Necesito envío</p> </td> <td>\$55.00</td> <td>Editar producto</td> <td>></td> </tr> </table>	<input type="checkbox"/>	 <p>ALSTROMERIAS 001</p> <p>● activado Disponible</p> <p>3 opcionesopciones Necesito envío</p>	\$1,80	Editar producto	>	<input type="checkbox"/>	 <p>RAMOS DE ALSTROMERIA 002</p> <p>● activado Disponible</p> <p>3 opcionesopciones Necesito envío</p>	\$4.00	Editar producto	>	<input type="checkbox"/>	 <p>RAMO DE FLORES 003</p> <p>● activado Disponible</p> <p>3 opcionesopciones Necesito envío</p>	\$30.00	Editar producto	>	<input type="checkbox"/>	 <p>FLOREROS 004</p> <p>● activado Disponible</p> <p>4 opcionesopciones Necesito envío</p>	\$19.00	Editar producto	>	<input type="checkbox"/>	 <p>ARREGLOS FLORALES 005</p> <p>● activado Disponible</p> <p>3 opcionesopciones Necesito envío</p>	\$55.00	Editar producto	>
<input type="checkbox"/>	 <p>ALSTROMERIAS 001</p> <p>● activado Disponible</p> <p>3 opcionesopciones Necesito envío</p>	\$1,80	Editar producto	>																						
<input type="checkbox"/>	 <p>RAMOS DE ALSTROMERIA 002</p> <p>● activado Disponible</p> <p>3 opcionesopciones Necesito envío</p>	\$4.00	Editar producto	>																						
<input type="checkbox"/>	 <p>RAMO DE FLORES 003</p> <p>● activado Disponible</p> <p>3 opcionesopciones Necesito envío</p>	\$30.00	Editar producto	>																						
<input type="checkbox"/>	 <p>FLOREROS 004</p> <p>● activado Disponible</p> <p>4 opcionesopciones Necesito envío</p>	\$19.00	Editar producto	>																						
<input type="checkbox"/>	 <p>ARREGLOS FLORALES 005</p> <p>● activado Disponible</p> <p>3 opcionesopciones Necesito envío</p>	\$55.00	Editar producto	>																						


Catálogo



ALSTROEMERIAS

\$1.80


Compre ahora



ARREGLOS FLORALES

\$55.00


Compre ahora



RAMO DE FLORES

\$30.00


Compre ahora



FLOREROS

\$19.00

Compre ahora










BOUQUETS DE ALSTROEMERIAS

\$4.00

Compre ahora

Galería de productos
Añadir vídeo



+
 Subir imágenes

Nombre

REF.

Peso, kg

Necesita envío o recogida [?](#)

Descripción

B I U ↺ 🖼️ ▶️ 🔗 📄 A A a↑ Aa ⌵ ⌶ ⌷ ⌸ ⌹ ⌺ ⌻ ⌼ ⌽ ↶ ↷

Ramos de Alstroemerias - Cewi Flowers


Añade un toque de color y elegancia a cualquier ocasión con nuestros encantadores bouquets de alstroemerias en CEWi Flowers. Cada ramo está meticulosamente diseñado con 10 tallos frescos y vibrantes, disponibles en una amplia gama de colores para satisfacer todos los gustos.

Características del Producto:

- **Tamaño:** Desde 40 cm, 50 cm, 60 cm
- **Colores disponibles:** Blanco, Rojo, Rosado, Morado, Amarillo, Naranja y Mix
- **Composición:** Cada ramo consta de 10 tallos de alstroemerias.

Beneficios:

- **Variedad de colores:** Selección de colores sólidos y mezclas para adaptarse a cualquier preferencia y estilo.
- **Tamaño Ideal:** Longitud de 40 cm para un impacto visual perfecto en cualquier espacio.
- **Calidad Premium:** Flores frescas y de alta calidad que aseguran durabilidad y belleza prolongada.



BOUQUETS DE ALSTROEMERIAS

\$4.00

COLORES

MIX

BLANCO

ROJO

ROSADO

AMARILLO

NARANJA


MORADO

MEDIDAS

40 cm

50 cm

60 cm



Añadir a la cesta

Información del producto

Ramos de Alstroemerias - Flores de Cewi

Añade un toque de color y elegancia a cualquier ocasión con nuestros encantadores bouquets de alstroemerias en CEWi Flowers. Cada ramo está meticulosamente diseñado con 10 tallos frescos y vibrantes, disponibles en una amplia gama de colores para satisfacer todos los gustos.

Características del Producto:


- **Tamaño:** Desde 40 cm, 50 cm, 60 cm
- **Colores disponibles:** Blanco, Rojo, Rosado, Morado, Amarillo, Naranja y Mix
- **Composición:** Cada ramo consta de 10 tallos de alstroemerias.
- **Calidad:** Fancy, Selecta, Súper Selecta

Nuestros ramos de alstroemerias son perfectos para cualquier celebración, desde eventos formales hasta ocasiones cotidianas. Cada ramo está elaborado con flores seleccionadas a mano.

7.4.7 Carrito de compra

Carrito de compras

Inicio / Tienda / Carro de compras




RAMO DE FLORES ×

COMPOSICIÓN: ROSAS Y GIRASOLES

DEDICATORIA: Para la mejor Mamá del Mundo

FECHA DE ENTREGA: AGO 7, 2024

Cantidad: 1 ▾ \$30.00



BOUQUETS DE ALSTROEMERIAS ×

COLORES: MIX MEDIDAS: 60 cm

FECHA DE ENTREGA: AGO 7, 2024

Cantidad: 1 ▾ \$4.00

Subtotal	\$34.00
Envío	\$3.50
IVA	\$5.10
TOTAL	\$42.60

Pago

Introduzca su dirección de correo electrónico. Esta dirección se utilizará para enviarle actualizaciones del estado de sus pedidos.

Su dirección de correo electrónico

Pagar

PayPal Pagar

🔒 Todos los datos se envían cifrados a través de una conexión TLS segura.

Siguiente

Opciones de envío
Seleccione cómo desea recibir su pedido.

Información de pago
Seleccione una forma de pago e introduzca sus datos de pago.

Confirmación del pedido
Haga su pedido y reciba un correo electrónico de confirmación.

7.4.8 Pasarela de pagos y medio de pagos: Transferencia bancaria, manual, PayPal

Carrito de compras

Atrás a Tienda

2 productos

[Más información](#) ▼

Subtotal	\$34.00
Envío	\$3.50
IVA	\$5.10
TOTAL	\$42.60

Información de pago

Elige la forma de pago de su pedido:

PayPal

PAGO POR TRANSFERENCIA BANCARIA

Instrucción de pago

BANCO PICHINCHA
 CUENTA AHORROS: 2210960741
 NATALY RAMOS FERNANDEZ
 CI. 1754480505
 Correo: natalyramos.1a@gmail.com
 2. ENVIAR POR WHATSAPP EL COMPROBANTE DE PAGO
 3. AL LINK: <https://wa.link/n7t9e5>
 4. SE DESPACHARÁ UNA VEZ QUE LA TRANSFERENCIA SE HAGA EFECTIVO EN NUESTRA CUENTA

¡GRACIAS POR PREFERIRNOS!

¿Alguna petición especial sobre su pedido?

Deje un comentario

7.4.10 Proceso Logístico

Carrito de compras

Atrás a Tienda

2 productos

[Más información](#) ▼

Subtotal	\$34.00
Envío	\$3.50
IVA	\$5.10
TOTAL	\$42.60

Pago

Correo electrónico
 nathgiss.2399@gmail.com [Cambiar correo electrónico](#)

Dirección
 Gissela Fernández
 Y de Tabacundo, local 59, Pedro Moncayo, Pichincha, 171004, Ecuador [Cambiar dirección](#)

Forma de envío

SERVIENTREGA **\$3.50**
 Llegada estimada el: Sábado, ago 10

Continuar

Siguiente

Información de pago

Elige una forma de pago e introduce sus credenciales.

7.4.12 Presentar transacciones reales

Carrito de compras

Atrás a Tienda

2 productos

[Más información](#) ▾

Subtotal	\$34.00
Envío	\$3.50
IVA	\$5.10
TOTAL	\$42.60

Pago

Correo electrónico
nathgiss.2399@gmail.com [Cambiar correo electrónico](#)

Envío y entrega

Enviarnos en Ecuador. Todos los campos son obligatorios a menos que estén expresamente marcados como opcionales.

Nombre y apellidos

Teléfono

Dirección

Ciudad de Pichincha, Ecuador

Código postal (opcional)

Provincia

 ▾

Continuar

Carrito de compras

Atrás a Tienda

2 productos

[Más información](#) ▾

Subtotal	\$34.00
Envío	\$3.50
IVA	\$5.10
TOTAL	\$42.60

Pago

Correo electrónico
nathgiss.2399@gmail.com [Cambiar correo electrónico](#)

Dirección
Gissela Fernández
Y de Tabacundo, local 59, Pedro Moncayo, Pichincha, 171004, Ecuador [Cambiar dirección](#)

Forma de envío

SERVIENTREGA
Llegada estimada el: Sábado, ago 10

\$3.50

Continuar

Carrito de compras

Atrás a Tienda

2 productos

[Más información](#) ▾

Subtotal	\$34.00
Envío	\$3.50
IVA	\$5.10
TOTAL	\$42.60

Información de pago

Elige la forma de pago de su pedido:

PayPal

PAGO POR TRANSFERENCIA BANCARIA

Instrucción de pago

BANCO PICHINCHA
CUENTA AHORROS: 2210960741
NATALY RAMOS FERNANDEZ
CI. 1754480505
Correo: natalyramos.1a@gmail.com

2. ENVIAR POR WHATSAPP EL COMPROBANTE DE PAGO

3. AL LINK: <https://wa.link/n719e5>

4. SE DESPACHARÁ UNA VEZ QUE LA TRANSFERENCIA SE HAGA EFECTIVO EN NUESTRA CUENTA

¡GRACIAS POR PREFERIRNOS!

¿Alguna petición especial sobre su pedido?

¡Gracias por su pedido! 🎉

La confirmación del pedido y las actualizaciones se enviarán a nathgiss.2399@gmail.com.

Pedido VQQFW

[Imprimir pedido](#)

AGO 6, 2024 12:05 am

Estado del pago: En espera de pago

PAGO POR TRANSFERENCIA BANCARIA
Total \$42.60

BANCO PICHINCHA
CUENTA AHORROS: 2210960741
NATALY RAMOS FERNANDEZ
C.I. 1754480505
Correo: natalyramos.1a@gmail.com
2. ENVIAR POR WHATSAPP EL COMPROBANTE DE PAGO
3. AL LINK: <https://wa.link/n7t9e5>
4. SE DESPACHARÁ UNA VEZ QUE LA TRANSFERENCIA SE HAGA EFECTIVO EN NUESTRA CUENTA

El pedido se enviará a

Gissela Fernández
Y de Tabacundo, local 59, Pedro Moncayo, Pichincha, 171004,
Ecuador



Forma de envío

SERVIENTREGA
Llegada estimada el: Sábado, ago 10

Su pedido



RAMO DE FLORES
COMPOSICIÓN: ROSAS Y GIRASOLES
DEDICATORIA: Para la mejor Mamá del Mundo
FECHA DE ENTREGA: AGO 7, 2024

x 1

Usted ha recibido un nuevo pedido en CEWI FLOWERS



Nuevo pedido [#VQQFW](#) >

Total \$42.60 **EN ESPERA DE PAGO**

ago 6, 2024, 12:05 a. m.

