

**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: Ferretería del siglo XXI (Ferretería GAMAC)

Para Comercializar: Materiales, accesorios de construcción y gas (GLP) doméstico.

Ubicación: Valle de los Chillos, El Tingo

Año: 2024-2025

Autores: Edwin Alquina

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, 15 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, EDWIN ALEXANDER ALQUINGA CATAGÑA declaro y acepto en forma expresa lo siguiente: Ser autor del trabajo de titulación denominado PLAN DE NEGOCIO Y MARKETING DIGITAL FERRETERÍA DEL SIGLO XXI FERRETERÍA GAMAC

, 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,



Edwin Alexander Alquinga Catagña
C.I.: 1725590291

MATRIZ SANGOLQUÍ: Av. Atahualpa 1701 y 8 de Febrero
Telf: 0960052734 / 023524576 / 022331628
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:
EDWIN ALEXANDER ALQUINGA CATAGÑA

TUTOR:
MSC. DANILO SANTILLAN

CONTACTO ESTUDIANTE:
0987894407

CORREO ELECTRÓNICO:
edwinalq19964@gmail.com

TEMA:
PLAN DE NEGOCIO Y MARKETING DIGITAL FERRETERÍA DEL SIGLO XXI
(FERRETERÍA GAMAC)

OPCIÓN DE TITULACIÓN:
TECNICO EN MARKETING DIGITAL Y VENTAS

RESUMEN EN ESPAÑOL:
LA COMBINACIÓN DE UNA FERRETERÍA Y UNA DISTRIBUIDORA DE GAS BAJO EL NOMBRE DE GAMAC HA DEMOSTRADO SER UNA ESTRATEGIA EFICAZ PARA DIVERSIFICAR LAS FUENTES DE INGRESOS. ESTA INTEGRACIÓN HA PERMITIDO A GAMAC ATENDER MÚLTIPLES NECESIDADES DEL MERCADO LOCAL, BRINDANDO UNA OFERTA MÁS COMPLETA A SUS CLIENTES. A TRAVÉS DE CAMPAÑAS DE MARKETING BIEN DIRIGIDAS Y UNA ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN EFECTIVA, GAMAC HA LOGRADO CONSOLIDAR SU POSICIÓN COMO UN PROVEEDOR CONFIABLE EN LA COMUNIDAD. LA PARTICIPACIÓN EN EVENTOS LOCALES Y EL USO DE CANALES DIGITALES HAN AUMENTADO LA VISIBILIDAD DE LA MARCA Y LA FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES. EN RESUMEN, EL PROYECTO DE LA FERRETERÍA Y

MATRIZ SANGOLQUÍ: Av. Atahualpa 1701 y 8 de Febrero
Telf: 0960052734 / 023524576 / 022331628
📞📧 www.ister.edu.ec / info@ister.edu.ec



DISTRIBUIDORA DE GAS GAMAC HA SIDO EXITOSO EN ESTABLECER UNA OPERACIÓN DIVERSIFICADA, RENTABLE Y ORIENTADA AL CLIENTE. LA EMPRESA HA APROVECHADO LAS OPORTUNIDADES DEL MERCADO LOCAL, ADAPTÁNDOSE EFICAZMENTE A LOS CAMBIOS EN EL ENTORNO Y FORTALECIENDO SU PRESENCIA TANTO FÍSICA COMO DIGITAL. CON UNA BASE SÓLIDA Y UN ENFOQUE EN LA INNOVACIÓN Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL, GAMAC ESTÁ BIEN PREPARADA PARA ENFRENTAR LOS DESAFÍOS FUTUROS Y SEGUIR CRECIENDO.

PALABRAS CLAVE:

ENGAGEMENT
FERRETERIA
DISTRIBUIDORA
INNOVACION
CLIENTES

ABSTRACT:

THE COMBINATION OF A HARDWARE STORE AND A GAS DISTRIBUTOR UNDER THE NAME OF GAMAC HAS PROVEN TO BE AN EFFECTIVE STRATEGY TO DIVERSIFY INCOME SOURCES. THIS INTEGRATION HAS ALLOWED GAMAC TO MEET MULTIPLE NEEDS OF THE LOCAL MARKET, PROVIDING A MORE COMPLETE OFFER TO ITS CUSTOMERS.

THROUGH WELL-TARGETED MARKETING CAMPAIGNS AND AN EFFECTIVE PROMOTION STRATEGY, GAMAC HAS MANAGED TO CONSOLIDATE ITS POSITION AS A TRUSTED SUPPLIER IN THE COMMUNITY. PARTICIPATION IN LOCAL EVENTS AND THE USE OF DIGITAL CHANNELS HAVE INCREASED THE VISIBILITY OF THE BRAND AND CUSTOMER LOYALTY. IN SUMMARY, THE GAMAC HARDWARE AND GAS DISTRIBUTOR PROJECT HAS BEEN SUCCESSFUL IN ESTABLISHING A DIVERSIFIED, PROFITABLE AND CUSTOMER-ORIENTED OPERATION. THE COMPANY HAS TAKEN ADVANTAGE OF THE OPPORTUNITIES OF THE LOCAL MARKET, EFFECTIVELY ADAPTING TO CHANGES IN THE ENVIRONMENT AND STRENGTHENING ITS PHYSICAL AND DIGITAL PRESENCE. WITH A SOLID FOUNDATION AND A FOCUS ON INNOVATION AND SOCIAL RESPONSIBILITY, GAMAC IS WELL PREPARED TO FACE FUTURE CHALLENGES AND CONTINUE TO GROW.

PALABRAS CLAVE:

ENGAGEMENT
HARDWARE
DISTRIBUTOR
INNOVATION
CUSTOMERS

MATRIZ SANGOLQUÍ: Av. Atahualpa 1701 y 8 de Febrero

Telf: 0960052734 / 023524576 / 022331628

📞📧 www.lster.edu.ec / Info@lster.edu.ec

SOLICITUD DE PUBLICACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CT-ANX-2024-ISTER-2
Sangolquí, 15 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: EDWIN ALEXANDER ALQUINGA CATAGÑA, con C.I.: 1725590291 alumno de la Carrera TÉCNICO SUPERIOR EN MARKETING DIGITAL Y VENTAS.

Atentamente,



Firma del Estudiante
C.I.: 1725590291

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 ____/____/____

MATRIZ SANGOLQUÍ: Av. Atahualpa 1701 y 8 de Febrero
Telf: 0960052734 / 023524576 / 022331628
📞📧🌐 www.ister.edu.ec / Info@ister.edu.ec

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO DIGITAL	10
1.1 Antecedentes	
1.1.1 Marketing Digital	
1.2 Problema	
1.3 Contexto	
1.4 Justificación	
1.5 Objetivos	
1.5.1 Objetivo General	
1.5.2 Objetivos Específicos	
1.6 Impacto	
1.7 Modelo de Negocio Digital: B2B, B2C	
CAPÍTULO II: PROCESO CREATIVO	21
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	
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	31
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 COMERCIAL.....	41
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

4.4.4 Per Cápita

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:

- Desarrollo Web
- Desarrollo Landing Page
- 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
- Relaciones públicas y webinars

4.5.5 Trade Marketing: Merchandising, Impulsación, Vitrinismo

CAPÍTULO V: PROCESO ESTUDIO DE MERCADO 55

5.1 Investigaciones de Mercado

5.1.1 Resumen del estudio de Mercado: Metodología, Muestra, Encuesta, Entrevista, Focus Group, Investigación en web

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..... 70

- 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 77

- 7.1 Presentación Sitios Web actuales: Sitio web con Wordpress, Landing Page, 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
 - 7.4.6 Palabras claves
 - 7.4.7 Carrito de compra
 - 7.4.8 Pasarela de pagos y medio de pagos: Tarjeta crédito, manual, Pay pal, Payphone, ...
 - 7.4.9 Botón de pagos
 - 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
 - 7.4.14 Afiliación a un Marketplace: Amazon, Facebook Marketplace u otro.

CAPÍTULO VIII: PROCESO ESTUDIO FINANCIERO E
INVERSIÓN.....87

- 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 Estrategias Puntuales del Marketing Mix en Fechas Importantes:
 - 8.5.1 Producto
 - 8.5.2 Precio
 - 8.5.3 Plaza
 - 8.5.4 Promoción
- 8.6 Campañas pagadas#4 en Redes Sociales por Ads (Meta BS, Twitter, TikTok, LinkedIn...)
- 8.7 Campañas pagadas # 5 en Motores de búsqueda por: GoogleAds 3 y Youtube Ads 2
- 8.8 Google Analytics
- 8.9 CRM Hub Spot. Base de datos de Leads que salieron de campañas y están en el Funnel de Ventas

CAPÍTULO IX: PROCESO INTEGRACIÓN DE LA TIENDA ONLINE, EVALUACIÓN DE
CAMPAÑAS.....100

- 9.1 Presentar la tienda online actualizada e integrada con todos los sitios web y las redes sociales.
- 9.2 Resumen de link
- 9.3 ROI DIGITAL: Concepto y Análisis
- 9.4 Conclusiones

REFERENCIAS Y ANEXOS.

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1- Pagos digitales y comercio electrónico América Latina 2023	10
Gráfico 2 -Logotipo de la ferretería GAMAC.....	13
Gráfico 3 -Isotipo ferretería GAMAC.....	16
Gráfico 4 -Logotipo amarillo.....	17
Gráfico 5 -Logotipo color negro	18
Gráfico 6 -Logotipo positivo y negativo	18
Gráfico 7 -Chat en línea	19
Gráfico 8 -Plaza etc.	41
Gráfico 9 -Matriz Ansof	48
Gráfico 10 -Ciclo de vida	48
Gráfico 11 -Matriz BCG.....	50
Gráfico 12 -Calculo del margen del portafolio	50

CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO DIGITAL

1.1 Antecedentes

La ferretería GAMAC es una empresa familiar con 25 años de experiencia en el mercado local. Ofrece una amplia gama de productos para el hogar, la construcción, gas (GLP) doméstico y el jardín, además de asesoramiento personalizado y servicios de entrega a domicilio. Mantiene el día de hoy un prestigio ya ganado, por ello busca una nueva forma de llegar al consumidor final por medio de canales digital que las personas utilizan, cual es muy importante posicionarse en redes sociales como Facebook, Instagram, linked in y la que está de moda Tik tok.

En los últimos años, la ferretería ha experimentado una disminución en sus ventas debido a la competencia de las grandes cadenas de tiendas y el comercio electrónico. Este plan de marketing tiene como objetivo desarrollar estrategias para revertir esta tendencia y aumentar las ventas de la ferretería en un 100% en los próximos años.

La ferretería GAMAC ofrece una amplia gama de productos para el hogar, la construcción y el jardín, incluyendo:

- Herramientas manuales y eléctricas
- Materiales de construcción
- Artículos para el hogar
- Pinturas y barnices
- Artículos de jardinería
- Equipos de seguridad
- Gas (GLP) domestico

Además de la venta de productos, la ferretería GAMAC también ofrece una variedad de servicios, como:

- Asesoramiento personalizado
- Entrega a domicilio

La ferretería GAMAC compite con otras ferreterías locales, grandes cadenas de tiendas de mejoras para el hogar y tiendas en línea. La ferretería se diferencia de sus competidores por su amplia experiencia en el mercado, reputación de calidad y servicio al cliente.

GAMAC es una empresa sólida con una larga trayectoria de éxito. La ferretería tiene una fuerte reputación en la comunidad y un equipo de empleados dedicados. Sin embargo, la ferretería enfrenta algunos desafíos, como la competencia de las grandes cadenas de tiendas y el comercio electrónico. Para seguir siendo exitosa, la ferretería deberá adaptarse a las tendencias cambiantes del mercado e invertir en su presencia en línea.

1.1.1 Marketing Digital

El marketing digital se ha convertido en una herramienta fundamental para las ferreterías que buscan aumentar su visibilidad, captar nuevos clientes y fidelizar a los existentes. A continuación, te presento algunas estrategias que puedes implementar para mejorar tu presencia online:

Crea una página web:

- Esencial para tener presencia online.
- Debe ser informativa, fácil de usar y visualmente atractiva.
- Incluye información sobre tu negocio, productos, servicios, ubicación y horario de atención.
- Optimízala para los motores de búsqueda (SEO) para que la gente pueda encontrarla fácilmente.

Posiciónate en las redes sociales:

- Elige las plataformas donde se encuentra tu público objetivo (Facebook, Instagram, YouTube, etc.).
- Crea contenido de valor que sea útil para tus seguidores.
- Promociona tus productos y servicios.
- Interactúa con tus seguidores para generar engagement.