Artículos



RAMO DE FLORES
REF 003
COMPOSICIÓN: ROSAS Y GIRASOLES
DEDICATORIA: Para la mejor Mamá del Mundo
FECHA DE ENTREGA: ago 7, 2024
Precio por artículo: \$30.00
Cantidad: 1



BOUQUETS DE ALSTROEMERIAS
REF 002

Usted ha recibido un nuevo pedido en CEWI FLOWERS



Nuevo pedido [#L9APE](#) >

Total \$41.00 **EN ESPERA DE PAGO**

jul 31, 2024, 03:00 p. m.

Artículos



FLOREROS
 REF 004
 MATERIAL: VIDRIO
 COLORES: ROSADO
 MODELO: MOSAICO VIDRIO
 Precio por artículo: \$30.00
Cantidad: 1

Subtotal \$30.00
 Gastos de envío \$6.50

Nuevo pedido [#G1J1P](#) >



Total \$113.60 **EN ESPERA DE PAGO**

ago 6, 2024, 12:26 a. m.

Artículos



ALSTROEMERIAS
 REF 001
 MEDIDAS: 70 cm
 COLORES: BLANCO
 FECHA DE ENTREGA: ago 13, 2024
 Precio por artículo: \$1.90
Cantidad: 10



ALSTROEMERIAS
 REF 001

Usted ha recibido un nuevo pedido en CEWI FLOWERS



Nuevo pedido [#PNMRA](#) >

Total \$68.75 **EN ESPERA DE PAGO**

ago 6, 2024, 04:09 p. m.

Artículos



ARREGLOS FLORALES
 REF 005
 COMPOSICIÓN: OPCIÓN 1
 FECHA DE ENTREGA: ago 12, 2024
 Precio por artículo: \$55.00
Cantidad: 1

Subtotal \$55.00
 Gastos de envío \$5.50
 IVA \$8.25
Total \$68.75

Palabras clave:

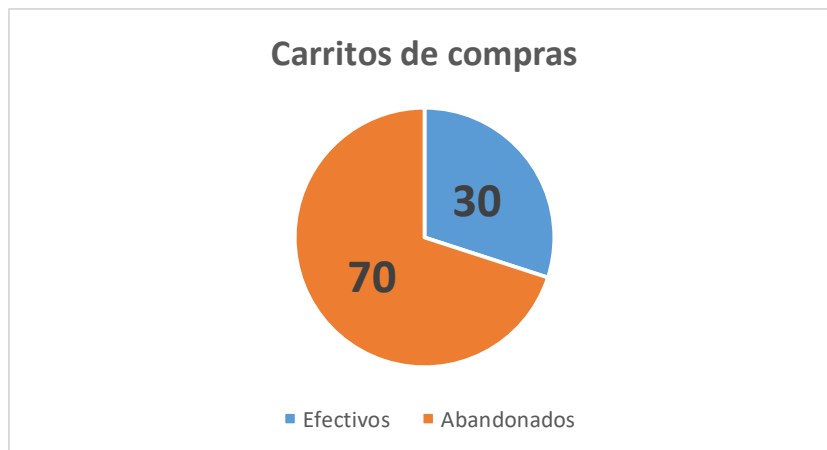
<ul style="list-style-type: none"> • Flores frescas al por mayor • Venta de alstroemerias • Bouquets de flores en Ecuador • Arreglos florales para eventos • Distribuidor mayorista de flores • Proveedor de flores para floristerías • Exportación de flores de Ecuador • Flores exóticas para decoración 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Tienda online de flores Ecuador <input type="checkbox"/> Compra de flores online <input type="checkbox"/> Envío de flores a domicilio en Ecuador <input type="checkbox"/> Flores online <input type="checkbox"/> Pedidos de flores por internet 	<ul style="list-style-type: none"> • Alstroemerias multicolores • Bouquets de alstroemerias • Arreglos de alstroemerias para bodas • Floreros • Alstroemerias para mayoristas • Ramos de flores frescas • Arreglos florales 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Flores para el Día de San Valentín <input type="checkbox"/> Arreglos florales para el Día de la Madre <input type="checkbox"/> Flores para Navidad y fin de año <input type="checkbox"/> Decoración floral para eventos corporativos <input type="checkbox"/> Flores para aniversarios y celebraciones
--	--	--	---

- Proveedor de flores para supermercados
- Distribuidor de flores al por mayor
- Venta de flores para floristerías
- Mayoristas de flores en Ecuador
- Importadores de flores frescas

7.4.13 Presentar estadísticas de carritos de compras efectivos y abandonados

Tabla 35. Estadísticas del carrito de compras

Métricas	Valor
Visitas al Sitio Web:	500
Carritos de Compras Creados:	100
Compras Efectivas:	30
Carritos Abandonados	70
Tasa de Conversión (%)	30%
Tasa de Abandono (%)	70%
Valor Promedio del Pedido (AOV)	\$40



Elaborado por: Nataly Ramos

Gráfico #: 25

CAPÍTULO VIII: PROCESO ESTUDIO FINANCIERO E INVERSIÓN

8.1 Gastos de Promoción

8.2 Asignación de presupuesto mensual y anual

8.3 Plan de Inversión en plataformas digitales

8.4 Plan de Inversión en Marketing Tradicional

Tabla 36. Asignación de presupuestos mensuales y anuales

Presupuesto por SKU UNIDADES

C Descripción	ENE	FEB	B MAR	U ABR	D MAY	G JUN	E JUL	T AGO	2 0 2 4	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
001 BONCHES ALSTROEMERIAS (1,80)	8.054	7.730	7.172	8.703	6.540	5.524	4.980	5.830	5.998	6.209	7.160	7.585	8.1485	
002 BOUQUETS ALSTROEMERIAS (1,60)	7.020	11.050	5.500	8.200	13.300	4.820	4.720	5.020	5.800	6.350	7.650	7.240	86670	
003 ARREGLOS FLORALES (18)	251	429	242	232	485	123	118	157	213	280	319	344	3193	
004 FLOREROS (15)	310	315	300	301	328	187	150	176	195	201	229	155	2847	
TOTAL	15635	19524	13214	17436	20653	10654	9968	11183	12206	13040	15358	15324	174195	

Presupuesto por SKU DÓLARES

CD Descripción	ENE	FEB	B MAR	U ABR	D MAY	G JUN	E JUL	T AGO	2 0 2 4	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
001 BONCHES ALSTROEMERIAS (1,80)	14.497	13.314	12.910	15.665	11.772	9.943	8.964	10.494	10.796	11.176	12.888	13.653	14.673	
002 BOUQUETS ALSTROEMERIAS (1,60)	11.332	17.680	8.800	13.120	21.280	7.712	7.552	8.032	9.280	10.160	12.240	11.584	13.872	
003 ARREGLOS FLORALES (18)	4.518	7.722	4.356	4.176	8.730	2.214	2.124	2.826	3.824	5.040	5.742	6.192	5.724	
004 FLOREROS (15)	4.650	4.725	4.500	4.515	4.920	2.805	2.250	2.640	2.925	3.015	3.435	2.325	4.275	
TOTAL	\$ 34.897,20	\$ 44.041,00	\$ 30.565,60	\$ 37.476,40	\$ 46.702,00	\$ 22.674,20	\$ 20.890,00	\$ 23.592,00	\$ 26.835,40	\$ 29.391,20	\$ 34.305,00	\$ 33.754,00	\$ 385.524,00	

PROMOCIÓN (3% AL 5% DEL BUDGET)	1395,89	1761,64	1222,62	1499,056	1868,08	906,97	835,6	959,68	1073,42	1175,65	1372,2	1350,16	\$ 15.420,96	4%
FACEBOOK ADS TODAS REDES ADS	300	300	250	300	300	245	135	160	200	230	250	250	2920,00	
GOOGLE ADS	250	250	212	230	250	180	100	130	200	200	200	200	2402,00	
HUBSPOT	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	960,00	
INFLUENCER	40	60	40	40	60	60	40	40	40	40	40	40	320,00	
CREACION DE CONTENIDO	60	80	40	80	80	80	30	28	40	40	30	30	418,00	
ASESOR COMERCIAL VIRTUAL	200	200	200	200	200	180	180	180	183	200	200	200	2323,00	
EMAIL MARKETING	80	100	40	80	80	80	80	80	80	80	30	30	390,00	
SAMPLING EN VIVO EN RRSS	40	40	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	230,00	
VIDEOS TESTIMONIALES	50	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	270,00	
PLATAFORMAS DIGITALES	50	80	40	60	60	21	40	40	40	40	40	40	481,00	
SORTEOS, PROMOCIONES, DESCUENTOS	80	80	60	50	50	50	80	80	80	80	72	100	732,00	
PODCAST	30	30	30	40	18	30	30	30	30	30	30	30	88,00	
SITIO WEB (WORDPRESS HOSIN Y DOMINIO)	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	360	
PARADAS DE BUSES VALLAS	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	390,00	
RADIO	65	80	60	80	100	30	60	50	40	60	80	50	755,00	
REVISTAS	75	50	40	60	60	60	60	60	60	60	60	60	0,00	
BUSES PUBLICIDAD	80	80	89	90	50	50	50	60	40	42	50	30	347,00	
MATERIAL P.O.P	46	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	689,00	
FLYERS	150	50	80	70	80	40	50	31	50	40	50	50	169,00	
VALLAS PUBLICITARIAS	50	70	70	100	100	100	100	100	100	100	100	100	741,00	
STANDS EN FERIAS	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	430,00	
TOTAL	1395	1761	1222	1499,0	1868	906	835	959	1073	1175	1372	1350	15415,00	

Fuente: elaboración propia

8.5 Campañas pagadas#1 en Redes Sociales por Ads (Meta BS, Twitter, TikTok, LinkedIn...

Objetivo
¿Qué resultados te gustaría obtener con este anuncio?

Obtener más clientes ⓘ
Usa un formulario para recopilar información de contacto de clientes potenciales. Cambiar

Contenido del anuncio ⓘ Usar una publicación

¿Qué aspecto quieres que tenga el anuncio?

Agrega un título y una descripción ⓘ
Incluye un título y una descripción para que los clientes puedan entender lo que promocionas y cómo realizar una acción. Además, tu anuncio podrá lograr los mejores resultados.

Descripción
Flores de Verano: Elegancia y Frescura para Tu Negocio

🌸 Celebra la temporada con las exquisitas flores de verano de CEWI Flowers. Ofrecemos alstroemerias en tonos blanco, rojo, rosado, amarillo, naranja y morado, ideales también para añadir un toque de elegancia a tus bouquets. Con medidas de 60 cm a 80 cm, estas flores son ideales para cualquier ocasión. ¡Haz que tus clientes se enamoren de la frescura y la belleza de CEWI Flowers!

Contáctanos al teléfono (593) 998955266 ó (593) 958917009 para pedidos seguros y envíos confiables. 📞🇪🇨

Archivos multimedia 1/5
· Selecciona varias imágenes o videos para crear una secuencia.

Seleccionar archivos Opciones de edición ▾

Imagen en miniatura
Elige la imagen que verán las personas antes de que se reproduzca tu video.

>

Vista previa del anuncio

CeWi Flowers
Publicidad

Flores de Verano: Elegancia y Frescura para Tu Negocio

🌸 Celebra la temporada con las exquisitas flores de verano de CEWI Flowers. Ofrecemos alstroemerias en tonos blanco, rojo, rosado, amarillo, naranja y morado, ideales también para añadir un toque de elegancia a tus bouquets. Con medidas de 60 cm a 80 cm, estas flores son ideales para cualquier ocasión. ¡Haz que tus clientes se enamoren de la frescura y la belleza de CEWI Flowers!