Utiliza el email marketing:

- Crea una lista de correo electrónico con los datos de tus clientes.
- Envía newsletters con información sobre tus productos, promociones y ofertas especiales.
- Segmenta tu lista de correo para enviar contenido personalizado a cada grupo de clientes.

Invierte en publicidad online:

- Puedes utilizar Google Ads, Facebook Ads, Instagram Ads y otras plataformas para llegar a un público más amplio.
- Crea campañas segmentadas para dirigirte a tu público objetivo ideal.
- Realiza un seguimiento de tus campañas para medir su rendimiento y optimizarlas.

Ofrece servicios adicionales:

- Venta en línea: Permite que tus clientes compren tus productos a través de tu página web o redes sociales.
- Entrega a domicilio: Ofrece la opción de entregar tus productos en la casa de tus clientes.
- Asesoría personalizada: Brinda asesoría a tus clientes sobre cómo utilizar tus productos y realizar proyectos de bricolaje.

Crea contenido de valor:

- Escribe un blog con artículos sobre temas relacionados con el hogar, el bricolaje y la jardinería.
- Crea videos tutoriales sobre cómo utilizar tus productos.
- Comparte consejos y trucos para el hogar en tus redes sociales.

Fideliza a tus clientes:

- Ofrece programas de fidelización con descuentos y beneficios especiales para tus clientes recurrentes.
- Envía mensajes de cumpleaños y aniversario a tus clientes.
- Ofrece un buen servicio al cliente para que tus clientes estén satisfechos y regresen a tu negocio.

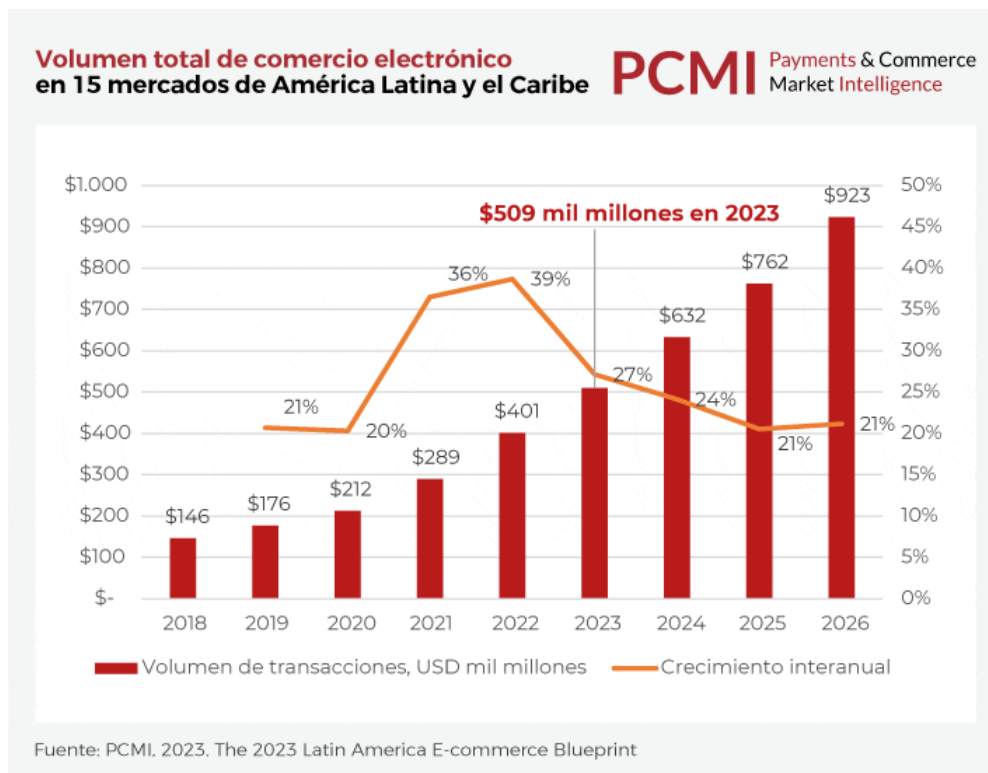


Gráfico 1. Pagos digitales y comercio electrónico América Latina 2023

1.2 Problema

“Ferretería GAMAC”, una empresa deseosa siempre de mantenerse liderando en la comercialización en productos de la construcción, hogar y el gas (GLP) doméstico.

Para esto se debe establecer con claridad los resultados obtenidos en las ventas, promociones en redes sociales y los análisis de la competencia en el sector.

Con esta razón el problema consiste en que, si no hay mejora en las ventas con nuevos productos de construcción, es posible lograr un posicionamiento en redes sociales.

1.3 Contexto

En los últimos años a partir de la pandemia la compra por medios electrónicos se ha vuelto más común de lo normal, es por lo cual es la idea de crear un plan de marketing para posicionar la marca en medios electrónicos, ya que en el mundo siguen creando nuevas Tecnologías que hacen la vida más fácil en la construcción y en el mantenimiento de sus hogares.

Misión: Tener los mejores precios del mercado con materiales de calidad para la comodidad del consumidor final.

Visión: Ofrecer la mejor atención al cliente con un servicio especial para cada uno de nuestros usuarios.

1.4 Justificación

La industria ferretera se encuentra en un entorno competitivo, donde las empresas deben adaptarse a las nuevas tendencias del mercado para seguir siendo relevantes. Un plan de marketing bien elaborado es una herramienta fundamental para que las ferreterías puedan alcanzar sus objetivos de negocio y desmarcarse de la competencia.

La implementación de un plan de marketing es esencial para el éxito de la ferretería “GAMAC”.

Un plan bien elaborado ayudará a la ferretería a superar los desafíos que enfrenta, alcanzar sus objetivos de negocio y prosperar en un entorno competitivo.

1.5 Objetivos

1.5.1 OBJETIVO GENERAL:

El objetivo es crear un plan de marketing digital mediante el método **SMART** para posicionarse en redes sociales, es decir, específicos, medibles, alcanzables, relevantes y con un plazo determinado.

1.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

Incrementar el conocimiento de la marca

Generar leads

Impulsar las ventas

Mejorar la atención al cliente

Fomentar la lealtad del cliente

1.6 Impacto

Mayor conocimiento de la marca: Un plan de marketing eficaz puede ayudar a aumentar el conocimiento de la marca de la ferretería entre los clientes potenciales. Esto puede conducir a un mayor tráfico en la tienda, más ventas y una mayor lealtad del cliente.

Mayor generación de leads: Un plan de marketing puede ayudar a generar más leads para la ferretería. Estos leads pueden luego ser convertidos en clientes, lo que puede conducir a un aumento en las ventas.

Mayores ventas: Un plan de marketing eficaz puede ayudar a aumentar las ventas de la ferretería. Esto puede lograrse a través de una mayor generación de leads, una mayor conversión de leads y un mayor valor promedio de los pedidos.

Mejor atención al cliente: Un plan de marketing puede ayudar a mejorar la atención al cliente en la ferretería. Esto puede lograrse proporcionando información más útil a los clientes, respondiendo a sus preguntas de manera más rápida y eficiente, y resolviendo sus problemas de manera más eficaz.

Mayor lealtad del cliente: Un plan de marketing puede ayudar a aumentar la lealtad del cliente de la ferretería. Esto puede lograrse proporcionando a los clientes una experiencia de compra positiva, ofreciéndoles recompensas por su lealtad y manteniéndolos informados sobre los productos y servicios de la ferretería.

1.6.1 BENEFICIARIOS DIRECTOS:

- **Los propietarios de la ferretería:** Los propietarios de la ferretería se beneficiarán de un aumento en las ventas, las ganancias y la lealtad del cliente.
- **Los empleados de la ferretería:** Los empleados de la ferretería se beneficiarán de un trabajo más seguro, mejores oportunidades de avance y un mayor sentido de satisfacción laboral.

1.6.2 BENEFICIARIOS INDIRECTOS:

- **Los clientes de la ferretería:** Los clientes de la ferretería se beneficiarán de una mayor selección de productos y servicios, precios más bajos y una mejor atención al cliente.
- **La comunidad:** La comunidad se beneficiará de una ferretería más fuerte que pueda proporcionar los productos y servicios que necesitan los residentes.

1.6.3 Materiales

Sitio web: Un sitio web es esencial para cualquier negocio que quiera tener una presencia en línea. Un sitio web de ferretería debe ser fácil de usar y navegar, y debe proporcionar información sobre los productos y servicios de la ferretería, así como la información de contacto.

Perfiles en redes sociales: Las redes sociales son una excelente manera de conectar con clientes potenciales y generar interés en la ferretería. Las ferreterías deben crear perfiles en las redes sociales más populares, como Facebook, Instagram y Twitter.

Correo electrónico: El marketing por correo electrónico es una forma eficaz de mantenerse en contacto con los clientes y promocionar productos y servicios. Las ferreterías deben recopilar las direcciones de correo electrónico de los clientes y enviarles correos electrónicos regulares con ofertas especiales, información sobre nuevos productos y consejos para el hogar.

Materiales impresos: Los materiales impresos, como folletos, volantes y carteles, todavía pueden ser una forma eficaz de llegar a los clientes potenciales. Las ferreterías deben crear materiales impresos que sean atractivos e informativos, y distribuirlos en áreas donde se encuentran sus clientes potenciales.

1.6.4 Métodos

Optimización de motores de búsqueda (SEO): El SEO es una forma de mejorar la clasificación de un sitio web en los resultados de búsqueda. Las ferreterías deben utilizar técnicas de SEO para asegurarse de que su sitio web aparece cuando los clientes potenciales buscan productos o servicios relacionados con la ferretería en línea.

Publicidad en redes sociales: La publicidad en redes sociales es una forma eficaz de llegar a un público objetivo específico con anuncios pagados. Las ferreterías pueden utilizar la publicidad en redes sociales para promocionar productos y servicios, así como para generar interés en eventos especiales.

Marketing de contenidos: El marketing de contenidos es una forma de crear y compartir contenido valioso que atraiga y retenga a los clientes potenciales. Las ferreterías pueden crear contenido en forma de artículos de blog, infografías, videos y tutoriales.

Relaciones públicas: Las relaciones públicas son una forma de generar publicidad positiva para una empresa. Las ferreterías pueden trabajar con los medios de comunicación locales para obtener cobertura en periódicos, revistas y sitios web.

1.7 Modelo de negocio B2C

El presente modelo de negocio B2C describe la estrategia de una ferretería para vender sus productos y servicios directamente al consumidor final. La ferretería se enfocará en ofrecer una amplia variedad de productos ferreteros, herramientas, materiales de construcción y servicios de asesoría para el hogar y el bricolaje a través de su tienda física y su plataforma de comercio electrónico.

El modelo de negocio B2C de la ferretería "GAMAC" tiene un alto potencial de éxito debido a la amplia demanda de productos ferreteros, herramientas y materiales de construcción, así como a la creciente popularidad del comercio electrónico. La ferretería está comprometida a ofrecer productos de alta calidad, asesoría personalizada y un servicio al cliente excepcional para convertirse en la ferretería líder de la zona.

CAPÍTULO II: PROCESO CREATIVO

2.1 Logotipo

Un logotipo es un diseño formado solo por palabras o letras, sin ningún símbolo o imagen. Es un tipo de logotipo sencillo y versátil, que puede ser muy efectivo para algunas marcas.

El logotipo que utilizamos en ferretería GAMAC, es creado por el dueño de la ferretería es una mezcla de los dos productos que se comercializan en el negocio.

El logotipo de GAMAC esta conformado con una letra “G” en el principio es parecido a una figura de una casa, también podemos encontrarnos con una grúa elevando a la letra c.

La tipografía del logotipo es una fuente OPTIwtcGoudy-Bold



Gráfico 2. Logotipo de la ferretería GAMAC

Objetivo del logotipo:

El objetivo del logotipo es atraer a aquellas personas que les atrae los artículos para el bricolaje, la construcción y las necesidades del hogar.

2.2 Isotipo

Un **isotipo**, también conocido como **símbolo**, es un tipo de logotipo que utiliza un símbolo o imagen para representar a una marca sin necesidad de texto. Los isotipos son a menudo muy memorables y pueden ser efectivos para marcas que quieren tener una imagen global.