Contáctanos al teléfono (593) 998955266 ó (593) 958917009 para pedidos seguros y envíos confiables. 📞🇪🇨

Ejemplo 1 de 3

FORMULARIO EN FACEBOOK

Flores de Verano

Cotizar

Me gusta Comentar Compartir

Todas las vistas previas

Resultados diarios estimados

Cuentas del centro de cuentas alcanzadas	4,2 mil - 12 mil
Clientes potenciales	1 - 11

Público
¿Quién quieres que vea tu anuncio?

Público Advantage ⓘ
Este público se basa en los detalles de tu página y se ajustará con el transcurso del tiempo automáticamente para llegar a más personas con intereses relacionados con tu negocio.

Personas que eliges por medio de la segmentación ⓘ

Características del público ⓘ

Lugar: Ecuador Cayambe (+10 mi) Pichincha Province

Edad: 18 - 65+

Crear nuevo

Duración ⓘ

Publicar este anuncio continuamente ⓘ

Elegir cuándo finalizará este anuncio ⓘ

Días - +

15

Fecha de finalización

4 sep 2024

Resultados diarios estimados

Cuentas del centro de cuentas alcanzadas	4,2 mil - 12 mil
Clientes potenciales	1 - 11

Resumen del pago
Tu anuncio estará en circulación durante 15 días.

Presupuesto	\$60,00 USD
\$4,00 por día durante 15 días.	
Importe total	\$60,00 USD

Usamos datos sobre ti y tu cuenta publicitaria para ofrecerte más opciones de facturación y gasto publicitario y evaluar si cumples los requisitos para usarlas. [Más información](#)

Carrera Marketing Digital y Ventas

133

Título
Flores de Verano

16/25 caracteres

Etiqueta del botón
Cotizar

Formulario de contacto
Formulario de CeWi Flowers

Detalles del formulario
Fecha de creación: 20/8/24
[Ver más...](#)

Crear formulario

Contenido Advantage+

Aprovecha los datos de Facebook para ofrecer automáticamente a las **personas** diferentes variaciones de contenido del anuncio cuando haya posibilidades de mejorar el rendimiento.

Resultados diarios estimados

Cuentas del centro de cuentas alcanzadas: 4,2 mil - 12 mil

Cientes potenciales: 1 - 11

Resumen del pago
Tu anuncio estará en circulación durante 15 días.

Presupuesto	\$60,00 USD
\$4,00 por día durante 15 días.	
Importe total	\$60,00 USD

Usamos datos sobre ti y tu cuenta publicitaria para ofrecerte más opciones de facturación y gasto publicitario y evaluar si cumples los requisitos para usarlas. [Más información](#)

Publicar este anuncio continuamente

Elegir cuándo finalizará este anuncio

Días: 15 - +

Fecha de finalización: 4 sep 2024

Presupuesto diario 🔗

El importe real gastado por día puede variar. 🔗

País, divisa: EC, USD Cambiar

Alcance estimado: 4,2 mil - 12 mil Cuentas del centro de cuentas por día

\$ 4,00 ✎

\$0,00

 \$200,00

Ubicaciones

Recomendado

Ubicaciones Advantage+

Resultados diarios estimados

Cuentas del centro de cuentas alcanzadas: 4,2 mil - 12 mil

Cientes potenciales: 1 - 11

Resumen del pago
Tu anuncio estará en circulación durante 15 días.

Presupuesto	\$60,00 USD
\$4,00 por día durante 15 días.	
Importe total	\$60,00 USD

Usamos datos sobre ti y tu cuenta publicitaria para ofrecerte más opciones de facturación y gasto publicitario y evaluar si cumples los requisitos para usarlas. [Más información](#)

Al hacer clic en "Publicar", aceptas las [Condiciones de Meta](#) 🔗 ¿Necesitas ayuda? Publicar

Meta BS

Conversión

Ubicación de la conversión

Elige dónde quieres aumentar las ventas.
[Información sobre las ubicaciones de conversión](#)

Sitio web
Aumenta las ventas y conversiones en tu sitio web.

Sitio web y app
Aumenta las ventas y conversiones en tu sitio web o app.

Objetivo de rendimiento 🔗

Maximizar el número de conversiones

Píxel 🔗

Píxel de Nataly RF

Evento de conversión 🔗

Comprar

Definición del público 🔗

Tu selección de público es relativamente amplia.

Específico

 Amplio

Tamaño de público estimado: 12,200,000 - 14,300,000 🔗

Las estimaciones pueden variar considerablemente con el tiempo de acuerdo con las selecciones de segmentación y los datos disponibles, y no reflejan las opciones de público Advantage.

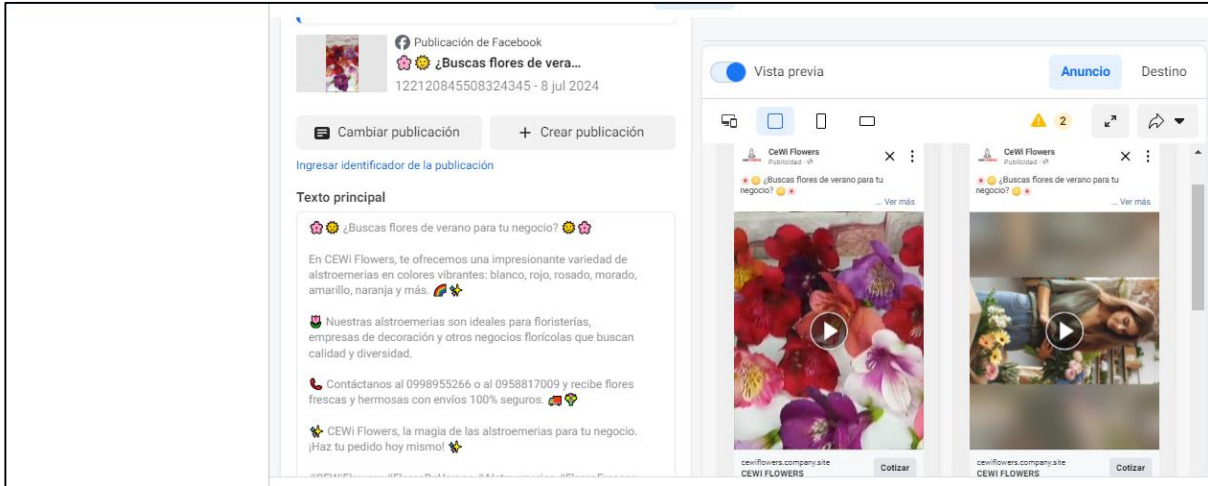
Resultados diarios estimados

Según el intervalo de conversión de 7 días tras clic

El **presupuesto** que ingresaste limita el número de resultados que podrías conseguir. [Más información](#)

Alcance 🔗

	<p>Objetivo de costo por resultado · Opcional</p> <p>\$150.00 USD</p> <p>Meta intentará obtener el mayor número de compras y mantener el costo promedio alrededor de \$150.00. Es posible que algunos resultados tengan un costo más alto y otros uno más bajo.</p> <p>Mostrar más opciones</p> <p>Configuración de atribución</p> <ul style="list-style-type: none"> 7 días tras clic 	<p>Definición del público</p> <p>Tu selección de público es relativamente amplia.</p> <p>Específico Amplio</p> <p>Tamaño de público estimado: 12,200,000 - 14,300,000</p> <p>Las estimaciones pueden variar considerablemente con el tiempo de acuerdo con las selecciones de segmentación y los datos disponibles, y no reflejan las opciones de público Advantage.</p>
	<p>Lugar del público</p> <p>Especifica en qué países o estados tu negocio puede entregar anuncios. Puedes excluir lugares mediante los controles de público en Configuración de publicidad. Evitaremos a las personas que estén en estos lugares siempre que sea posible.</p> <p>Ubicaciones incluidas</p> <p>Ecuador</p>	<p>Resultados diarios estimados</p> <p>Según el intervalo de conversión de 7 días tras clic</p> <p>El presupuesto que ingresaste limita el número de resultados que podrías conseguir. Más información</p> <p>Alcance</p> <p>Tamaño de público estimado: 12,200,000 - 14,300,000</p> <p>Las estimaciones pueden variar considerablemente con el tiempo de acuerdo con las selecciones de segmentación y los datos disponibles, y no reflejan las opciones de público Advantage.</p>
	<p>Fecha de inicio</p> <p>20 de agosto de 2024 17:46 -05</p> <p>Fecha de finalización</p> <p>20 de septiembre de 2024 17:46 -05</p> <p>La fecha de inicio es anterior a la actual. Define la fecha de inicio en hoy</p> <p>Ocultar opciones</p> <p>Programación del presupuesto</p> <p><input type="checkbox"/> Aumentar el presupuesto durante períodos concretos Ver</p> <p>Programación de anuncios</p> <p>Publicar anuncios continuamente</p>	<p>Resultados diarios estimados</p> <p>Según el intervalo de conversión de 7 días tras clic</p> <p>El presupuesto que ingresaste limita el número de resultados que podrías conseguir. Más información</p> <p>Alcance</p> <p>4.1K - 12K</p> <p>Conversiones</p> <p>8 - 24</p>
	<p>Nombre del anuncio</p> <p>Astromelias de exportación: Calidad asegure Crear plantilla</p> <p>Anuncio de colaboración Desactivado</p> <p>Publica anuncios con creadores, marcas y otros negocios. Se mostrarán ambas identidades en el encabezado. Más información</p> <p>Identidad</p> <p>* Página de Facebook</p> <p>CeWi Flowers</p> <p>Cuenta de Instagram</p> <p>Usar página de Facebook <input type="checkbox"/> o Conectar cuenta</p>	<p>Vista previa Anuncio Destino</p> <p>Ahora puedes ver más variaciones de tu anuncio en las vistas previas</p> <p>Variación de la relación de aspe</p>
	<p>Orígenes de anuncios</p> <p>Conecta orígenes de anuncios para incluir más información en tu anuncio que pueda inspirar a realizar una acción. Más información sobre los orígenes de anuncios</p> <p>URL del sitio web</p> <p>Ingresa la URL de un sitio web para mejorar automáticamente el anuncio con enlaces al sitio.</p> <p>https://cewiflowers.compy.site/?lang=es_ES&from_admin&vertical=giffts Vista previa de URL</p> <p>Encontramos información que puedes agregar desde tus orígenes:</p> <ul style="list-style-type: none"> 15 enlaces a sitios <p>Revisar y confirmar</p> <p>Enlaces al sitio</p> <p>Muestra URL adicionales con fotos para ofrecer más formas de que las personas actúen. Descubre cómo funciona</p> <p>0 enlaces al sitio agregados Agregar</p>	<p>Vista previa Anuncio Destino</p>