Características de un isotipo

- **Simplicidad:** Un isotipo debe ser simple y fácil de entender. Debe ser fácil de reconocer, incluso a pequeña escala.
- **Memorable:** Un isotipo debe ser memorable. Debe ser algo que la gente pueda recordar fácilmente y asociar con la marca.
- **Versatilidad:** Un isotipo debe ser versátil. Debe poder usarse en una variedad de aplicaciones, como en materiales impresos, en línea y en mercadería.
- **Atemporalidad:** Un isotipo debe ser atemporal. No debe pasar de moda rápidamente.

El isotipo esta inspirado en una casa ya que se vende materiales de construcción.



Gráfico 3. Isotipo ferretería GAMAC.

2.3 Slogan

Un **eslogan** es una frase breve y pegadiza que se utiliza para promocionar un producto, servicio o marca. Los lemas se utilizan normalmente en campañas de publicidad y marketing, pero también pueden utilizarse en otros contextos, como campañas políticas y movimientos sociales.

Propósito de un eslogan

El propósito de un eslogan es:

- **Captar la atención:** los eslóganes deben llamar la atención y ser memorables. Deben hacer que la gente se detenga y preste atención al producto, servicio o marca.
- **Comunicar el mensaje de la marca:** los eslóganes deben comunicar claramente el mensaje de la marca. Deberían decirle a la gente de qué se trata la marca y qué representa.
- **Diferenciar la marca:** Los slogans deben ayudar a diferenciar la marca de sus competidores. Deben hacer que la marca destaque y sea recordada.

El slogan que escogimos en nuestra marca es:

"Su ventanilla única para todas sus necesidades de mejoras para el hogar"

2.4 Colores institucionales, Positivo Negativo, Usabilidad, Aplicaciones.

Amarillo:

- **Simbología general:** El amarillo es un color que evoca sentimientos de alegría, felicidad, optimismo y energía. Se asocia con el sol, la luz, la creatividad y la sabiduría. También puede representar la precaución y la advertencia.
- **Simbolismo cultural:** En algunas culturas, el amarillo se asocia con la realeza, la riqueza y la buena suerte. En otras culturas, puede estar relacionado con la enfermedad, la muerte y la cobardía.
- **Psicología del color:** El amarillo puede estimular el estado de ánimo y aumentar la energía. También puede ser un color abrumador y difícil de mirar durante largos períodos de tiempo.



Gráfico 4. Logotipo amarillo

Negro:

- **Simbología general:** El negro es un color asociado con el misterio, la elegancia, el poder y la sofisticación. También puede representar la muerte, el luto, el mal y la rebeldía.
- **Simbolismo cultural:** En algunas culturas, el negro se asocia con la buena suerte y la protección. En otras culturas, puede estar relacionado con la muerte, el luto y el mal.
- **Psicología del color:** El negro puede ser un color elegante y sofisticado. También puede ser un color pesado y opresivo.



Gráfico 5. Logotipo color negro

Los colores positivos y negativos son el negro y blanco ya que el negro es el principal color del logo y el blanco secundario.

El color negro se utiliza la mayoría de veces para realizar post para Facebook y Instagram.

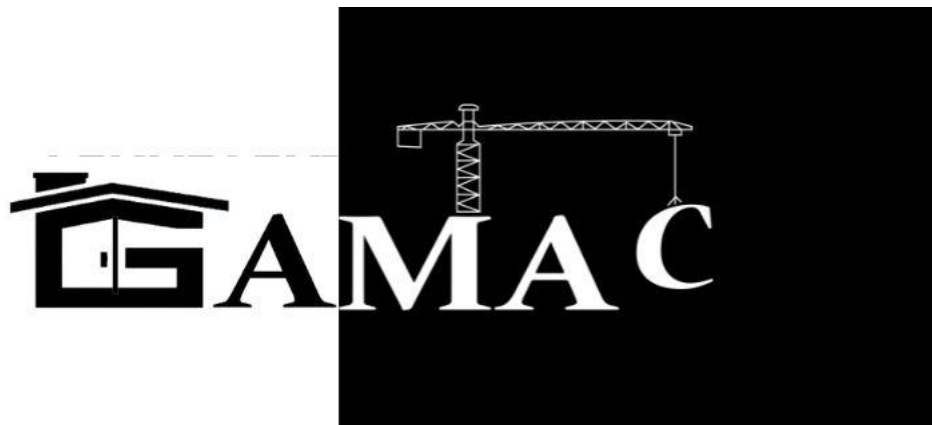


Gráfico 6. Logotipo positivo y negativo

Usabilidad

Mejora la experiencia del cliente: El sitio web de la ferretería GAMAC es una buena opción para que el cliente interactúe con nosotros ya que ahí encontrara nuevos productos, horarios y avisos importantes.

En el panorama digital actual, un sitio web bien diseñado y fácil de usar es fundamental para que las empresas prosperen. Al reconocer la necesidad de una presencia en línea mejorada, Ferretería GAMAC se embarcó en un proyecto integral de mejora del sitio web, con el objetivo de mejorar la experiencia del usuario y optimizar la navegación.

Experiencia de usuario mejorada: crear un sitio web que sea intuitivo, atractivo y agradable para los usuarios, independientemente de su experiencia técnica.

Navegación optimizada: para simplificar la estructura de navegación del sitio web, facilitando a los visitantes encontrar la información que necesitan de forma rápida y sin esfuerzo.

Atractivo Visual Mejorado: Modernizar el diseño del sitio web, incorporando una estética limpia y moderna que se alinee con la identidad de la marca.

Implementación de una tienda en línea: La implementación de una tienda en línea es muy factible para el cliente ya que el cliente no tendría que salir de su casa para realizar su compra.

Aplicaciones

Aplicaremos un método de chat en vivo para que el cliente este en comunicación con la ferretería en todo momento claro en los horarios establecidos de atención.



Gráfico 7. Chat en línea

El chat en vivo para una ferretería debe ser una herramienta fácil de usar y accesible para todos los clientes. Debe estar integrado en el sitio web de la ferretería y tener un botón visible que permita a los clientes iniciar una conversación con un agente en tiempo real.

Funcionalidades del chat en vivo

Chat en tiempo real: Los clientes deben poder iniciar una conversación con un agente de inmediato, sin tener que esperar en una cola.

Multiagente: La plataforma debe permitir que varios agentes atiendan a los clientes simultáneamente.

Historial de chat: Los clientes deben poder ver el historial de chat para consultar conversaciones anteriores.

Transferencia de chats: Los chats deben poder transferirse entre agentes, en caso de que sea necesario.

Calificación de la atención: Los clientes deben poder calificar la atención recibida al finalizar la conversación.

2.5 Historia de la Marca

Nuestra historia comenzó en 1992 cuando Ángel Pilaquina abrió las puertas de nuestra primera ferretería. Impulsado por la pasión por ayudar a las personas y el compromiso de brindar productos de calidad, Ángel Pilaquina rápidamente estableció a ferretería GAMAC como un recurso confiable para la comunidad.

Desde hacía más de 20 años, sus días transcurrían entre tornillos, clavos y herramientas, atendiendo a los vecinos del barrio que buscaban desde un simple clavo hasta un complejo sistema de riego.

Sin embargo, los tiempos cambiaban. Las grandes tiendas de bricolaje aparecían como hongos, ofreciendo precios más bajos y una mayor variedad de productos. Don Ángel, con su ferretería modesta, luchaba por mantenerse a flote. Las ventas caían, las deudas crecían y la sombra de la incertidumbre se cernía sobre su futuro y luego llegó el feriado bancario y tubo aún más deudas pero eso le hizo más fuerte para salir adelante.

Una noche, mientras repasaba las cuentas con el ceño fruncido, Don Ángel tomó una decisión.

Si la ferretería no remontaba en los próximos meses, colgaría el martillo y se dedicaría a ser taxista. La idea no le entusiasmaba, pero sentía que no tenía otra opción.

Al día siguiente, Don Ángel despertó con una nueva determinación. Decidió darle una última oportunidad a "ferretería GAMAC". Implementó nuevas estrategias de marketing, renovó la imagen del local y ofreció un servicio más personalizado. Además, organizó talleres y eventos para la comunidad, convirtiendo su ferretería en un espacio de encuentro y aprendizaje.

Los esfuerzos de Don Ángel dieron frutos. Poco a poco, los clientes comenzaron a regresar. Apreciaban la atención personalizada, la experiencia y el conocimiento que Don Ángel les brindaba. Además, los talleres y eventos se convirtieron en un éxito rotundo, atrayendo a nuevos clientes y fortaleciendo la relación con los antiguos.

Meses después, Don Ángel miraba con orgullo su ferretería llena de gente. La amenaza de convertirse en taxista se había esfumado, reemplazada por la satisfacción de haber salvado su negocio y seguir haciendo lo que amaba. "Ferretería GAMAC" se había convertido en un faro de resistencia en un mar de competencia, demostrando que la pasión, la atención al cliente y la capacidad de adaptarse son claves para el éxito.

La historia de Don Ángel nos recuerda que incluso en los momentos más difíciles, siempre hay esperanza. Con trabajo duro, perseverancia y un toque de creatividad, podemos superar cualquier obstáculo y alcanzar nuestros sueños.

2.6 Quienes somos

En Ferretería GAMAC, somos más que una simple ferretería y distribuidora de gas; somos parte de la comunidad. Durante más de 25 años, hemos brindado servicios a los residentes del valle de los chillos con una amplia selección de suministros de materiales de construcción, productos de gas y un servicio amigable y experto.

Hoy, bajo el liderazgo de Ángel Pilaquina, Ferretería GAMAC continúa prosperando, defendiendo los valores de nuestro fundador y brindando el mismo servicio excepcional que nos ha convertido en un elemento básico del vecindario. Estamos orgullosos de ser una empresa familiar y estamos orgullosos de tratar a nuestros clientes como si fueran de nuestra familia.

2.7 Core Business

El negocio principal, también conocido como competencia principal o ventaja competitiva de una empresa, es la actividad fundamental que impulsa su éxito. Es esencialmente la razón por la que existe una empresa y lo que la motiva.

Esencia: la esencia en nuestra ferretería es la única que cuenta con una distribuidora de gas ya que al momento que los clientes llegan a hacer el cambio de cilindro pueden llevar varios productos que necesitan en su hogar ya sea una manguera de jardín o guantes.

La diferencia de nuestra ferretería de otras es que contamos con todo lo necesario para el hogar y lo mas importante es que contamos con gran parqueadero que hace una mejor experiencia al cliente.

2.8 Filosofía empresarial: Misión, Visión, Valores

Misión:

Ser la ferretería de referencia en la comunidad, ofreciendo soluciones integrales para el hogar, la construcción y el jardín, con un enfoque en la calidad, la atención personalizada y el compromiso con la sostenibilidad.

Visión:

Convertirnos en una empresa líder en el sector ferretero, reconocida por nuestra excelencia en el servicio, la innovación en la oferta de productos y la contribución al desarrollo sostenible de la comunidad.

Valores:

Compromiso: Nos dedicamos a satisfacer las necesidades de nuestros clientes con pasión y profesionalismo.

Calidad: Ofrecemos productos de alta calidad que garantizan resultados duraderos y satisfacen las expectativas de nuestros clientes.

Atención personalizada: Brindamos un servicio amable y eficiente, asesorando a nuestros clientes con conocimiento y experiencia.

Innovación: Buscamos constantemente nuevas soluciones y productos para satisfacer las necesidades cambiantes de nuestros clientes.

Sostenibilidad: Promovemos prácticas responsables con el medio ambiente, desde la selección de productos hasta la gestión de residuos.

Trabajo en equipo: Valoramos el trabajo colaborativo y la unión de esfuerzos para lograr objetivos comunes.

Respeto: Nos relacionamos con nuestros clientes, proveedores y colaboradores con respeto, honestidad y ética.

2.9 Mapa de percepción o posicionamiento: Definición y gráfica

Un mapa de percepción o posicionamiento es una herramienta de marketing que representa la percepción que tienen los consumidores sobre una ferretería y sus competidores en el mercado. Se utiliza para visualizar la posición relativa de la ferretería GAMAC en función de dos atributos clave, como la calidad de los productos y la atención al cliente.

Gráfica:

Eje X: Calidad de los productos

Eje Y: Atención al cliente

Ferretería:

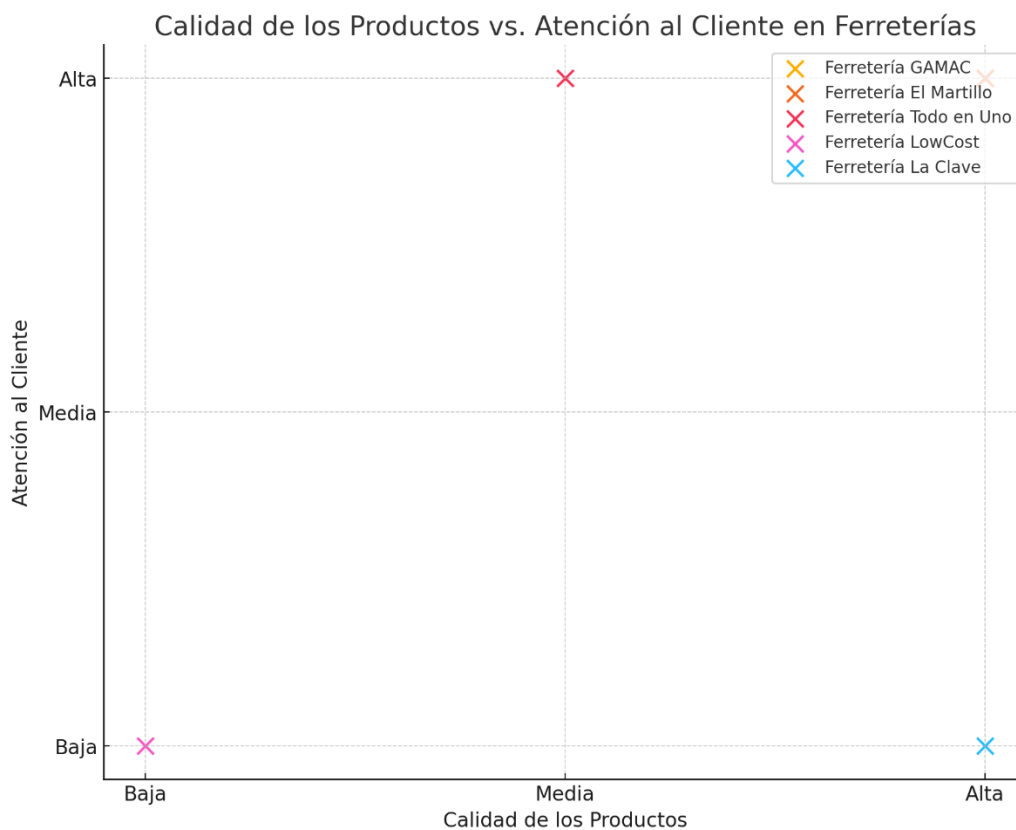
Ferretería GAMAC: Alta calidad, alta atención al cliente (Punto ubicado en la parte superior derecha del gráfico)

Ferretería El Martillo: Alta calidad, alta atención al cliente (Punto ubicado cerca de Ferretería GAMAC en la parte superior derecha del gráfico)

Ferretería Todo en Uno: Calidad media, alta atención al cliente (Punto ubicado en el centro-arriba del gráfico)

Ferretería LowCost: Baja calidad, baja atención al cliente (Punto ubicado en la parte inferior izquierda del gráfico)

Ferretería La Clave: Alta calidad, baja atención al cliente (Punto ubicado en la parte superior izquierda del gráfico)



Análisis del Gráfico:

En el gráfico anterior, se puede observar que:

Ferretería GAMAC: Se encuentra en una posición favorable, ya que ofrece una excelente atención al cliente y productos de alta calidad, rivalizando con la Ferretería El Martillo en este aspecto.

Ferretería El Martillo: Ofrece una excelente atención al cliente y productos de alta calidad, similar a la Ferretería GAMAC, pero podría tener precios ligeramente más altos.

Ferretería Todo en Uno: Ofrece una buena atención al cliente y productos de calidad media, lo que la convierte en una opción atractiva para muchos consumidores que buscan un equilibrio entre precio y calidad.

Ferretería LowCost: Se encuentra en una posición desfavorable, ya que ofrece una baja atención al cliente y productos de baja calidad.

Ferretería La Clave: Se encuentra en una posición poco atractiva, ya que ofrece una baja atención al cliente a pesar de tener productos de alta calidad.

Estrategias para mantener la posición de la ferretería GAMAC:

Ferretería GAMAC: Debería mantener su enfoque en la alta calidad de sus productos y la excelente atención al cliente. Además, podría considerar ofrecer algunos productos a precios más accesibles para atraer a un público más amplio.

Ferretería El Martillo: Se debería enfocar en mantener su alta calidad de productos y atención al cliente, sin descuidar sus precios, ya que podrían ser un factor diferenciador para algunos consumidores.

Ferretería Todo en Uno: Podría buscar oportunidades para mejorar la calidad de sus productos y mantener su buena atención al cliente para seguir siendo una opción atractiva para los consumidores que buscan un equilibrio entre precio y calidad.

Ferretería LowCost: Debería mejorar significativamente su atención al cliente y la calidad de sus productos para poder competir con las demás ferreterías.

Ferretería La Clave: Debería replantear su estrategia de atención al cliente para mejorarla significativamente y así aprovechar la calidad de sus productos para atraer a más clientes.

2.10 Propuesta de Valor Digital.

Tienda en línea:

Crear una tienda en línea moderna y fácil de usar que permita a los clientes navegar por el amplio catálogo de productos de la ferretería GAMAC desde cualquier lugar y en cualquier momento.

Implementar un sistema de búsqueda eficiente y filtros de categorías para facilitar la búsqueda de productos específicos.

Ofrecer descripciones detalladas y precisas de los productos, incluyendo imágenes de alta calidad y especificaciones técnicas.

Permitir a los clientes comparar productos y agregarlos a una lista de deseos.

Implementar un proceso de pago seguro y confiable que acepte diferentes métodos de pago, como tarjetas de crédito, débito y transferencias bancarias.

Ofrecer opciones de envío flexibles y asequibles, incluyendo entrega a domicilio y recolección en la tienda.

Presencia en redes sociales:

Crear perfiles activos en las principales redes sociales, como Facebook, Instagram y Twitter.

Compartir contenido relevante y atractivo para la audiencia objetivo, como consejos de bricolaje, información sobre nuevos productos, promociones y ofertas especiales.

Interactuar con los clientes respondiendo a sus comentarios y mensajes privados de manera oportuna y profesional.

Utilizar las redes sociales para realizar concursos y sorteos para generar interés y fidelizar a los clientes.

Implementar campañas publicitarias en redes sociales para llegar a un público más amplio y aumentar las ventas.

Marketing por correo electrónico:

Crear una lista de suscriptores de correo electrónico con el consentimiento explícito de los clientes.

Enviar correos electrónicos regulares con información sobre nuevos productos, promociones, ofertas especiales y consejos de bricolaje.

Segmentar la lista de suscriptores para enviar contenido personalizado y relevante a cada grupo de clientes.

Ofrecer descuentos exclusivos a los suscriptores de correo electrónico.

Utilizar el correo electrónico para realizar encuestas de satisfacción y recopilar comentarios de los clientes.

Optimización para motores de búsqueda (SEO):

Optimizar el sitio web de la ferretería GAMAC y las páginas de productos con las palabras clave relevantes para que aparezcan en los primeros resultados de búsqueda de Google.

Crear contenido de alta calidad y relevante para el blog de la ferretería GAMAC para atraer tráfico orgánico al sitio web.

Construir backlinks de alta calidad desde otros sitios web relevantes para mejorar la autoridad del sitio web de la ferretería GAMAC.

Utilizar herramientas de análisis web para monitorizar el tráfico del sitio web y medir el rendimiento de las campañas de SEO.

Beneficios de la Propuesta de Valor Digital:

Mayor alcance y visibilidad: La presencia digital de la ferretería GAMAC le permitirá llegar a un público más amplio y aumentar su visibilidad en el mercado.

Mejor experiencia de compra: Los clientes podrán comprar productos de forma cómoda y segura desde cualquier lugar y en cualquier momento.

Fidelización de clientes: La interacción constante con los clientes a través de las redes sociales y el correo electrónico ayudará a fidelizar a los clientes actuales y atraer nuevos clientes.

Aumento de las ventas: La implementación de estrategias de marketing digital efectivas puede generar un aumento significativo en las ventas de la ferretería GAMAC.

Reducción de costos: El marketing digital puede ser una forma más rentable de llegar a los clientes potenciales que el marketing tradicional.

2.11 Segmentación y Microsegmentación

Segmentación de Mercado:

La segmentación de mercado consiste en dividir el mercado en grupos de consumidores con características y necesidades comunes. La Ferretería GAMAC puede segmentar su mercado en función de diferentes criterios, como:

Datos demográficos: Edad, sexo, nivel de ingresos, ubicación geográfica, etc.

Necesidades y comportamientos: Tipo de proyectos de bricolaje que realizan, frecuencia de compra, canales de compra preferidos, etc.

Intereses y estilos de vida: Pasatiempos, actividades al aire libre, preferencias de marca, etc.

Microsegmentación:

La microsegmentación es un proceso que divide aún más los segmentos de mercado en grupos más pequeños y específicos. Esto permite a la Ferretería GAMAC enfocar sus esfuerzos de marketing en los clientes que tienen mayor probabilidad de comprar sus productos.

Ejemplos de Microsegmentación:

Aficionados al bricolaje: Clientes que realizan proyectos de bricolaje con frecuencia y que buscan herramientas y materiales de alta calidad.

Jardineros aficionados: Clientes que buscan productos para el cuidado del jardín, como herramientas de jardinería, fertilizantes y pesticidas.

Profesionales de la construcción: Clientes que trabajan en el sector de la construcción y que necesitan herramientas y materiales profesionales.

Clientes de fin de semana: Clientes que solo compran en la ferretería los fines de semana para realizar pequeños proyectos de bricolaje.

Beneficios de la Segmentación y Microsegmentación:

Mejor comprensión del cliente: La segmentación y microsegmentación permiten a la Ferretería GAMAC comprender mejor las necesidades, deseos y comportamientos de sus clientes.

Estrategias de marketing más efectivas: Al conocer mejor a sus clientes, la Ferretería GAMAC puede desarrollar estrategias de marketing más efectivas que resuenen con ellos.

Aumento de las ventas: Una segmentación y microsegmentación bien definidas pueden ayudar a la Ferretería GAMAC a aumentar sus ventas al enfocarse en los clientes que tienen mayor probabilidad de comprar sus productos.

Mejora de la satisfacción del cliente: Al enfocarse en las necesidades específicas de cada segmento de mercado, la Ferretería GAMAC puede ofrecer una mejor experiencia de compra a sus clientes y aumentar su satisfacción.

Herramientas para la Segmentación y Microsegmentación:

Encuestas de clientes: Las encuestas de clientes pueden proporcionar información valiosa sobre las necesidades, deseos y comportamientos de los clientes.

Análisis de datos de ventas: El análisis de los datos de ventas puede ayudar a identificar patrones de compra y tendencias entre diferentes grupos de clientes.

Redes sociales: Las redes sociales pueden ser una fuente de información valiosa sobre los intereses, estilos de vida y preferencias de los clientes.

CAPÍTULO III: PROCESO ESTRATÉGICO ORGANIZACIONAL

3.1 Análisis del Entorno/ PESTEL

El análisis PESTEL es una herramienta útil para evaluar los factores externos que pueden afectar el desempeño de una empresa. La Ferretería GAMAC y Distribuidora de Gas, al igual que cualquier otra empresa, se ve influenciada por factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales.

Factores Políticos:

Estabilidad política: Un entorno político estable es fundamental para el crecimiento y la inversión de las empresas. La incertidumbre política puede generar inestabilidad económica y afectar negativamente las ventas.

Políticas gubernamentales: Las políticas gubernamentales relacionadas con la construcción, el comercio minorista y la distribución de gas pueden tener un impacto significativo en el negocio de la Ferretería GAMAC y Distribuidora de Gas.

Regulaciones ambientales: Las regulaciones ambientales relacionadas con la venta y distribución de gas pueden aumentar los costos operativos de la empresa.

Factores Económicos:

Crecimiento económico: Un crecimiento económico fuerte puede generar un aumento en la demanda de productos de ferretería y gas.

Tasas de interés: Las tasas de interés altas pueden afectar negativamente el consumo de los hogares y las inversiones de las empresas.

Nivel de desempleo: Un alto nivel de desempleo puede reducir la demanda de productos de ferretería y gas.

Inflación: La inflación puede aumentar los costos operativos de la empresa y reducir sus márgenes de ganancia.

Factores Sociales:

Tendencias demográficas: Los cambios en la estructura demográfica, como el envejecimiento de la población o el aumento de la población urbana, pueden afectar la demanda de productos de ferretería y gas.