8.6 Campañas pagadas #1 en Motores de búsqueda por: GoogleAds 1 y Youtube Ads 1

Revise su campaña para asegurarse de que sea adecuada

<p>Nombre de la campaña Momentos especiales con flores</p> <hr/> <p>Objetivo de la campaña Tráfico del sitio web</p> <hr/> <p>Su sitio web https://cewiflowers.company.site/</p> <hr/> <p>Nombre de la empresa Flores Afrodita</p> <hr/> <p>Texto del anuncio</p> <p>Titulos Momentos especiales con flores Alstroemerias frescas Arreglos florales únicos</p> <p>Descripciones Alstroemerias frescas y bouquets únicos desde Cayambe. Ramos y arreglos elegantes de Cewi</p>	<p>Vista previa del anuncio</p> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> <p>Anuncio · cewiflowers.empresa.sitio</p> <p>Momentos especiales con flores Alstroemerias frescas</p> <p>Alstroemerias frescas y bouquets únicos desde Cayambe. Ramos y arreglos elegantes de Cewi Flowers. Calidad y frescura para tu negocio.</p> <hr/> <p>📍 Cómo llegar 📞</p> <p>Llamar a la empresa 📞</p> </div> <p>Los recursos pueden mostrarse en cualquier orden, así que asegúrese de que tengan sentido de forma individual o combinada y de que no incumplan nuestras políticas o las leyes locales. Puedes verificar que aparezca cierto texto en tu anuncio.</p>
<p>Descripciones Alstroemerias frescas y bouquets únicos desde Cayambe. Ramos y arreglos elegantes de Cewi Flowers. Calidad y frescura para tu negocio</p> <hr/> <p>Número telefónico 958917009</p> <hr/> <p>Imágenes de anuncios Se agregaron 3 imágenes</p> <hr/> <p>Ubicaciones 52 kilómetros de Cayambe, Tabacundo, Ecuador</p> <hr/> <p>Temas de palabras clave flores frescas, arreglos florales, flores para eventos, variedad de colores, alstroemerias, bouquets alstroemerias, distribuidor de alstroemerias, flores para negocio, proveedor de alstroemerias, variedad de medidas</p> <hr/> <p>Presupuesto USD2.40 promedio diario · USD73 al mes como máximo</p>	<p>nuestras políticas o las leyes locales. Puedes verificar que aparezca cierto texto en tu anuncio.</p>

CAPÍTULO IX: PROCESO INTEGRACIÓN DE LA TIENDA ONLINE, EVALUACIÓN DE CAMPAÑAS

9.1 Resumen de links de todo el ecosistema digital:

- SitioWeb+Tienda en línea

<https://cewiflowers.wordpress.com/>

https://cewiflowers.company.site/?lang=es_ES&from_admin&vertical=gifts

- Maps

<https://g.page/r/CYgNFY6eY-ObEBI/review>

- RRSS

- Fanpage

<https://www.facebook.com/share/1dKhhyAakptjth4w/?mibextid=qi2Omg>

- Instagram

<https://www.instagram.com/cewiflowers.ec?igsh=bjk3bDB2NmsxcDQw>

- TikTok

https://www.tiktok.com/@cewi.flowers4?_t=8oT9g1ihCR3&_r=1

- Canal Youtube

<https://youtube.com/@cewiflowers?si=zhcaqLAPN5GMF9ja>

9.2 ROI DIGITAL: Concepto y Análisis

ROI, también conocido como Retorno de Inversión en español, es una métrica que indica el valor o beneficio económico que ha generado cada una de las acciones de marketing que se han implementado. La fórmula del ROI es la siguiente:

$$\text{ROI} = (\text{Beneficio} - \text{inversión}) / \text{inversión}$$

Tabla 37. Roi digital Cewi Flowers

CAMPAÑA FACEBOOK BUSINESS							
MES:	AGOSTO		CEWI FLOWERS: PROMOCIONA BOUQUETS DE ALSTROEMERIAS A TRAVÉS DE ANUNCIOS EN META BUSINESS EL MES DE AGOSTO PARA LO CUÁL INVIERTE EN ANUNCIOS PAGADOS PARA SU FAN PAGE , JULIO \$62,50 DOLARES A LA SEMANA (TOTAL MES \$250). AL FINAL DEL PERÍODO SE HAN VENDIDO 450 BOUQUETS				
INVERSION O COSTO:	\$ 250						
PRECIO DEL PRODUCTO:	\$ 3						
VENTAS UNIDADES	450						
CAMPAÑA GOOGLE ADS							
MES:	AGOSTO		CEWI FLOWERS: PROMOCIONA BOUNCHES DE ALSTROEMERIAS A TRAVÉS DE GOOGLE ADS EL MES DE AGOSTO PARA LO CUÁL INVIERTE EN ANUNCIOS PAGADOS POR MEDIO DE GOOGLE ADS, PARA OBTENER MÁS VENTAS EN LA TIENDA ONLINE. INVIERTE 200 DÓLARES EN JULIO Y AL FINAL DEL PERÍODO SE HAN VENDIDO 578 UNIDADES.				
INVERSION O COSTO:	\$ 200						
PRECIO DEL PRODUCTO:	\$ 2						
VENTAS UNIDADES	578						
			Q	COSTO	VENTAS	UTILIDAD	ROI
			CAMPAÑA	MEDIO	VENTAS	CAMPAÑA (BENEFICIO)	(U/I)
			A	FANPAGE	450	\$ 250 \$ 1.350,00	\$ 1.100 440%
			C	GOOGLE ADS	578	\$ 200 \$ 1.156,00	\$ 956 478%
			TOTAL		1028	450 2506	2056 457%
							ROI POSITIVO MAYOR DEL 200%

Fuente: elaboración propia

- Ambas campañas generaron un ROI positivo superior al 200%, lo cual es un resultado muy favorable.
- **Google Ads** mostró un ROI ligeramente superior (478%) en comparación con **Facebook Business** (440%), lo que indica que la campaña en Google Ads fue más eficiente en términos de retorno por cada dólar invertido. La campaña de Google Ads ofrece un retorno ligeramente mayor por cada dólar invertido (\$5.78) en comparación con la campaña de Facebook Business (\$5.40).

Se vendieron un total de 1,028 unidades (450 a través de Facebook y 578 a través de Google Ads). La **utilidad** de la campaña de **Facebook Business** fue de \$1,100, superando la utilidad

generada por Google Ads de \$956, lo que sugiere que a pesar de que Google Ads tuvo un ROI mayor, Facebook Business generó más ingresos totales.

9.3 Conclusiones

- El desarrollo de un plan de negocio y marketing para Cewi Flowers ha sido fundamental para establecer una estrategia sólida que impulse el crecimiento sostenible de la empresa en un mercado altamente competitivo como el de la floricultura. A lo largo de este proceso, se ha logrado identificar las principales fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que enfrenta la empresa, lo que ha permitido diseñar estrategias de marketing efectivas.
- Se ha realizado un análisis exhaustivo del mercado, identificando oportunidades clave en la comercialización de alstroemerias, especialmente en nichos donde estas flores no solo compiten en precio, sino que también ofrecen un valor diferenciado basado en su frescura, durabilidad y versatilidad. La segmentación ha permitido identificar tanto clientes mayoristas (B2B) como consumidores finales (B2C) interesados en productos florales de alta calidad y con características únicas.
- El plan ha incorporado el uso de herramientas y plataformas digitales e-commerce para maximizar el alcance de la marca. Las campañas en redes sociales, Google Ads, y la presencia en un sitio web optimizado para la conversión han demostrado ser esenciales para atraer y retener a clientes. El análisis del ROI de las campañas digitales sugiere que por cada dólar invertido, Cewi Flowers obtiene un retorno significativo, lo que reafirma la efectividad de las estrategias implementadas.
- La incorporación de nuevas líneas de productos, como la diversificación en la oferta de bouquets y arreglos florales, y la exploración de mercados internacionales, ha sido clave para mantenerse competitivos. Además, la empresa ha apostado por prácticas sostenibles

y de responsabilidad social, alineándose con las tendencias globales de consumo consciente.

- Se ha estructurado un plan financiero que asegura la viabilidad económica del negocio, asignando recursos adecuados tanto para la promoción digital como para el marketing tradicional. La adecuada asignación de presupuesto ha permitido que las inversiones en marketing generen retornos superiores al 400%, lo que es indicativo de una gestión eficiente y orientada a resultados.
- Finalmente, el proyecto de Cewi Flowers no solo se orienta al crecimiento económico, sino también a consolidar una marca que promueva la belleza natural de las flores ecuatorianas en el mercado global, respetando el entorno y contribuyendo al desarrollo sostenible. Esta visión a largo plazo garantiza que la empresa no solo compita por precio, sino también por calidad, innovación y valores.

Recomendaciones:

- Para maximizar el crecimiento y la competitividad de Cewi Flowers, se recomienda optimizar las campañas digitales mediante pruebas A/B, fortalecer la presencia en redes sociales con contenido visual atractivo, diversificar los canales de venta explorando nuevos mercados y asociaciones, implementar programas de fidelización para clientes recurrentes, ajustar los precios de manera flexible según la temporada, mejorar la experiencia del cliente en la tienda en línea, desarrollar un plan de contingencia para tiempos difíciles, y actualizar anualmente el plan de negocios para adaptarse a las nuevas realidades del mercado.

Referencias:

Expoflores. (2024, marzo). *Informe anual Expoflores 2023*. Recuperado el 29 de agosto de 2024, de <https://expoflores.com/wp-content/uploads/2024/03/Anual-Expoflores-2023.pdf>

Expoflores. (2024, febrero). *Informe mensual Expoflores enero 2024*. Recuperado el 29 de agosto de 2024, de <https://expoflores.com/wp-content/uploads/2024/02/Expoflores-enero-2024.pdf>

Expoflores. (2022, febrero). *Informe de gestión 2020*. Recuperado el 29 de agosto de 2024, de https://expoflores.com/wp-content/uploads/2022/02/Informe-de-Gestio%CC%81n-2020_Expoflores.pdf

IEBSchool. (s.f.). *Diferencias entre B2B y B2C: Marketing estratégico*. Recuperado el 29 de agosto de 2024, de <https://www.iebschool.com/blog/diferencias-entre-b2b-y-b2c-marketing-estrategico/>

Damos. (s.f.). *Psicología del color: Cómo usar la teoría del color en marketing y diseño*. Recuperado el 29 de agosto de 2024, de <https://www.damos.co/blog/marketing-y-branding/psicologia-del-color-como-usar-la-teoria-del-color-en-marketing-y-diseno>

RENATA. (s.f.). *Manual de identidad corporativa RENATA*. Recuperado el 29 de agosto de 2024, de <https://www.renata.edu.co/wp-content/uploads/Manual-Identidad-Corporativa-RENATA-3.pdf>

Shum Xie, Y. M. (2019). *Marketing digital: Navegando en aguas digitales* (2a. ed.). Ediciones de la U. <https://elibro.net/es/lc/ister/titulos/127095>

Santillán D. (2024). *Planificación estratégica*. Recuperado el 29 de agosto de 2024, de <https://ister->

my.sharepoint.com/:b:/r/personal/danilo_santillan_ister_edu_ec/Documents/EBOOKS%20EXTERNOS/3%20PLANIFICACION%20ESTR%20TEGICA.pdf?csf=1&web=1&e=ODuAHQ

Satillán D. (2024). *SEO y SEM*. Recuperado el 29 de agosto de 2024, de https://my.sharepoint.com/:b:/r/personal/danilo_santillan_ister_edu_ec/Documents/EBOOKS%20EXTERNOS/3%20Ebook_SEO%20Y%20SEM.pdf?csf=1&web=1&e=v4duoJ

Peçanha, V. (2021, 10 de enero). *¿Qué es el Marketing Digital o Marketing Online? Descubre cómo impulsar tu marca con esta estrategia*. Contenido de rock - ES; Contenido de roca. <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-digital/>