Cambios en los estilos de vida: Los cambios en los estilos de vida, como la tendencia al bricolaje o la adopción de tecnologías ecológicas, pueden crear nuevas oportunidades para la Ferretería GAMAC y Distribuidora de Gas.

Nivel de educación: Un mayor nivel de educación puede generar una mayor demanda de productos de ferretería y gas para proyectos de bricolaje y mejoras del hogar.

Factores Tecnológicos:

Nuevos avances tecnológicos: La aparición de nuevas tecnologías, como la impresión 3D o los hogares inteligentes, pueden crear nuevas oportunidades para la Ferretería GAMAC y Distribuidora de Gas.

Comercio electrónico: El crecimiento del comercio electrónico puede presentar un desafío para las tiendas físicas, pero también puede ofrecer nuevas oportunidades para la venta de productos en línea.

Redes sociales: Las redes sociales pueden ser una herramienta valiosa para la Ferretería GAMAC y Distribuidora de Gas para conectarse con sus clientes, promocionar sus productos y servicios, y generar fidelización de marca.

Factores Ambientales:

Preocupaciones por el medio ambiente: La creciente preocupación por el medio ambiente puede generar una mayor demanda de productos ecológicos y eficientes energéticamente.

Regulaciones ambientales: Las regulaciones ambientales más estrictas pueden aumentar los costos operativos de la empresa y requerir inversiones en tecnologías más limpias.

Cambio climático: El cambio climático puede tener un impacto negativo en la disponibilidad de recursos naturales y aumentar el riesgo de desastres naturales.

Factores Legales:

Leyes laborales: Las leyes laborales pueden afectar los costos de mano de obra de la empresa y las relaciones con sus empleados.

Leyes de protección al consumidor: Las leyes de protección al consumidor pueden afectar la forma en que la Ferretería GAMAC y Distribuidora de Gas interactúa con sus clientes y las prácticas de venta de sus productos.

Leyes de propiedad intelectual: Las leyes de propiedad intelectual protegen las marcas comerciales, patentes y derechos de autor de la empresa.

3.2 Análisis de la Competencia/ 5 FUERZAS DE PORTER

Rivalidad entre Competidores Existentes

Competidores: La competencia en el mercado de ferreterías es alta, con empresas como El Martillo, Todo en Uno, LowCost, y La Clave.

Estrategias de Diferenciación: GAMAC debe enfocarse en ofrecer productos de alta calidad y excelente atención al cliente para diferenciarse de los competidores.

Fidelidad del Cliente: Programas de fidelización y servicios adicionales, como asesoramiento técnico, pueden ser clave para mantener y atraer clientes.

Poder de Negociación de los Proveedores

Diversidad de Proveedores: Tener múltiples proveedores puede reducir el poder de negociación de cada uno.

Relaciones a Largo Plazo: Establecer relaciones sólidas y de largo plazo con proveedores clave puede asegurar mejores precios y condiciones.

Calidad de los Insumos: La calidad de los productos suministrados es crucial para mantener la reputación de alta calidad de GAMAC.

Poder de Negociación de los Clientes

Demanda de Productos de Calidad: Los clientes pueden exigir productos de alta calidad y un excelente servicio al cliente, lo que GAMAC ya ofrece.

Sensibilidad al Precio: Los clientes pueden ser sensibles a los precios, por lo que GAMAC debe encontrar un equilibrio entre calidad y precio competitivo.

Servicio Personalizado: Ofrecer un servicio personalizado puede aumentar la satisfacción y lealtad del cliente.

Amenaza de Nuevos Entrantes

Barreras de Entrada: Las barreras de entrada en el mercado de ferreterías pueden incluir el capital inicial, las relaciones con los proveedores y la lealtad del cliente.

Economías de Escala: GAMAC puede beneficiarse de economías de escala, reduciendo costos y ofreciendo precios competitivos.

Innovación y Tecnología: Invertir en tecnología y procesos innovadores puede diferenciar a GAMAC de nuevos entrantes.

Amenaza de Productos Sustitutos

Alternativas de Compra: Los clientes pueden optar por comprar productos en tiendas en línea o grandes superficies como Leroy Merlin.

Calidad y Servicio: Mantener un alto estándar de calidad y servicio puede minimizar la amenaza de sustitutos.

Diversificación de Productos: Ofrecer una amplia gama de productos y servicios relacionados puede reducir la dependencia de un solo tipo de producto.

3.3 Identificación de Oportunidades

Expansión de la Línea de Productos

Diversificación: Incluir productos de jardinería, bricolaje y decoración para atraer a un público más amplio.

Productos Verdes: Ofrecer productos eco-friendly y sostenibles para captar a consumidores conscientes del medio ambiente.

Mejora de la Experiencia del Cliente

Programas de Fidelización: Implementar programas de lealtad que ofrezcan descuentos y promociones exclusivas a clientes frecuentes.

Servicio Técnico y Asesoramiento: Brindar servicios de asesoramiento técnico y talleres prácticos para clientes, mejorando su experiencia y conocimiento.

Adopción de Tecnología

E-commerce: Desarrollar una tienda en línea para ampliar el alcance de ventas, ofreciendo entrega a domicilio y recogida en tienda.

Herramientas de Gestión: Utilizar software de gestión de inventarios y CRM para optimizar operaciones y mejorar la relación con el cliente.

Alianzas Estratégicas

Colaboraciones Locales: Establecer alianzas con constructores, arquitectos y diseñadores locales para fomentar el uso de sus productos en proyectos.

Eventos y Patrocinios: Participar en ferias y eventos locales para aumentar la visibilidad de la marca y atraer nuevos clientes.

Promoción y Marketing

Redes Sociales: Utilizar redes sociales para promover productos, compartir consejos útiles y conectar con la comunidad.

Marketing de Contenidos: Crear contenido educativo en formato de blogs, videos y guías para posicionarse como un referente en el sector.

Oportunidades para la Distribuidora de Gas

Mejora del Servicio al Cliente

Atención Personalizada: Ofrecer atención personalizada y soluciones a medida para clientes residenciales y comerciales.

Plataformas Digitales: Implementar plataformas en línea para la gestión de pedidos, pagos y atención al cliente.

Alianzas y Contratos

Acuerdos Corporativos: Establecer contratos a largo plazo con empresas y entidades gubernamentales para garantizar una demanda estable.

Colaboración con Proveedores: Fortalecer relaciones con proveedores para asegurar un suministro constante y confiable.

Promoción y Sensibilización

Campañas Educativas: Realizar campañas educativas sobre el uso seguro del gas y los beneficios de su producto.

Publicidad Dirigida: Utilizar medios de comunicación locales y digitales para llegar a clientes potenciales.

3.4 Identificación de Amenazas

Competencia Intensa

Grandes Superficies: La competencia de grandes cadenas como Leroy Merlin y Bricomart puede reducir la cuota de mercado de GAMAC.

Tiendas Online: El aumento de las ventas en línea y plataformas como Amazon puede atraer a clientes por sus precios competitivos y conveniencia.

Fluctuaciones Económicas

Recesión: Las crisis económicas pueden reducir el poder adquisitivo de los clientes y disminuir la demanda de productos de ferretería.

Inflación: Aumento de los precios de las materias primas y productos puede afectar la capacidad de mantener precios competitivos.

Cambios en la Demanda del Consumidor

Preferencias del Cliente: Los cambios en las preferencias del cliente hacia productos más innovadores o ecológicos pueden dejar obsoletos ciertos productos.

Tendencias de Bricolaje: La fluctuación en la popularidad del bricolaje puede afectar la demanda de productos específicos.

Problemas de Suministro

Interrupciones: La dependencia de proveedores puede causar problemas si hay interrupciones en la cadena de suministro.

Calidad de Productos: La inconsistencia en la calidad de los productos suministrados puede afectar la reputación de GAMAC.

Normativas y Regulaciones

Regulaciones Ambientales: Nuevas regulaciones ambientales pueden incrementar los costos de operación y requerir cambios en los productos ofrecidos.

Normativas de Seguridad: Cumplir con las normativas de seguridad puede requerir inversiones adicionales en infraestructura y capacitación.

3.5 Análisis Interno de la Empresa/ CADENA DE VALOR

Actividades Primarias

Logística Interna La logística interna en Ferretería GAMAC incluye la recepción, almacenamiento y gestión de inventarios de productos. La empresa debe asegurarse de tener un sistema eficiente para el manejo de inventarios que permita un flujo adecuado de productos y minimice los tiempos de espera y desabastecimiento.

Operaciones Las operaciones abarcan todas las actividades relacionadas con la disposición y presentación de los productos en la tienda. Es crucial mantener una tienda bien organizada, limpia y atractiva para los clientes. Además, el personal debe estar capacitado para asesorar y atender a los clientes de manera eficiente y profesional.

Logística Externa La logística externa se refiere a la distribución de los productos hacia los clientes finales. Ferretería GAMAC puede ofrecer servicios de entrega a domicilio y recogida en tienda para mejorar la conveniencia del cliente. Un sistema de distribución eficaz y puntual es esencial para mantener la satisfacción del cliente.

Marketing y Ventas Las actividades de marketing y ventas implican la promoción de los productos y servicios de la ferretería. Utilizar diversas estrategias de marketing, tanto online como offline, es fundamental para atraer y retener clientes. Esto incluye campañas publicitarias, promociones, eventos en la tienda y la presencia activa en redes sociales.

Servicios Los servicios adicionales ofrecidos por Ferretería GAMAC, como asesoramiento técnico, talleres y programas de fidelización, son cruciales para añadir valor al cliente. Estos servicios pueden diferenciar a GAMAC de sus competidores y construir una base de clientes leales.

Actividades de Apoyo

Infraestructura de la Empresa La infraestructura abarca la administración general, finanzas, planificación y control de calidad. Un buen sistema de gestión empresarial asegura que todas las operaciones se realicen de manera eficiente y efectiva, contribuyendo a la competitividad de la ferretería.

Gestión de Recursos Humanos La gestión de recursos humanos incluye el reclutamiento, formación y desarrollo del personal. Tener un equipo bien capacitado y motivado es fundamental para brindar un excelente servicio al cliente y mejorar la productividad general de la empresa.

Desarrollo Tecnológico El desarrollo tecnológico implica la implementación de nuevas tecnologías y sistemas de información para mejorar las operaciones de la ferretería. Esto puede incluir sistemas de gestión de inventarios, plataformas de comercio electrónico y herramientas de marketing digital.

Adquisiciones Las adquisiciones se refieren a la compra de productos y materias primas necesarios para la operación de la ferretería. Establecer buenas relaciones con proveedores confiables y negociar precios competitivos son aspectos clave para mantener los costos bajos y la calidad alta.

Distribuidora de Gas

Actividades Primarias

Logística Interna La logística interna en la distribuidora de gas incluye la recepción, almacenamiento y manejo seguro de los cilindros de gas. La empresa debe implementar estrictos protocolos de seguridad para evitar accidentes y garantizar un manejo eficiente del inventario.

Operaciones Las operaciones abarcan la recarga, mantenimiento y distribución de cilindros de gas. Es esencial que el equipo esté capacitado en el manejo seguro del gas y que las instalaciones cumplan con todas las normativas de seguridad.

Logística Externa La logística externa se refiere a la entrega de cilindros de gas a los clientes. Un sistema de distribución eficiente y seguro es fundamental para cumplir con los tiempos de entrega y garantizar la satisfacción del cliente.

Marketing y Ventas Las actividades de marketing y ventas para la distribuidora de gas incluyen la promoción de sus servicios y la captación de nuevos clientes. Las estrategias pueden incluir publicidad local, programas de referidos y campañas de sensibilización sobre el uso seguro del gas.

Servicios Los servicios adicionales pueden incluir la instalación de equipos, inspecciones de seguridad y asesoramiento técnico. Ofrecer un servicio integral que va más allá de la simple entrega de gas puede diferenciar a la empresa y añadir valor al cliente.

Actividades de Apoyo

Infraestructura de la Empresa La infraestructura de la empresa incluye la administración, finanzas y gestión de la calidad. Un sistema de gestión eficiente es esencial para garantizar que todas las operaciones se realicen de manera segura y efectiva.

Gestión de Recursos Humanos La gestión de recursos humanos es crucial en la distribución de gas debido a la naturaleza peligrosa del producto. Reclutar, capacitar y retener personal calificado es fundamental para garantizar la seguridad y eficiencia en las operaciones.

Desarrollo Tecnológico El desarrollo tecnológico en la distribuidora de gas puede incluir sistemas de rastreo de entregas, software de gestión de inventarios y plataformas en línea para pedidos y pagos. La adopción de nuevas tecnologías puede mejorar la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente.

Adquisiciones Las adquisiciones se refieren a la compra de gas y otros suministros necesarios para la operación. Mantener buenas relaciones con los proveedores y asegurar la calidad y seguridad del producto son aspectos clave para el éxito de la distribuidora.

3.6 Identificación Fortalezas

Alta Calidad de Productos GAMAC se destaca por ofrecer productos de alta calidad, lo que genera confianza y fidelidad entre sus clientes. Esta reputación por calidad asegura que los clientes regresen y recomienden la ferretería a otros.

Excelente Atención al Cliente La atención al cliente de GAMAC es reconocida por ser personalizada y eficiente. Los empleados están bien capacitados para asesorar y ayudar a los clientes en sus compras, lo que mejora significativamente la experiencia de compra.

Amplia Variedad de Productos GAMAC ofrece una amplia gama de productos, desde herramientas y materiales de construcción hasta artículos de jardinería y bricolaje. Esta diversidad atrae a una base de clientes más amplia y satisface diversas necesidades.

Ubicación Estratégica La ferretería está ubicada en un área de fácil acceso, lo que facilita la llegada de clientes y proveedores. Una buena ubicación aumenta la visibilidad y la conveniencia para los clientes.

Relaciones Sólidas con Proveedores GAMAC mantiene relaciones sólidas y a largo plazo con sus proveedores, asegurando un suministro constante y de calidad. Estas relaciones también pueden traducirse en mejores precios y condiciones de compra.

Innovación y Tecnología La ferretería invierte en tecnología para mejorar sus operaciones, como sistemas de gestión de inventarios y plataformas de comercio electrónico. La adopción de tecnología mejora la eficiencia y la satisfacción del cliente.

Reputación en el Mercado GAMAC tiene una sólida reputación en el mercado, construida a través de años de servicio de calidad. Esta reputación atrae a nuevos clientes y refuerza la lealtad de los actuales.

Distribuidora de Gas

Seguridad y Confiabilidad La distribuidora de gas se enfoca en la seguridad y la confiabilidad de sus operaciones. Implementa estrictos protocolos de seguridad para el manejo y distribución de gas, lo que genera confianza en sus clientes.

Eficiencia en la Entrega La empresa cuenta con un sistema de distribución eficiente, asegurando entregas puntuales y confiables. La eficiencia en la entrega es crucial para la satisfacción del cliente y la competitividad en el mercado.

Atención al Cliente La distribuidora ofrece un excelente servicio al cliente, con personal capacitado para asesorar y resolver dudas de manera efectiva. La atención al cliente es un pilar fundamental para mantener la lealtad de los clientes.

Relaciones con Clientes Corporativos La distribuidora mantiene contratos a largo plazo con empresas y entidades gubernamentales, asegurando una demanda constante y estable. Estas relaciones corporativas son esenciales para la estabilidad financiera.

Capacidad de Respuesta Rápida La empresa tiene la capacidad de responder rápidamente a emergencias y necesidades urgentes de los clientes, lo que aumenta su confiabilidad y reputación en el mercado.

Infraestructura Moderna Cuenta con una infraestructura moderna y bien mantenida para el almacenamiento y distribución de gas. La infraestructura adecuada es crucial para la seguridad y eficiencia operativa.

Reputación de Calidad La distribuidora es conocida por la calidad de sus productos y servicios, lo que refuerza la lealtad de los clientes y atrae a nuevos consumidores.

3.7 Identificación Debilidades

Dependencia de Proveedores Limitados La ferretería puede depender de un número limitado de proveedores, lo que podría generar problemas de suministro si alguno de ellos falla. Esto puede afectar la disponibilidad de productos y la capacidad de satisfacer la demanda del cliente.

Escasa Presencia en Línea GAMAC podría tener una presencia en línea limitada, lo que restringe su alcance a clientes potenciales que prefieren comprar por internet. En un mercado cada vez más digital, no tener una tienda en línea robusta puede ser una desventaja significativa.

Capacidad de Almacenamiento Restringida Las limitaciones en la capacidad de almacenamiento pueden dificultar la gestión de inventarios y la respuesta a incrementos súbitos en la demanda. Esto puede resultar en desabastecimientos y pérdidas de ventas.

Falta de Innovación en Productos Si GAMAC no se actualiza regularmente con nuevos productos y tecnologías, puede quedarse atrás frente a competidores más innovadores. La falta de innovación puede hacer que la ferretería parezca anticuada y menos atractiva para los clientes.

Capacitación del Personal Si bien el personal de GAMAC es conocido por su buen servicio, la falta de capacitación continua puede resultar en una disminución en la calidad del servicio al cliente y en el conocimiento de productos. Esto puede afectar negativamente la experiencia del cliente.

Marketing Limitado Las estrategias de marketing de GAMAC pueden ser limitadas en alcance y efectividad. No tener una campaña de marketing fuerte puede reducir la visibilidad de la marca y la atracción de nuevos clientes.

Dependencia del Mercado Local GAMAC puede estar excesivamente dependiente del mercado local, lo que lo hace vulnerable a fluctuaciones económicas y cambios en la demanda dentro de esa área específica. Expandirse a nuevos mercados podría mitigar este riesgo.

Distribuidora de Gas

Costos Operativos Elevados La distribución de gas implica altos costos operativos debido a la necesidad de cumplir con estrictas normativas de seguridad y mantener una infraestructura adecuada. Estos costos pueden reducir los márgenes de ganancia y limitar la capacidad de inversión en otras áreas.

Riesgo de Accidentes El manejo y distribución de gas son actividades inherentemente peligrosas. Cualquier accidente puede tener graves consecuencias legales, financieras y reputacionales para la empresa.

Falta de Diversificación La dependencia exclusiva del negocio de distribución de gas puede ser una debilidad, ya que no diversificar expone a la empresa a riesgos relacionados con la fluctuación en la demanda de gas y los precios del mercado energético.

Infraestructura Anticuada Si la empresa no actualiza regularmente su infraestructura, puede enfrentar problemas de eficiencia y seguridad. Una infraestructura anticuada puede incrementar el riesgo de accidentes y reducir la competitividad.

Problemas de Suministro La dependencia de un número limitado de proveedores de gas puede ser una vulnerabilidad. Cualquier interrupción en el suministro puede afectar gravemente la capacidad de la empresa para cumplir con la demanda de sus clientes.

Competencia de Energías Renovables El creciente interés y adopción de energías renovables representa una amenaza significativa. Si la distribuidora no se adapta a esta tendencia, puede perder relevancia en el mercado y ver una disminución en la demanda de sus productos.

Reputación de Seguridad Cualquier incidente relacionado con la seguridad puede dañar gravemente la reputación de la empresa. Mantener una imagen de seguridad impecable es crucial, pero también es un área vulnerable que requiere constante atención y mejora.

3.8 Matriz FODA INICIAL

Fortalezas

Alta Calidad de Productos: Ofrecemos productos de alta calidad que generan confianza y fidelidad entre nuestros clientes.

Excelente Atención al Cliente: Nuestro personal está capacitado para brindar asesoramiento personalizado y eficiente, mejorando la experiencia de compra.

Amplia Variedad de Productos: Contamos con una diversa gama de productos que satisfacen múltiples necesidades de los clientes.

Ubicación Estratégica: Nuestra tienda está situada en un área de fácil acceso, lo que facilita la llegada de clientes y proveedores.

Relaciones Sólidas con Proveedores: Mantenemos relaciones a largo plazo con proveedores confiables, asegurando un suministro constante y de calidad.

Innovación y Tecnología: Invertimos en tecnología para mejorar nuestras operaciones y la satisfacción del cliente.

Reputación en el Mercado: Tenemos una sólida reputación en el mercado, construida a través de años de servicio de calidad.

Oportunidades

Expansión de la Línea de Productos: Incluir productos de jardinería, bricolaje y decoración para atraer a un público más amplio.

Productos Verdes: Ofrecer productos eco-friendly y sostenibles para captar a consumidores conscientes del medio ambiente.

E-commerce: Desarrollar una tienda en línea para ampliar el alcance de ventas, ofreciendo entrega a domicilio y recogida en tienda.

Alianzas Estratégicas: Establecer alianzas con constructores, arquitectos y diseñadores locales para fomentar el uso de nuestros productos en proyectos.

Programas de Fidelización: Implementar programas de lealtad que ofrezcan descuentos y promociones exclusivas a clientes frecuentes.

Eventos y Talleres: Organizar eventos y talleres en la tienda para atraer a nuevos clientes y fidelizar a los actuales.

Marketing Digital: Utilizar redes sociales y marketing de contenidos para aumentar la visibilidad y atraer a nuevos clientes.

Debilidades

Dependencia de Proveedores Limitados: La dependencia de un número limitado de proveedores puede generar problemas de suministro.

Escasa Presencia en Línea: La falta de una tienda en línea robusta limita nuestro alcance a clientes que prefieren comprar por internet.

Capacidad de Almacenamiento Restringida: Las limitaciones en la capacidad de almacenamiento pueden dificultar la gestión de inventarios y la respuesta a incrementos súbitos en la demanda.

Falta de Innovación en Productos: La falta de actualización regular con nuevos productos y tecnologías puede dejarnos atrás frente a competidores más innovadores.

Capacitación del Personal: La falta de capacitación continua puede resultar en una disminución en la calidad del servicio al cliente.

Marketing Limitado: Estrategias de marketing de alcance y efectividad limitadas pueden reducir la visibilidad de la marca.

Dependencia del Mercado Local: La excesiva dependencia del mercado local nos hace vulnerables a fluctuaciones económicas y cambios en la demanda dentro de esa área específica.

Amenazas

Competencia Intensa: Grandes cadenas y tiendas en línea pueden reducir nuestra cuota de mercado.

Fluctuaciones Económicas: Crisis económicas y aumento de precios de materias primas pueden afectar la demanda de nuestros productos.

Cambios en la Demanda del Consumidor: Las preferencias cambiantes hacia productos más innovadores o ecológicos pueden dejar obsoletos algunos de nuestros productos.

Problemas de Suministro: La dependencia de proveedores puede causar problemas si hay interrupciones en la cadena de suministro.

Normativas y Regulaciones: Nuevas regulaciones ambientales y de seguridad pueden incrementar los costos de operación.

Competencia de Energías Renovables: La adopción de energías renovables puede disminuir la demanda de algunos productos tradicionales.

CAPÍTULO IV: PROCESO ESTRATÉGICO COMERCIAL

4.1 Marketing Mix 4Ps

Producto:

Amplia variedad de productos: La Ferretería GAMAC debe ofrecer una amplia variedad de productos para satisfacer las necesidades de sus clientes, incluyendo herramientas, materiales de construcción, artículos para el hogar, artículos de jardinería, y artículos de ferretería en general.

Productos de alta calidad: La ferretería debe ofrecer productos de alta calidad que cumplan con las expectativas de los clientes.

Productos innovadores: La ferretería debe estar atenta a las nuevas tendencias del mercado y ofrecer productos innovadores que satisfagan las necesidades de sus clientes.

Precio:

Precios competitivos: La ferretería debe ofrecer precios competitivos que sean atractivos para sus clientes.

Estrategias de precios diferenciales: La ferretería puede implementar estrategias de precios diferenciales para ofrecer descuentos a clientes específicos, como profesionales de la construcción o clientes mayoristas.

Promociones y ofertas especiales: La ferretería puede realizar promociones y ofertas especiales para atraer nuevos clientes y fidelizar a los clientes existentes.

Plaza:

Tienda física: La ferretería debe tener una tienda física bien ubicada y accesible para sus clientes.

Tienda en línea: La ferretería debe tener una tienda en línea que permita a los clientes comprar productos desde la comodidad de su hogar.

Canales de distribución adicionales: La ferretería puede considerar utilizar canales de distribución adicionales, como distribuidores mayoristas o minoristas, para ampliar su alcance de mercado.

Promoción:

Publicidad: La ferretería puede realizar campañas publicitarias en medios tradicionales, como radio, televisión y prensa escrita, o en medios digitales, como redes sociales y motores de búsqueda.

Marketing de contenidos: La ferretería puede crear contenido informativo y útil para sus clientes, como artículos de blog, tutoriales en vídeo y guías de compra.

Relaciones públicas: La ferretería puede participar en actividades de relaciones públicas para generar publicidad positiva y aumentar su visibilidad en el mercado.