Ramos, AJ (2020, 8 de julio). *Conoce los 12 arquetipos de marca, cómo influyen en su posicionamiento y cuál se encaja mejor con tu empresa*. Contenido de rock - ES; Contenido de roca. <https://rockcontent.com/es/blog/arquetipos-de-marca/>

Zendesk. (2021, 21 de enero). *¿Para qué sirve un pronóstico de ventas? [4 funciones]*. Recuperado el 29 de junio de 2024, de <https://www.zendesk.com.mx/blog/pronostico-de-ventas/>

De, L. 67 ROS 557. (s.f.). *Ley de Comercio Electrónico, Firmas y Mensajes de Datos*. Recuperado el 3 de agosto de 2024, de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/Ley-de-Comercio-Electronico-Firmas-y-Mensajes-de-Datos.pdf>

De, L. 0. ROS 459. (s.f.). *Ley Orgánica de Protección de Datos Personales*. Recuperado el 4 de agosto de 2024, de https://www.finanzaspopulares.gob.ec/wp-content/uploads/2021/07/ley_organica_de_proteccion_de_datos_personales.pdf

ANEXO 2

LLUVIA DE IDEAS DE ACCIONES (PROMOCIÓN O CONTENIDO)	ACTIVIDAD PROMOCIÓN O CONTENIDO	OBJETIVO	CAMPAÑA	ESTRATEGIA	PRESUPUESTO	RESPONSABLE
5% de descuento en la primera compra	PROMOCIÓN	Atraer nuevos clientes y aumentar la base de datos de clientes	Bienvenida a Cewi Flowers	Ofrecer un descuento del 10% en la primera compra, realizar pauta digital	\$ 100 para realizar pauta digital en redes sociales y Google Ads	Gerente de MKT, Community manager, Gerente comercial
Bouche de alstroemerias gratis para clientes que refieran a nuevos clientes	PROMOCIÓN	Aumentar la base de clientes a través de recomendaciones	Trae a un Amigo a Cewi Flowers	Otorgar un bounche de flores al cliente que trae nuevos clientes y un descuento especial en su	\$ 80 por bounches gratis y por descuentos especiales	Gerente Comercial, Especialista en CRM, Community Manager
15 % de descuento en arreglos florales y ramos específicos para el Día de los Difuntos	PROMOCIÓN	Incrementar las ventas y mejorar la visibilidad de la marca durante el Día de los Difuntos	Homenajea a tus seres queridos con Cewi Flowers	Ofrecer arreglos florales con descuentos especiales por el Día de los Difuntos	\$100 para publicidad en redes sociales y Google Ads	Gerente de MKT, Gerente comercial Community manager
10 % de descuento en arreglos florales y ramos personalizados por San Valentín y Día de las Madres	PROMOCIÓN	Aumentar las ventas durante las temporadas altas (San Valentín, Día de la Madre)	Celebra las momentos especiales con Cewi Flowers	Publicar contenido temático en redes sociales y realizar pauta digital.	\$100 para publicidad en redes sociales y Google Ads	Gerente de MKT, Community manager
Promoción de descuentos escalados por la compra en volumen en todos los productos	PROMOCIÓN	Aumentar el valor promedio de las compras	Descuentos por Volumen de Cewi Flowers	Ofrecer descuentos por compras en grandes volúmenes	\$50 por realizar publicidad en redes mediante pauta digital	Gerente Comercial, Community Manager
Programa de fidelización que ofrece puntos por cada compra que se pueden canjear por descuentos.	PROMOCIÓN	Aumentar la retención y fidelización de clientes	Club Cewi Flowers	Crear un programa que permita acumular puntos por cada compra y canjearlos por descuentos.	\$ 80 en desarrollo del programa y materiales promocionales	Gerente Comercial, Community Manager
Descuentos del 15% en productos seleccionados por un tiempo limitado.	PROMOCIÓN	Aumentar las ventas en un corto período de tiempo	Venta Flash de Cewi Flowers	Anunciar ventas flash con grandes descuentos durante un período limitado (24-48 horas)	\$50 por realizar publicidad en redes, sitio web, tienda en línea mediante pauta digital	Gerente de Marketing, Gerente Comercial, Community Manager
Sortear un arreglo floral con temática de Navidad (a los que compartan nuestra página y posteen promociones)	PROMOCIÓN	Aumentar la visibilidad de la marca y generar interacción en las redes sociales	Navidad con Cewi Flowers	Crear una publicación destacando el sorteo y animar a los seguidores a compartir la página y las promociones	\$70 por realizar publicidad en redes, sitio web, tienda en línea mediante pauta digital	Gerente de MKT, Community manager,
Testimonios de clientes satisfechos en videos	CONTENIDO	Construir una conexión emocional con la audiencia al compartir testimonios reales	Flores que Marcan Vidas	Compartir historias de clientes sobre cómo las flores de CEWI Flowers han hecho especial un momento en sus vidas.	\$80 por realizar publicidad	Community manager, Gerente de MKT

Síguenos en todas las redes sociales y participa en un sorte mensual	CONCURSO	Aumentar seguidores y engagement en redes sociales	Síguenos y gana	Síguenos en todas nuestras redes sociales, y comparte nuestros post y participa en un sorteo mensual de un bouquet y bounche de alstromerias	\$30 por realizar post en ecosistemas digitales de Cewi Flowers	Community manager, Gerente de MKT
Envía un boletín informativo con consejos, novedades y ofertas	CONTENIDO	Mantener a los clientes informados y comprometidos	Flores frescas directo a tu bandeja de entrada	Diseñar un correo atractivo y segmentar la lista de suscriptores	\$30 por herramientas de email marketing	Gerente de MKT
Publicaciones y videos sobre las experiencias de los clientes con los productos de Cewi Flowers	CONTENIDO	Humanizar la marca y generar confianza al mostrar el proceso interno de trabajo	El Corazón de Cewi Flowers	Publicar fotos y videos del equipo trabajando, desde la selección de flores hasta la entrega al cliente	\$50 por realizar publicidad	Community manager, Gerente de MKT
Sortear un ramo de alstroemerias entre los seguidores	CONCURSO	Aumentar la visibilidad en redes	Gana flores frescas	Publicidad en redes y anuncio en la tienda	\$50 Mensuales	Community manager, Gerente de MKT
Black Friday	PROMOCIÓN	Aumentar las ventas en noviembre	Black Friday en Cewi Flowers	Ofrecer descuentos del 15% en todos los productos a mayoristas y distribuidores	\$ 100 en publicidad y material promocional	Gerente comercial, Community manager, Gerente de MKT
Descuentos y promociones especiales para suscriptores del boletín informativo.	CONTENIDO	Mantener a los clientes informados sobre novedades, ofertas y contenido relevante	Boletín Floral	Enviar boletines informativos mensuales a la base de datos de clientes	\$50 por crear boletines informativos	Community manager, Gerente de MKT
Por pedidos superiores a 1,000 unidades de alstroemerias recibe 5 unidades gratis por cada 1,000	PROMOCIÓN	Incentivar compras a gran escala	Compras a gran escala	Comunicación directa a través de correo electrónico y reuniones comerciales	\$100 por enviar correos, publicidad y por los bounches gratis	Community manager, Gerente de MKT. Gerente comercial
Webinars sobre Decoración Floral y Tendencias	CONTENIDO	Educar y conectar con empresas florícolas y diseñadores de interiores	Decoración floral y tendencias	Sesiones en vivo sobre técnicas de decoración floral y tendencias de mercado	300\$ para producción y promoción	Gerente de MKT, Community manager
Colaboración con distribuidores mayoristas	PROMOCIÓN	Ampliar la base de clientes	Juntos por flores frescas	Reuniones con distribuidores y promoción conjunta	Variable según acuerdos	Gerente comercial
Descuento por pagos adelantados en pedidos	CONTENIDO	Incentivar pagos anticipados.	Descuentos por pagos por adelantado	Ofrecer descuentos especiales a clientes que hagan sus pedidos y paguen por adelantado	Variable según acuerdos	Gerente comercial, Gerente de MKT
Concursos mensuales donde los participantes comparten fotos de sus arreglos florales.	CONCURSO	Aumentar la participación y el alcance en redes sociales.	Concurso Floral	Organizar concursos mensuales en redes sociales donde los participantes comparten fotos de sus arreglos florales para ganar premios.	\$30 por realizar concursos en redes sociales	Community manager
Ofertas especiales para empresas que compren en volumen	PROMOCIÓN	Captar pedidos en volumen para el Día de la Madre	Pedidos por mayor	Descuentos y promociones especiales para pedidos por mayor	\$60 por publicidad SEM	Gerente comercial, Gerente de MKT

Artículos sobre tendencias en diseño floral y consejos de uso	CONTENIDO	Aumentar el tráfico web	Tendencias en diseño floral	Publicar artículos sobre nuevas tendencias en diseños florales y llevar tráfico al sitio web	\$80 para producción de contenido y promoción	
Contenido sobre Tendencias Florales	CONTENIDO	Posicionar a Cewi Flowers como líder en tendencias florales	Tendencias en Flores	Crear y compartir contenido sobre las últimas tendencias en la industria floral en el blog y redes sociales	\$300 para producción de contenido y promoción en redes sociales	Equipo de contenido y MKT, Community manager
Descuentos del 20% en todos los productos antes de fin de año	PROMOCIÓN	Impulsar las ventas antes del cierre del año	Fin de año	Realizar campañas con pauta digital mencionando descuentos en las compras por fin de año	\$100 por campañas de pauta digital fin de año	Gerente comercial, Gerente de MKT, Community manager
Promoción por Año nuevo	PROMOCIÓN	Aumentar la visibilidad de la marca al inicio del año	Nuevo Año, Nuevas Flores	Crear y compartir contenido sobre las tendencias florales para el nuevo año en el blog y redes sociales	\$200 para producción de contenido y promoción en redes sociales	Equipo de contenido y MKT
Promoción de Halloween	PROMOCIÓN	Incrementar las ventas en octubre	Flores de Halloween	Ofrecer un 10% de descuento en arreglos florales temáticos a floristerías y organizadores de eventos	\$100 en publicidad digital y materiales promocionales.	Gerente comercial, Gerente de MKT, Community manager
Campaña de Innovación y Tecnología	CONTENIDO	Mostrar la innovación y tecnología en la producción de flores	Innovación en Cewi Flowers	Crear y compartir contenido sobre las tecnologías utilizadas en la producción de flores en el blog y redes sociales	\$100 para producción de contenido y promoción en redes sociales	Gerente comercial, Gerente de MKT, Community manager
Contenido de Decoración de Interiores	CONTENIDO	Atraer a diseñadores de interiores y empresas de decoración	Flores en el Hogar	Crear y compartir contenido sobre cómo utilizar flores en la decoración de interiores en el blog y redes sociales	\$100 para producción de contenido y promoción en redes sociales	Gerente comercial, Gerente de MKT, Community manager
Temporada de bodas	PROMOCIÓN	Captar la atención de organizadores de eventos y floristerías	Bodas en Flor	Crear un catálogo digital de arreglos florales y bouquets de alstroemerias ideales para bodas	\$300 para diseño de catálogo y publicidad	Gerente de MKT, Community manager, Diseñador gráfico
Ofrecer un 10% de descuento en todos los arreglos florales para mujeres	PROMOCIÓN	Celebrar el Día Internacional de la Mujer e incrementar las ventas en marzo.	Flores para Ella	Ofrecer un 10% de descuento en arreglos florales a empresas y organizaciones que celebren el Día Internacional de la Mujer	\$300 en publicidad digital y materiales promocionales.	Community manager, Gerente de MKT