Programa de fidelización de clientes: La ferretería puede implementar un programa de fidelización de clientes para recompensar a sus clientes recurrentes y fomentar su lealtad.



Gráfico 8. Plaza, promoción, producto y precio

4.2 MARCA/PRODUCTO

Marca:

Consideraciones para la Marca:

Nombre: GAMAC ya es un nombre establecido y reconocido en el mercado. Se puede considerar mantener el nombre actual o realizar pequeñas modificaciones para hacerlo más moderno y atractivo.

Identidad visual: Es importante crear una identidad visual que sea coherente con la imagen de la empresa y que transmita los valores de la marca. Esto incluye el logotipo, los colores, la tipografía y el estilo general de comunicación.

Posicionamiento: La marca debe posicionarse en el mercado como una ferretería y distribuidora de gas confiable, de alta calidad y con un servicio al cliente excepcional.

Estrategias de Marca:

Enfatizar la calidad de los productos y servicios: GAMAC debe comunicar claramente que ofrece productos de alta calidad y que sus servicios son confiables y eficientes.

Destacar la experiencia y trayectoria de la empresa: GAMAC debe aprovechar su experiencia y trayectoria en el mercado para generar confianza en los clientes.

Ofrecer un servicio al cliente excepcional: La atención al cliente debe ser una prioridad para GAMAC. La empresa debe esforzarse por ofrecer una experiencia de compra agradable y satisfactoria a todos sus clientes.

Crear una comunidad en torno a la marca: GAMAC puede crear una comunidad en torno a la marca a través de las redes sociales y otros canales de comunicación. Esto ayudará a fidelizar a los clientes y a crear un sentido de pertenencia.

Producto:

Productos para Ferretería:

Herramientas: GAMAC debe ofrecer una amplia variedad de herramientas manuales y eléctricas de alta calidad para satisfacer las necesidades de sus clientes.

Materiales de construcción: La ferretería debe ofrecer una amplia variedad de materiales de construcción, como cemento, ladrillos, arena, grava, etc.

Artículos para el hogar: GAMAC puede ofrecer una variedad de artículos para el hogar, como pinturas, cerraduras, grifería, artículos de limpieza, etc.

Artículos de jardinería: La ferretería puede ofrecer una variedad de artículos de jardinería, como herramientas de jardinería, plantas, fertilizantes, pesticidas, etc.

Artículos de ferretería en general: GAMAC debe ofrecer una amplia variedad de artículos de ferretería en general, como tornillos, clavos, tuercas, bisagras, etc.

Productos para Distribuidora de Gas:

Gas licuado de petróleo (GLP): GAMAC debe ofrecer GLP de alta calidad a precios competitivos.

Cilindros de gas: La empresa debe ofrecer una variedad de tamaños de cilindros de gas para satisfacer las necesidades de sus clientes.

Servicios de instalación y mantenimiento: GAMAC puede ofrecer servicios de instalación y mantenimiento de cilindros de gas.

Estrategias de Producto:

Ofrecer productos innovadores: GAMAC debe estar atenta a las nuevas tendencias del mercado y ofrecer productos innovadores que satisfagan las necesidades de sus clientes.

Desarrollar productos de marca propia: GAMAC puede desarrollar productos de marca propia para diferenciarse de la competencia y aumentar sus márgenes de ganancia.

Ofrecer garantías y servicios postventa: GAMAC debe ofrecer garantías y servicios postventa para sus productos para generar confianza en los clientes.

Implementar un sistema de gestión de inventario eficiente: La empresa debe implementar un sistema de gestión de inventario eficiente para garantizar que siempre tenga los productos adecuados en stock.

4.2.1 Estudio de Marca

Objetivos del Estudio de Marca

- Comprender la percepción actual de la marca GAMAC entre los consumidores.
- Identificar los atributos y valores asociados con la marca GAMAC.
- Analizar la competencia y el posicionamiento de otras ferreterías en el mercado.
- Determinar las fortalezas y debilidades de la marca GAMAC.
- Desarrollar recomendaciones para fortalecer la marca GAMAC y mejorar su posicionamiento en el mercado.

Metodología del Estudio de Marca

Investigación cualitativa:

- Realizar entrevistas en profundidad para recopilar información sobre las percepciones, actitudes y experiencias de los consumidores con la marca GAMAC.
- Llevar a cabo grupos focales para obtener información sobre las opiniones y creencias de los consumidores sobre la marca.
- Aplicar encuestas abiertas para recopilar datos sobre la marca GAMAC sin restricciones.

Investigación cuantitativa:

Implementar encuestas cerradas para recopilar datos cuantitativos sobre el conocimiento de la marca, la lealtad a la marca y la satisfacción del cliente.

Analizar los datos de ventas y marketing para identificar tendencias y patrones.

Realizar un análisis de la competencia para comparar la marca GAMAC con sus competidores.

Análisis de la competencia:

Identificar los principales competidores de la Ferretería GAMAC.

Analizar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de cada competidor.

Comparar las estrategias de marca de la Ferretería GAMAC con las de sus competidores.

Análisis de redes sociales:

Monitorear las conversaciones sobre la marca GAMAC en las redes sociales.

Analizar los sentimientos y opiniones de los consumidores sobre la marca.

Identificar a los influencers y líderes de opinión en el sector ferretero.

Herramientas para el Estudio de Marca

Software de encuestas: Existen diversas plataformas de encuestas en línea que pueden ser utilizadas para recopilar datos cuantitativos.

Herramientas de análisis de redes sociales: Existen diversas herramientas que pueden ser utilizadas para analizar las conversaciones sobre la marca GAMAC en las redes sociales.

Software de análisis de datos: Existen diversos software de análisis de datos que pueden ser utilizados para procesar y analizar los datos recopilados durante el estudio.

Resultados del Estudio de Marca

Los resultados del estudio de marca proporcionarán a la Ferretería GAMAC información valiosa sobre su posición actual en el mercado, las áreas que necesitan mejorar y las oportunidades que puede aprovechar. La empresa podrá utilizar esta información para desarrollar estrategias para fortalecer su marca, mejorar su posicionamiento en el mercado y aumentar sus ventas.

Estrategias para Fortalecer la Marca GAMAC

Reforzar los atributos y valores de la marca: La empresa debe identificar los atributos y valores que son más importantes para sus clientes y reforzarlos en todas sus comunicaciones.

Diferenciar la marca de la competencia: La empresa debe identificar los aspectos que diferencian a la marca GAMAC de la competencia y comunicarlos de manera efectiva a los consumidores.

Mejorar la experiencia del cliente: La empresa debe esforzarse por ofrecer una experiencia de cliente excepcional en todos los puntos de contacto.

Crear una comunidad en torno a la marca: La empresa puede crear una comunidad en torno a la marca a través de las redes sociales y otros canales de comunicación.

Monitorear y medir el rendimiento de la marca: La empresa debe monitorear y medir el rendimiento de la marca de manera regular para evaluar el impacto de sus estrategias.

4.2.2 Reconocimiento de marca

Aumentar el conocimiento de la marca: El objetivo principal del reconocimiento de marca es aumentar el conocimiento de la marca GAMAC entre los consumidores. Esto significa que los consumidores deben poder reconocer el nombre de la marca, el logotipo y otros elementos visuales asociados con la marca.

Crear una imagen de marca positiva: La ferretería GAMAC debe esforzarse por crear una imagen de marca positiva que sea atractiva para los consumidores. Esto significa que la marca debe estar asociada con atributos positivos como la calidad, la confiabilidad y el buen servicio al cliente.

Fidelizar a los clientes: Un alto nivel de reconocimiento de marca puede ayudar a fidelizar a los clientes, ya que es más probable que los consumidores compren productos de una marca que conocen y en la que confían.

Atraer nuevos clientes: El reconocimiento de marca también puede ayudar a atraer nuevos clientes, ya que las personas que conocen la marca son más propensas a considerarla cuando necesitan comprar productos o servicios en la categoría de la ferretería.

Estrategias para el Reconocimiento de Marca para la Ferretería GAMAC:

Publicidad: La publicidad es una forma eficaz de aumentar el conocimiento de la marca. La ferretería GAMAC puede utilizar diferentes canales publicitarios, como la televisión, la radio, la prensa escrita, la publicidad exterior y la publicidad digital.

Marketing digital: El marketing digital es otra forma eficaz de aumentar el conocimiento de la marca y llegar a los consumidores en línea. La ferretería GAMAC puede utilizar diferentes estrategias de marketing digital, como el SEO, el SEM, el marketing en redes sociales y el marketing por correo electrónico.

Relaciones públicas: Las relaciones públicas pueden ayudar a crear una imagen de marca positiva y aumentar la visibilidad de la marca. La ferretería GAMAC puede trabajar con los medios de comunicación para obtener cobertura mediática positiva y participar en eventos de la comunidad.

Patrocinio: El patrocinio puede ayudar a asociar la marca GAMAC con eventos o causas populares. Esto puede ayudar a crear una imagen de marca positiva y aumentar el conocimiento de la marca entre los consumidores que están interesados en esos eventos o causas.

Marketing promocional: El marketing promocional puede ayudar a crear interés en la marca y atraer nuevos clientes. La ferretería GAMAC puede utilizar diferentes

estrategias de marketing promocional, como descuentos, ofertas especiales y programas de fidelización.

Consejos para el Reconocimiento de Marca para la Ferretería GAMAC:

Desarrollar una identidad de marca fuerte: La ferretería GAMAC debe desarrollar una identidad de marca fuerte que sea consistente en todas sus comunicaciones. Esto incluye el nombre de la marca, el logotipo, el eslogan y los valores de la marca.

Ser coherente en todas las comunicaciones: La ferretería GAMAC debe ser coherente en todas sus comunicaciones, tanto online como offline. Esto significa que el mensaje de la marca debe ser el mismo en todos los canales de comunicación.

Medir el éxito de las estrategias de reconocimiento de marca: La ferretería GAMAC debe medir el éxito de sus estrategias de reconocimiento de marca para poder realizar los ajustes necesarios.

4.2.3 Personalidad de marca

La ferretería GAMAC se define por una personalidad de marca sólida y distintiva que refleja sus valores fundamentales y su enfoque en la satisfacción del cliente.

Confiabilidad: GAMAC es una marca en la que los clientes pueden confiar plenamente. Se esfuerza por ofrecer productos de alta calidad y servicios consistentes, garantizando que cada compra cumpla con las expectativas del cliente.

Profesionalismo: La ferretería se presenta como una entidad profesional, con un personal bien capacitado y conocedor que brinda asesoramiento experto. Esta profesionalidad se refleja en todos los aspectos del negocio, desde la atención al cliente hasta la presentación de la tienda.

Innovación: GAMAC se mantiene a la vanguardia en el sector de ferreterías al incorporar las últimas tecnologías y productos innovadores. La marca se esfuerza por ofrecer soluciones modernas que faciliten y mejoren los proyectos de sus clientes.

Cercanía: La marca se caracteriza por su enfoque en la comunidad y la relación cercana con sus clientes. GAMAC es accesible y amigable, siempre dispuesta a ayudar y escuchar las necesidades de su clientela.

Compromiso con la Calidad: La calidad es un pilar fundamental de la marca GAMAC. Todos los productos y servicios ofrecidos están respaldados por un riguroso control de calidad para asegurar que cumplen con los estándares más altos.

Responsabilidad Ambiental: GAMAC se preocupa por el medio ambiente y ofrece productos sostenibles y eco-friendly. La marca promueve prácticas responsables y fomenta el uso de materiales y técnicas que minimicen el impacto ambiental.

Adaptabilidad: GAMAC es una marca flexible y adaptable, capaz de responder rápidamente a las tendencias del mercado y a las necesidades cambiantes de sus clientes. Esta adaptabilidad le permite mantenerse relevante y competitiva.

Seguridad: La seguridad es una prioridad para GAMAC. La marca se asegura de que todos los productos y procedimientos cumplan con las normativas de seguridad más estrictas, proporcionando a los clientes tranquilidad y confianza en sus compras.

Pasión por el Servicio: GAMAC tiene una verdadera pasión por el servicio al cliente. Cada miembro del equipo está dedicado a proporcionar una experiencia de compra excepcional, demostrando atención al detalle y una actitud proactiva para resolver cualquier problema.

Esta personalidad de marca permite a Ferretería GAMAC construir relaciones duraderas con sus clientes, diferenciarse de la competencia y mantener una reputación sólida en el mercado.