Chocolates gratis por la compra de bounche de alstroemerias por el Día de la Madre	PROMOCIÓN	Aumentar las ventas durante una temporada pico	Día de la Madre dulce y florido	Crear anuncios atractivos y publicaciones en todas las plataformas de redes sociales destacando la oferta de chocolates gratis con cada bounche de alstroemerias	\$300 por compra de chocolates y pauta digital	Community manager, Gerente de MKT
Compra un arreglo floral grande y obtén un mini ramo de alstroemerias gratis	PROMOCIÓN	Incrementar las ventas al inicio de la temporada de primavera	Paga 1 y lleva 2	Publicidad en redes sociales y campañas de email marketing dirigidas a clientes existentes.	\$60 por publicidad SEM	Community manager, Gerente de MKT
Envío gratuito en pedidos superiores a \$100.	PROMOCIÓN	Aumentar las ventas online y fomentar la compra de grandes volúmenes	Entrega Gratis	Ofrecer entrega gratuita en pedidos que superen un monto determinado (por ejemplo, \$50). Nivel nacional Pichincha	\$200 por publicidad SEM y envíos gratis	Gerente comercial, Community manager
Gana un bounche de alstroemerias gratis cada fin de mes	PROMOCIÓN	Aumentar la participación en redes sociales y atraer nuevos seguidores	Sorteo de un bounche de alstroemerias cada fin de mes	Sorteo mensual en redes sociales, los participantes deben seguir la cuenta, etiquetar a amigos y compartir la publicación para ganar	\$50 por realización de sorteos mensuales	Community manager, Gerente de MKT
10 % de descuento en la próxima compra por dejar una reseña positiva.	PROMOCIÓN	Generar testimonios positivos y mejorar la reputación en línea	Tu Opinión Importa	Ofrecer un descuento en la próxima compra a los clientes que dejen una reseña positiva en Google o en el sitio web de Cewi Flowers	Variable según acuerdos	Community manager, Gerente de MKT
Promoción por el Aniversario de la empresa, 20% de descuento en todos los productos durante una semana	PROMOCIÓN	Celebrar el aniversario de CEWI Flores y fidelizar a los clientes	Aniversario CewiFlores	Ofrecer descuentos especiales, sorteos y regalos con la compra durante el mes de aniversario. (Julio)	\$100 por publicidad SEO Y SEM	Gerente de MKT, Community manager
Innovación de Producto	PROMOCIÓN	Introducir las rosas como nueva línea de productos	Nueva Línea de Rosas	Realizar una campaña de lanzamiento con muestras gratuitas a los principales clientes y promociones especiales de lanzamiento	\$400 para adquisición de muestras y publicidad	Gerente de MKT, Gerente comercial, Community manager

ESTRATEGIA

	SITIO WEB / BLOG	FACEBOOK	INSTAGRAM	TIKTOK / REELS	YOUTUBE
OBJETIVOS PRINCIPALES	FORMACIÓN, VISIBILIDAD, FIDELIZACIÓN	VISIBILIDAD / ENGAGEMENT	VISIBILIDAD / ENGAGEMENT	VISIBILIDAD / HUMANIZAR	FORMACIÓN /FIDELIZACIÓN/VISIBILIDAD
DESARROLLO DE LOS OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Atraer tráfico orgánico a través de contenido educativo y relevante ✓ Proporcionar información detallada sobre productos ✓ Generar confianza y autoridad en el sector de flores ✓ Mejorar el SEO del sitio web 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Incrementar la interacción con los seguidores ✓ Promocionar eventos y promociones ✓ Generar tráfico al sitio web ✓ Fortalecer la comunidad de clientes 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mostrar productos y servicios ✓ Crear contenido visual atractivo ✓ Fomentar la participación a través de concursos, sorteos ✓ Humanizar la marca con historias de clientes 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Crear videos cortos que muestren el proceso de producción de alstroemerias ✓ Utilizar tendencias para llegar a una audiencia más amplia ✓ Responder a preguntas frecuentes ✓ Compartir momentos detrás de escena 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Crear tutoriales sobre arreglos florales ✓ Publicar entrevistas con expertos del sector ✓ Mostrar testimonios de clientes ✓ Crear videos cortos que muestren el proceso de producción de alstroemerias
PERIODICIDAD	2 veces/semana.	2 veces/semana.	2 veces/semana.	1 veces/semana.	1 veces/semana.
TIPOS DE CONTENIDO	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Contenido educativo, Consejos y tips ✓ Contenido de producto. ✓ Contenido para humanizar la marca. ✓ Noticias del sector ✓ Testimonios de clientes 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Promociones y ofertas. ✓ Publicaciones interactivas con seguidores ✓ Contenido de eventos ✓ Testimonios de clientes 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Fotos de alta calidad de productos ✓ Historias de clientes ✓ Concursos y sorteos ✓ Publicaciones detrás de escenas 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Videos cortos del proceso de producción ✓ Videos de flores en tendencias ✓ Contenido educativo breve ✓ Historias detrás de escena 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tutoriales de arreglos florales ✓ Entrevistas con expertos ✓ Testimonios de clientes satisfechos ✓ Videos cortos del proceso de producción
CLIENTE OBJETIVO	Empresas florícolas, distribuidores, supermercados, floristerías, bouqueteras, diseñadores de interiores y eventos, profesionales de eventos.	Empresas florícolas, distribuidores mayoristas y minoristas, supermercados, floristerías, bouqueteras, profesionales de eventos.	Empresas florícolas, distribuidores mayoristas y minoristas, supermercados, floristerías, bouqueteras, diseñadores de interiores y eventos.	Empresas florícolas, distribuidores mayoristas y minoristas, supermercados, floristerías, bouqueteras, profesionales de eventos.	Empresas florícolas, distribuidores mayoristas y minoristas, supermercados, floristerías, bouqueteras, diseñadores de interiores y eventos.

ANEXO 4

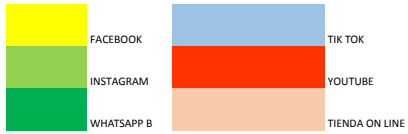
CONTENIDO SEMANAL

RED	IDEA / OBJETIVO	COPY / CONTENIDO	COPY EN EL DISEÑO / VIDEO	OBSERVACIONES
FACEBOOK				
POST 1	Mostrar la variedad de alstroemerias	¿Sabias que las alstroemerias vienen en una amplia gama de colores?	Foto de un ramo variado de alstroemerias	
POST 2	Concurso de arreglos florales para floristas	¡Participa en nuestro concurso de arreglos florales y gana descuentos para tu negocio!	Imagen gráfica del concurso con detalles y premios	Concurso para floristerías
POST 3	Promoción de descuento por volumen de compra	¡Compra en volumen y ahorra! Pregunta por nuestros descuentos especiales para mayoristas	Imagen gráfica de la promoción	Promoción para distribuidores
POST 4	Mostrar la calidad y variedad de productos	Descubre la variedad de nuestras alstroemerias para tus eventos y tiendas.	Foto mostrando la gran variedad de alstroemerias	
INSTAGRAM				
POST 1	Inspiración para decoración de eventos	Eleva tus eventos con nuestra selección de alstroemerias de alta calidad. #DecoraciónDeEventos	Video de un evento decorado con alstroemerias	
POST 2	Historias detrás de nuestras flores	Cada flor tiene una historia. Conoce más sobre nuestras alstroemerias y su proceso de cultivo.	Video corto narrando la historia de las alstroemerias	
POST 3	Promoción del 15% de descuento por volumen de compra	¡Aprovecha nuestro descuento por compras al por mayor y mejora tu margen de ganancia!	Imagen gráfica de la promoción	Promoción para distribuidores
POST 4	Ídeas de decoración para tiendas	Transforma tu tienda con nuestras flores frescas #DecoraciónDeTienda	Imagen de una tienda decorada con alstroemerias	
TIKTOK				
TIKTOK 1	Tutorial de arreglo floral para eventos	Aprende a hacer un arreglo floral profesional para eventos con nuestras alstroemerias #Tutorial	Video tutorial paso a paso	
TIKTOK 2	Reto de alstroemerias	Únete al reto: ¿Cuántas alstroemerias puedes identificar? #RetoFloral	Video del reto con interacción de seguidores	
TIKTOK 3	Promoción relámpago para mayoristas	Oferta relámpago! 10% de descuento solo por hoy en compras al por mayor	Video con gráficos llamativos anunciando la promoción	
TIKTOK 4	Consejos rápidos para floristerías	Consejos rápidos para mantener frescas tus alstroemerias en la tienda #ConsejosRápidos	Video con tips para floristerías	
YOUTUBE				
VIDEO 1	Blog sobre tendencias florales para negocios	Tendencias florales 2024: Lo que se viene para tu negocio #Tendencias	Video Blog con análisis de tendencias	
VIDEO 2	Guía para distribuidores sobre manejo de alstroemerias	Guía completa para distribuidores: Cómo manejar alstroemerias de manera eficiente #GuíaDistribuidores	Video guía con paso a paso para distribuidores	
VIDEO 3	Recapitulación de eventos florales	Mira lo mejor de nuestros eventos florales del año #Recapitulación	Video resumen de eventos florales	
SITIO WEB / BLOG				
CONTENIDO 1	Consejos, tips	Consejos esenciales para mantener frescas tus alstroemerias en la floristería	Artículo con tips prácticos y fotos ilustrativas	
CONTENIDO 2	Análisis de tendencias florales para el próximo año	Tendencias florales 2024: Lo que debes saber para tu negocio	Artículo con entrevistas con expertos	
CONTENIDO 3	Artículo sobre el impacto de las alstroemerias en eventos	Las alstroemerias y su impacto en la decoración de eventos	Artículo extenso con fotos de eventos y entrevistas	

Tutoriales, descuentos, promociones	Aprende a hacer un arreglo floral profesional	Aprende a hacer un arreglo floral profesional para eventos con nuestras alstroemerias #Tutorial	¡No se pierdan nuestra promoción especial! Descuentos exclusivos en alstroemerias para eventos de gran escala. Contacta con nosotros para más información."	Así es como cultivamos nuestras alstroemerias de alta calidad. Un vistazo al proceso detrás de cada flor que llega a tus manos. #DetrásDeCámaras #CultivoDeFlores	"Mantén tus alstroemerias frescas por más tiempo con estos sencillos consejos. ¡Comparte tus trucos de cuidado en los comentarios! #ConsejosDeCuidado #FloresFrescas #CEWiFlowers"	"Aprende a crear arreglos florales con alstroemerias paso a paso. ¡Sigue nuestro tutorial y comparte tus creaciones! #Tutoriales #ArreglosFlorales #CEWiFlowers"	Ofertas exclusivas para nuestros seguidores de Tiktok! Usa el código TIKTOKCEWi para un 15% de descuento en tu próximo pedido. #PromociónExclusiva #Descuentos #CEWiFlowers"	"Te invitamos a nuestro próximo taller de arreglos florales. ¡Reserva tu lugar y aprende con los mejores! #EventosCEWi #TalleresFlorales #ArreglosFlorales #CEWiFlowers"	"Gracias a [nombre del cliente] por su confianza en nuestras alstroemerias. 'Las mejores flores para mi negocio.' #TestimoniosCEWi #CEWiFlowers"
TIPO DE CONTENIDO 3									
Trucos y tips, curiosidades	Trucos para mantener tus flores frescas	Descubre nuestros trucos para mantener tus alstroemerias frescas por más tiempo. #ConsejoCewi	Mantén tus flores frescas por más tiempo con estos sencillos consejos. Aprende cómo cuidar tus alstroemerias para que luzcan hermosas y duraderas en cualquier arreglo floral."	"¿Sabías que las alstroemerias son conocidas por su durabilidad y versatilidad? Perfectas para cualquier ocasión, nuestras alstroemerias ofrecen belleza y longevidad en cada arreglo floral."	"Mantén tus alstroemerias frescas por más tiempo con estos sencillos consejos. ¡Comparte tus trucos de cuidado en los comentarios! #ConsejosDeCuidado #FloresFrescas #CEWiFlowers"	"Descubre por qué las alstroemerias son las favoritas en la industria floral. Duraderas, hermosas y versátiles. #BeneficiosDeLasFlores #CEWiFlowers #Alstroemerias"	"¿Qué dicen nuestros clientes sobre nosotros? #Testimonios #CEWiFlowers #ClientesFelices"	"¿Sabías que nuestras alstroemerias duran más que las flores tradicionales? Descubre por qué. #ComparativaDeFlores #CEWiFlowers"	"Las alstroemerias de CEWi Flowers son ideales para bodas y eventos especiales. Descubre cómo pueden realzar la belleza de tu celebración. #BodasConFlores #CEWiFlowers"

CONTENIDOS YOUTUBE									
IDEA / OBJETIVO	COPY EN LA IMAGEN	COPY EN EL POST	COPY	COPY	COPY	COPY	COPY	COPY	COPY
TIPO DE CONTENIDO 1									
Productos, descuentos, promociones	Oferta exclusiva para suscriptores	Suscríbete a nuestro canal y obtén un 15% de descuento en tu próxima compra. #OfertaEspeciales	¡Ofertas de temporada en CEWi Flowers! Obtén un 10% de descuento en todas nuestras alstroemerias durante el mes de octubre. ¡Aprovecha esta oportunidad única!"	¡No se pierdan nuestra promoción especial! Descuentos exclusivos en alstroemerias para eventos de gran escala. Contacta con nosotros para más información."	"¡Estamos emocionados de presentar nuestra nueva colección de alstroemerias! Perfectas para cualquier ocasión. ¡Haz tu pedido hoy mismo y añade un toque de elegancia a tus arreglos florales! #Flores #Alstroemerias #CEWiFlowers"	"Descubre nuestras nuevas variedades de alstroemerias, fruto de técnicas innovadoras de cultivo. Ideales para floristerías y eventos. #Innovación #NuevosProductos #CEWiFlowers"	"¡Feliz Día de la Madre! Celebra a todas las madres con nuestras hermosas alstroemerias. #DíaDeLaMadre #CEWiFlowers #FloresParaMamá"	"Acompáñanos detrás de cámaras en nuestros invernaderos. #DetrásDeCámaras #Invernadero #CEWiFlowers"	"Descubre todas las variedades y colores de nuestras alstroemerias. #VariedadDeFlores #CEWiFlowers #Colorido"
TIPO DE CONTENIDO 3									
Colaboraciones, tutoriales, curiosidades	Colaboramos con las mejores floristerías	Conoce cómo nuestras alstroemerias embellecen las floristerías de nuestros colaboradores. #ColaboracionesCEWi	Consejos de cuidado de flores: Mantén tus flores frescas por más tiempo con estos sencillos consejos. Aprende cómo cuidar tus alstroemerias para que luzcan hermosas y duraderas en cualquier arreglo floral."	"¡Participa en nuestro concurso de fotografía y gana un set exclusivo de nuestras alstroemerias! Sube una foto de tus arreglos florales usando nuestras flores y etiqueta a @CEWiFlowers. ¡Buena suerte!"	"¿Sabías que las alstroemerias son conocidas por su durabilidad y versatilidad? Perfectas para cualquier ocasión, nuestras alstroemerias ofrecen belleza y longevidad en cada arreglo floral."	"Conoce la historia de CEWi Flowers. Desde nuestros humildes comienzos hasta convertirnos en un proveedor líder de alstroemerias, nuestra pasión por las flores ha sido el motor de nuestro éxito."	"Mantén tus alstroemerias frescas por más tiempo con estos sencillos consejos. ¡Comparte tus trucos de cuidado en los comentarios! #ConsejosDeCuidado #FloresFrescas #CEWiFlowers"	"Aprende a crear arreglos florales con alstroemerias paso a paso. ¡Sigue nuestro tutorial y comparte tus creaciones! #Tutoriales #ArreglosFlorales #CEWiFlowers"	"Nos enorgullece colaborar con las mejores floristerías del país. Descubre cómo nuestras alstroemerias están transformando negocios. #AlianzasEstrategicas #CEWiFlowers #B2B"

ANEXO 6



ENERO

Día		Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
SEMANA		PROMOCIÓN E INFORMACIÓN SERVICIOS	CURIOSIDADES	CONTENIDO DE VALOR. VIDEO	SORTEO	PROMOCIÓN E INFORMACIÓN SERVICIOS	FOTOS. CONTENIDO INTERACTIVO
Semana 1	MAR 01 - SAB 04	Publicación sobre la historia y misión de Cewi Flowers.		Testimonios de clientes satisfechos en videos		Promoción de descuentos escalados por la compra en volumen en todos los productos	
Semana 2	LUN 06 - SAB 11		Conoce la oferta de arreglos florales por año nuevo		Siguenos en redes sociales y participa en un sorteo		Foto de alta calidad de un bouquet de flores con una breve descripción
Semana 3	LUN 13 - SAB 18	10 % de descuento en la próxima compra por dejar una reseña positiva.		Reel mostrando el proceso de creación de un arreglo floral		Mensajes de siguenos en redes sociales y participa en un sorteo	
Semana 4	LUN 20 - SAB 31		Cuidados para que duren más las flores en floreros		Siguenos en redes sociales y participa en un sorteo		Fotografías sobre los productos destacados de la semana

JULIO

Día		Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
SEMANA		POST ORGÁNICO/POST PAGADO	PROMOCIÓN E INFORMACIÓN SERVICIOS	CURIOSIDADES	CONTENIDO DE VALOR. VIDEO	FRASES	FOTOS. CONTENIDO INTERACTIVO
Semana 1	LUN 01 - SAB 06	¡Comienza el mes de nuestro aniversario! Siguenos en redes sociales y participa en un sorteo		Conoces la historia y cómo se fundó Cewi Flowers ?		"Cada flor tiene su historia, cada cliente su importancia"	
Semana 2	LUN 08 - SAB 13		Descuentos especiales de hasta el 20%, sorteos y regalos con la compra durante el mes de aniversario		Tips cómo mantener tus flores frescas por más tiempo		Concurso "Comparte una foto de tu arreglo floral favorito y gana un bouquet exclusivo."
Semana 3	LUN 15 - SAB 20	Mes de Aniversario de Cewi Flowers		Sabes qué simbolizan las alstroemerias ?		"Celebramos un año más floreciendo juntos"	
Semana 4	LUN 22 - MIE 31		Envío gratuito en pedidos mayores a \$100		Cómo cuidamos cada detalle en la producción de nuestras flores		Fotos de clientes satisfechos con Cewi Flowers

FEBRERO

Día		Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
SEMANA		POST ORGÁNICO/POST PAGADO	PROMOCIÓN E INFORMACIÓN PRODUCTOS	CONTENIDO, FOTOS, POST	CONTENIDO DE VALOR. VIDEO	FRASES	FOTOS. CONTENIDO INTERACTIVO
Semana 1	LUN 03 - SAB 08		Banner promocional en la tienda en línea sobre ofertas de San Valentín		Detrás de cámaras del proceso de producción de flores		Post colaborativo con una floristería destacada
Semana 2	LUN 10 - SAB 15	Post promocional anunciando descuentos por San Valentín		Recordatorio de las promociones de San Valentín con un llamado a la acción.		Frases célebres sobre el amor y la amistad	
Semana 3	LUN 17 - SAB 22		Ventajas de elegir alstroemerias para eventos corporativos		Reel mostrando diferentes estilos de bouquets de alstroemerias		Testimonio de un cliente satisfecho con un arreglo de San Valentín.
Semana 4	LUN 24 - VIE 28	Cómo cuidar las alstroemerias para que duren más		Foto de un arreglo floral con una cita romántica		Frases célebres sobre el amor y la amistad	

AGOSTO

Día		Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
SEMANA		POST ORGÁNICO/POST PAGADO	PROMOCIÓN E INFORMACIÓN SERVICIOS	CURIOSIDADES	CONTENIDO DE VALOR. VIDEO	FRASES	FOTOS. CONTENIDO INTERACTIVO
Semana 1	LUN 05 - SAB 10	Bodas en Flor		Nuevas tendencias en bouquets de novias		Concurso de frases para bodas	
Semana 2	LUN 12 - SAB 17		Banner promocional en la tienda en línea sobre ofertas de bodas		Proceso de creación de un arreglo floral para bodas		Foto de un arreglo floral para una boda
Semana 3	LUN 19 - SAB 24	Beneficios de las flores frescas en bodas		El simbolismo de las flores en los eventos de bodas		Frases de felicitación para bodas	
Semana 4	LUN 26 - SAB 31		Por la compra de un arreglo floral de bodas recibe un mini bouquet de novia		Proceso de creación de un bouquet para una novia		Foto de un cliente Satisfecho con los productos de Cewi Flowers

MARZO

Día		Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
SEMANA		POST ORGÁNICO/POST PAGADO	CURIOSIDADES	CONTENIDO DE VALOR. VIDEO	FOTOS. CONTENIDO INTERACTIVO	PROMOCIÓN E INFORMACIÓN SERVICIOS	CONTENIDO, REEL
Semana 1	LUN 03 - SAB 08	Publicación sobre la campaña "Flores para Ellas"		Video sobre el proceso de creación de un arreglo floral		Banner promocional sobre el Día Internacional de la Mujer	
Semana 2	LUN 10 - SAB 15		Artículo sobre cómo cuidar alstroemerias		Foto de un arreglo floral con una cita sobre la mujer		Testimonios de clientes satisfechos
Semana 3	LUN 17 - SAB 22	Post de un bouquet de alstroemerias		Tutorial sobre mantenimiento de flores		Detalles de la promociones y descuentos por el mes de la mujer	
Semana 4	LUN 24 - SAB 29		Conoces el proceso de producción de nuestras flores ?		Fotos de clientes satisfechos con la entrega de arreglos florales		Reel sobre cómo fue se vivió el mes de la mujer en Cewi Flowers

SEPTIEMBRE

Día		Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
SEMANA		POST ORGÁNICO/POST PAGADO	PROMOCIÓN E INFORMACIÓN SERVICIOS	CURIOSIDADES	CONTENIDO DE VALOR. VIDEO	PROMOCIÓN E INFORMACIÓN SERVICIOS	FOTOS. CONTENIDO INTERACTIVO
Semana 1	LUN 02 - SAB 07		Síguenos en todas las redes sociales y participa en un sorte mensual		Cómo cuidar sobre tus flores para que te duren más tiempo		Fotos de arreglos florales listos para enviar
Semana 2	LUN 09 - SAB 14		Celebra las momentos especiales con Cewi Flowers	Sabes con qué otro nombre se conocen a las alstroemerias?		Envío gratuito en pedidos superiores a \$100. Aplica dentro de la Provincia de Pichincha	
Semana 3	LUN 16 - SAB 21		Venta Flash en Cewi Flowers por tiempo limitado		Testimonio de clientes satisfechos con la compra en Cewi Flowers		Fotos de alstroemerias en el campo
Semana 4	LUN 23 - SAB 28	Tu opinión nos importa		Sabías que simboliza cada pétalo de una alstroemeria ?		Trae a un Amigo a Cewi Flowers y gana descuentos en tu siguiente compra	

ABRIL

Día		Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
SEMANA		POST ORGÁNICO/POST PAGADO	PROMOCIÓN E INFORMACIÓN SERVICIOS	CONTENIDO DE VALOR. VIDEO	FOTOS. CONTENIDO INTERACTIVO	PROMOCIÓN E INFORMACIÓN SERVICIOS	TESTIMONIALES
Semana 1	MAR 01 - SAB 05		5% y 10% de descuento en floreros por toda la semana		Tutorial corto sobre el mantenimiento de las flores		Blog destacado sobre el cuidado de las flores en la página principal
Semana 2	LUN 07 - SAB 12	Consejos rápidos sobre el cuidado de las flores		Post y fotos de alstroemerias en el campo		Testimonios positivos y mejorar la reputación en línea	
Semana 3	LUN 14 - SAB 19		Venta Flash en Cewi Flowers por tiempo limitado		Video mostrando el proceso de envío de flores a mayoristas		Foto de flores ideales para festejar a mamá.
Semana 4	LUN 21 - SAB 26	Collage de fotos de diferentes flores por el día de la madre		Post y fotos de diferentes arreglos florales para mamá		Anuncio de la campaña "Flores para Mamá"	

OCTUBRE

Día		Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Lunes
SEMANA		POST ORGÁNICO/POST PAGADO	PROMOCIÓN E INFORMACIÓN SERVICIOS	CONTENIDO DE VALOR. VIDEO	FOTOS. CONTENIDO INTERACTIVO	CURIOSIDADES	TESTIMONIALES
Semana 1	MAR 01 - SAB 05	Beneficios de las Alstroemerias en la decoración		Cómo mantener tus flores frescas por más tiempo		Las flores de verano más populares	
Semana 2	LUN 07 - SAB 12		Banner de descuento del 10% en bouquets de alstroemerias		Fotos de bouches y bouquets de alstroemerias		Clientes satisfechos con la entrega de bouches de alstroemerias
Semana 3	LUN 14 - SAB 19	Nuevas tendencias en arreglos florales		Cómo crear un bouquet para Halloween		El simbolismo de las flores en diferentes culturas	
Semana 4	LUN 21 - JUE 31		Descuentos por Halloween en compras por volumen		Fotos de arreglos florales por Halloween		Clientes satisfechos con la entrega de alstroemerias en volumen

MAYO

Día		Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
SEMANA		POST ORGÁNICO/POST PAGADO	CURIOSIDADES	PROMOCIÓN E INFORMACIÓN SERVICIOS	CONTENIDO DE VALOR. VIDEO	FRASES	FOTOS. CONTENIDO INTERACTIVO

NOVIEMBRE

Día		Viernes	Sábado	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves
SEMANA		PROMOCIÓN E INFORMACIÓN SERVICIOS	CURIOSIDADES	FRASES	CONTENIDO DE VALOR. VIDEO	POST ORGÁNICO/POST PAGADO	FOTOS. CONTENIDO INTERACTIVO

Semana 1	JUE 01 - SAB 10	Anuncio de la campaña "Flores para Mamá"		Banner promocional con ofertas por el Día de la Madre		Frases célebres por el día de la madre	
Semana 2	LUN 12 - SAB 17		Beneficios de las flores frescas en el hogar		Video mostrando el proceso de creación de un arreglo floral para madres		Fotos de clientes satisfechos con productos de Cewi Flowers
Semana 3	LUN 19 - SAB 24	Post de alstroemerias y arreglos florales por el mes de las Madres		Mensaje recordando que el mes de la Madre aún no termina y mencionar que las promociones siguen con Cewi Flowers		Frases célebres por el mes de la madre	
Semana 4	LUN 26 - SAB 31		Infografía sobre cuidados de flores		Testimonio de cliente satisfecho		Fotos y videos de cómo se vivió en Cewi Flowers durante el mes de las Madres

Semana 1	VIE 01 - JUE 07	10 % de descuento en arreglos florales y ramos específicos para el Día de los Difuntos		Frases célebres sobre la Independencia de Cuenca		Cewi Flowers tu mejor elección en flores frescas	
Semana 2	VIE 08 - JUE 14		Sabías de donde son originarias las alstroemerias?		Trae a un Amigo a Cewi Flowers y gana descuentos en tu siguiente compra		Fotos en alta calidad de bouches y bouquets de alstroemerias
Semana 3	VIE 15 - JUE 21	Banner descuento especial para el Día de Acción de Gracias		Frases célebres sobre la gratitud		Post sobre "Flores para el Día de Acción de Gracias"	
Semana 4	VIE 22 - JUE 28		Cuáles son las flores más ideales para regalar en el Día de Acción de Gracias		Videos sobre la elaboración de arreglo florales para el Día de Acción de Gracias		Fotos de arreglos florales para el Día de Acción de Gracias

JUN

Día	Lunes	Martes	Miercoles	Jueves	Viernes	Sabado
SEMANA	POST ORGÁNICO/POST PAGADO	PROMOCIÓN E INFORMACIÓN PRODUCTOS	CONTENIDO DE VALOR. VIDEO	CURIOSIDADES	FOTOS. CONTENIDO INTERACTIVO	POST ORGÁNICO/POST PAGADO
Semana 1	LUN 02 - SAB 07	Publicación de campaña Verano en Flor		Video mostrando arreglos florales para eventos de verano		Foto de un arreglo floral de verano
Semana 2	LUN 9 - SAB 14		Banner promocional en la tienda en línea sobre productos destacados de verano		Infografía sobre cuidados de flores en verano	Beneficios de las flores frescas en eventos
Semana 3	LUN 16 - SAB 21	Post de un arreglo floral para toda ocasión		Testimonio de cliente satisfecho		Fotos de calidad de todos los productos que están disponibles a clientes
Semana 4	LUN 23 - SAB 28		Banner promocional sobre productos destacados de verano		Sabes cómo es el proceso de empaque de nuestros productos de verano?	Mensaje con detalles de la promoción de verano

DICIEMBRE

Día	Lunes	Martes	Miercoles	Jueves	Viernes	Sabado
SEMANA	POST ORGÁNICO/POST PAGADO	PROMOCIÓN E INFORMACIÓN SERVICIOS	CURIOSIDADES	CONTENIDO DE VALOR. VIDEO	FRASES	FOTOS. CONTENIDO INTERACTIVO
Semana 1	LUN 02 - SAB 07	Post sobre "Flores para Navidad"		Las flores más populares en festividades navideñas		Frases sobre las festividades navideñas
Semana 2	LUN 09 - SAB 14		Descuentos especiales para Navidad		Cómo se realiza un arreglo floral para navidad y que flores son las más utilizadas	Banner promocional sobre productos destacados en Navidad
Semana 3	LUN 16 - SAB 21	Ideas de regalos florales para Navidad		El simbolismo de las flores en Navidad		Frases sobre la navidad
Semana 4	LUN 23 - SAB 28		Compra un arreglo floral navideño y recibe un mini ramo gratis		Cómo hacer un centro de mesa navideño	Concurso "Tu mejor arreglo floral navideño"

ANEXO 7

Presupuesto por SKU UNIDADES

C/A	Descripción	B U D G E T 2 0 2 4												TOTAL
		ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	
001	BONCHES ALSTROEMERIAS (1,80)	8.054	7.730	7.172	8.703	6.540	5.524	4.980	5.830	5.998	6.209	7.160	7.585	81485
002	BOUQUETS ALSTROEMERIAS (1,60)	7.020	11.050	5.500	8.200	13.300	4.820	4.720	5.020	5.800	6.350	7.650	7.240	86670
003	ARREGLOS FLORALES (18)	251	429	242	232	485	123	118	157	213	280	319	344	3193
004	FLOREROS (15)	310	315	300	301	328	187	150	176	195	201	229	155	2847
														0
														174195
														0
TOTAL		15635	19524	13214	17436	20653	10654	9968	11183	12206	13040	15358	15324	174195

Presupuesto por SKU DÓLARES

CO D	Descripción	B U D G E T 2 0 2 4												TOTAL
		ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	
001	BONCHES ALSTROEMERIAS (1,80)	14.497	13.914	12.910	15.665	11.772	9.943	8.964	10.494	10.796	11.176	12.888	13.653	146673
002	BOUQUETS ALSTROEMERIAS (1,60)	11.232	17.680	8.800	13.120	21.280	7.712	7.552	8.032	9.280	10.160	12.240	11.584	138672
003	ARREGLOS FLORALES (18)	4.518	7.722	4.356	4.176	8.730	2.214	2.124	2.826	3.834	5.040	5.742	6.192	57474
004	FLOREROS (15)	4.650	4.725	4.500	4.515	4.920	2.805	2.250	2.640	2.925	3.015	3.435	2.325	42705
														0
														385524
														0
TOTAL		\$ 34.897,20	\$ 44.041,00	\$ 30.565,60	\$ 37.476,40	\$ 46.702,00	\$ 22.674,20	\$ 20.890,00	\$ 23.992,00	\$ 26.835,40	\$ 29.391,20	\$ 34.305,00	\$ 33.754,00	\$ 385.524,00

PROMOCIÓN (3% AL 5% DEL BUDGET)	1395,89	1761,64	1222,62	1499,056	1868,08	906,97	835,6	959,68	1073,42	1175,65	1372,2	1350,16	\$ 15.420,96	4%
FACEBOOK ADS_TODAS REDES ADS	300	300	250	300	300	245	135	160	200	230	250	250	2920,00	
GOOGLE ADS	250	250	212	230	250	180	100	130	200	200	200	200	2402,00	
HUBSPOT	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	960,00	
INFLUENCER	40	60		40	60			40		40		40	320,00	
CREACIÓN DE CONTENIDO	60	80	40		80		30	28		40	30	30	418,00	
ASESOR COMERCIAL VIRTUAL	200	200	200	200	200	180	180	180	183	200	200	200	2323,00	
EMAIL MARKETING	80	100	40		80						30	30	390,00	
SAMPLING EN VIVO EN RRSS	40	40		50	50							50	230,00	
VIDEOS TESTIMONIALES	50			80	50				30			30	270,00	
PLATAFORMAS DIGITALES	50	80	40		60	21	40	40	30	40	40	40	481,00	
SORTEOS, PROMOCIONES, DESCUENTOS		80	60		50	50	80	80	80	80	72	100	732,00	
PODCAST				40	18							30	88,00	
SITIO WEB (WORDPRESS HOSIN Y DOMINIO)	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	360	
PARADAS DE BUSES VALLAS		80		50	80				30	50	50	50	390,00	
RADIO	65	80	60	80	100	30	60	50	40	60	80	50	755,00	
REVISTAS													0,00	
BUSES PUBLICIDAD		75	50	40	60					42	50	30	347,00	
MATERIAL P.O.P		80	80	89	90	50	50	60	40	30	60	60	689,00	
FLYERS		46		50	50					23			169,00	
VALLAS PUBLICITARIAS	150	50	80	70	80	40	50	31	50	40	50	50	741,00	
STANDS EN FERIAS		50		70	100			50	80		80		430,00	
TOTAL	1395	1761	1222	1499,0	1868	906	835	959	1073	1175	1372	1350	15415,00	