4.2.4 Categoría de productos

4.2.5 Mezcla de producto

4.2.6 Matriz de Ansoff

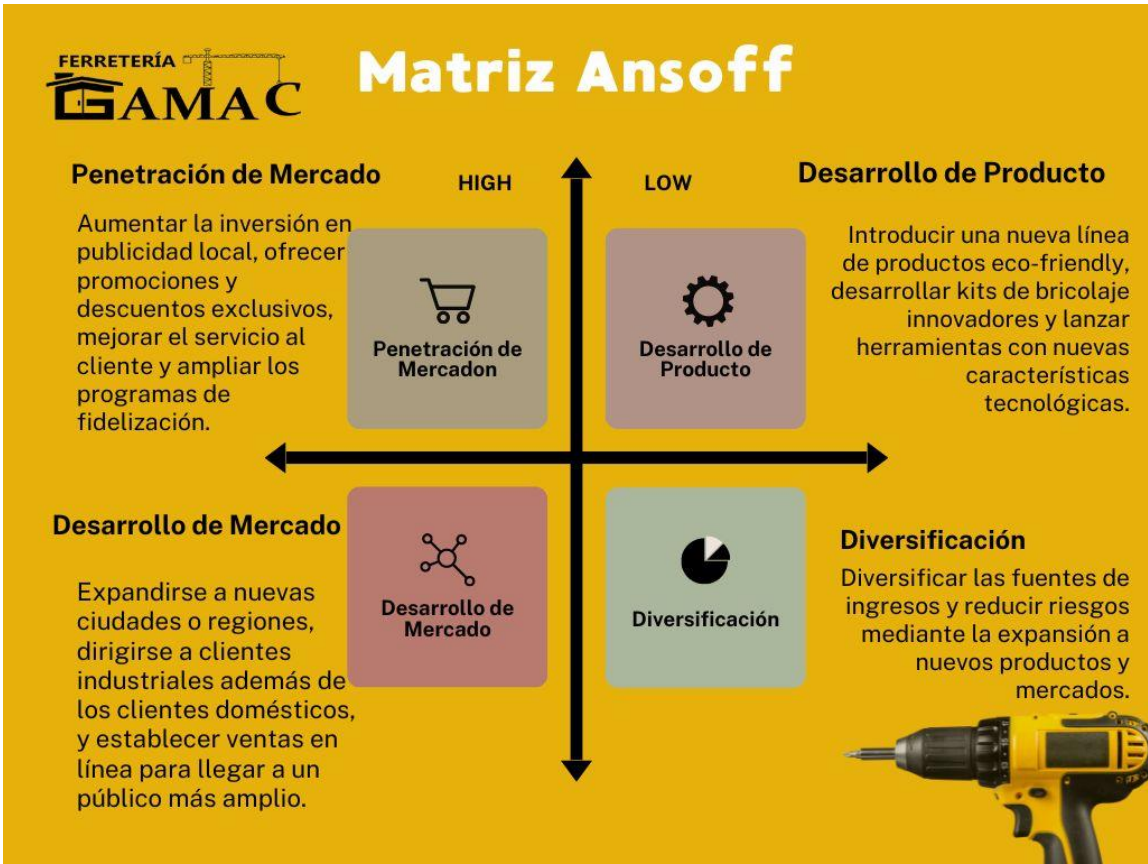


Gráfico 9. Matriz ansof

4.2.7 Matriz de Ciclo de Vida

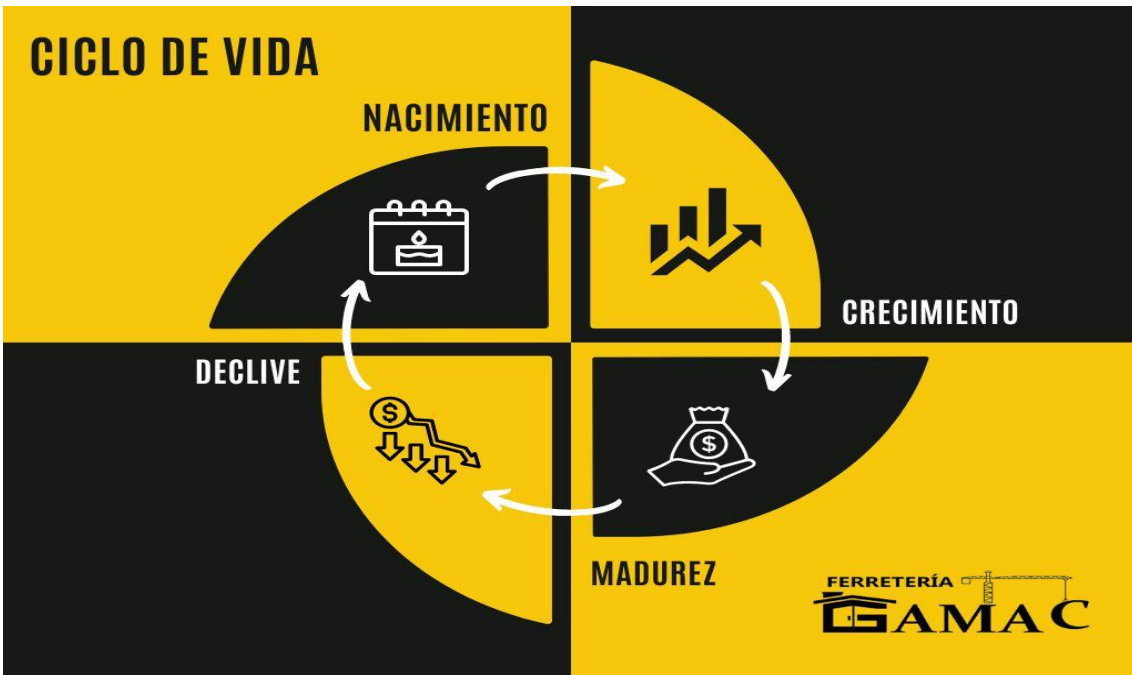


Gráfico 10. Ciclo de vida

Nacimiento

Productos: Nuevas líneas de productos eco-friendly, herramientas innovadoras y kits de bricolaje.

Estrategias: Inversión en publicidad y marketing para crear conciencia de marca, promociones de lanzamiento, y eventos de demostración de productos en la tienda.

Crecimiento

Productos: Herramientas eléctricas y manuales que han ganado aceptación en el mercado.

Estrategias: Expandir la distribución a nuevas regiones, mejorar la disponibilidad de productos, aumentar la producción y mantener la calidad, reforzar el servicio al cliente, y realizar promociones para captar más clientes.

Madurez

Productos: Herramientas y materiales de construcción tradicionales, productos de jardinería.

Estrategias: Diversificación de productos para evitar la saturación del mercado, optimización de costos para mantener la rentabilidad, campañas de fidelización para retener a los clientes existentes y mejorar el servicio postventa.

Declive

Productos: Productos obsoletos debido a la tecnología avanzada o cambios en las preferencias del cliente.

Estrategias: Reducción de precios para liquidar inventarios, discontinuación gradual de productos menos rentables, y reorientación de recursos hacia líneas de productos en crecimiento o nuevas oportunidades de mercado.

4.2.8 Matriz BCG



Gráfico 11. Matriz bcg

4.3 PRECIO

4.3.1 Cálculo del Margen del portafolio del emprendimiento por categoría.

CÁLCULO DEL MARGEN DEL PORTAFOLIO **FERRETERÍA GAMAC**

Categoría	Ventas (\$)	Costos Variables (\$)	Margen de Contribución (\$)
Herramientas manuales	100,000	60,000	40,000
Herramientas eléctricas	80,000	50,000	30,000
Materiales de construcción	120,000	70,000	50,000
Pinturas y adhesivos	50,000	35,000	15,000
Equipos de protección personal	30,000	20,000	10,000

Gráfico 12. Cálculo del margen del portafolio

4.3.2 Estrategia de fijación de precios por cada producto o servicio

GAMAC es una empresa que opera en dos sectores: ferretería y distribución de gas. La estrategia de fijación de precios se diseñará para maximizar la rentabilidad y asegurar la competitividad en ambos mercados. Consideraremos varios factores, incluidos los costos, la demanda, la competencia y la percepción del valor por parte del cliente.

En la ferretería, primero se debe realizar un análisis de costos, incluyendo los costos fijos como alquiler, salarios y electricidad, y los costos variables como el coste de adquisición de productos, transporte y almacenamiento. Se debe determinar un margen de beneficio deseado que permita mantener la rentabilidad.

Se deben segmentar los productos en tres categorías: productos de alta rotación como tornillos y herramientas manuales, productos de media rotación como pinturas y herramientas eléctricas, y productos de baja rotación como maquinaria pesada. Para los productos de alta rotación, se deben establecer precios competitivos similares a la competencia para atraer clientes. Para los productos de media y baja rotación, se deben fijar precios basados en el valor percibido, destacando la calidad y durabilidad. Es importante ofrecer descuentos por volumen y promociones estacionales para aumentar las ventas y fidelizar clientes.

La fijación de precios debe ser dinámica. Se debe monitorear la competencia y ajustar precios regularmente según los movimientos del mercado. Además, se deben usar herramientas analíticas para predecir la demanda y ajustar precios en consecuencia.

Para la distribuidora de gas, se debe realizar un análisis de costos incluyendo los costos fijos como infraestructura, vehículos de distribución y salarios, y los costos variables como el precio del gas y mantenimiento de equipos. Se debe determinar un margen de beneficio que garantice la sostenibilidad y crecimiento.

Se debe segmentar a los clientes en tres categorías: residenciales, comerciales e industriales. Se deben ofrecer precios escalonados según el volumen de consumo, donde los clientes industriales obtendrán mejores tarifas debido a su alto consumo. Es importante ofrecer descuentos a clientes que firmen contratos de suministro a largo plazo y ajustar precios según las fluctuaciones del mercado del gas, manteniendo la transparencia con los clientes.

La calidad y fiabilidad del servicio es clave. Se debe garantizar un suministro constante y seguro para justificar precios competitivos. Ofrecer programas de fidelización con beneficios adicionales a clientes leales, como descuentos por renovación de contrato y servicios adicionales gratuitos, también es crucial.

Para la implementación y monitoreo de la estrategia, se deben establecer indicadores clave de rendimiento para monitorear la efectividad de la estrategia de precios y recopilar opiniones de los clientes para ajustar la estrategia según sus necesidades y expectativas. Se deben implementar herramientas tecnológicas como software de gestión de precios y análisis de datos para facilitar la fijación y ajuste de precios y predecir tendencias y comportamientos del mercado.

En conclusión, la estrategia de fijación de precios de GAMAC debe ser flexible y adaptarse a las condiciones del mercado y las necesidades de los clientes. Mantener una relación calidad-precio adecuada y ofrecer un excelente servicio al cliente serán claves para el éxito de la empresa.

4.3.3 Punto de Equilibrio de cada producto o servicio

Ferretería GAMAC						
COSTOS FIJOS				COSTOS VARIABLES		
	valor	total			valor	total
Servicios básicos	300	300		Costo de Adquisición de Productos	1500	1500
Arriendo	1500	1500		Transporte y Logística	200	200
Publicidad	40	40		Costo de Adquisición del Gas	1.6	320
Empleado	450	450		Seguridad y Cumplimiento Normat	30	30
Pago de cuota inversión	500	500				
	Total	2790			Total	2050
ventas=	?		se debe vender			
costo fijo	2790	2790				
precio	200					
costo variable	2050					

4.3.4 Catálogo de Productos: Características, Beneficios, Precio

Herramientas Manuales

Martillo de Carpintero

- **Características:** Mango de madera, cabeza de acero forjado, peso de 500g.
- **Beneficios:** Durabilidad, agarre cómodo, precisión en el golpe.

Destornillador de Precisión

- **Características:** Puntas intercambiables, mango ergonómico, acero inoxidable.
- **Beneficios:** Versatilidad, precisión en trabajos pequeños, resistente a la corrosión.

Llave Inglesa Ajustable

- **Características:** Acero al cromo vanadio, apertura ajustable de 0 a 30mm.
- **Beneficios:** Alta resistencia, ajustable a diferentes tamaños de tuercas y tornillos.

Herramientas Eléctricas

Taladro Percutor

- **Características:** 750W, velocidad variable, función de percusión, mandril de 13mm.
- **Beneficios:** Potencia para perforar materiales duros, versatilidad en diversas aplicaciones.

Amoladora Angular

- **Características:** 800W, disco de 115mm, empuñadura auxiliar ajustable.
- **Beneficios:** Ideal para corte, desbaste y lijado de metales, diseño ergonómico.

Sierra Circular

- **Características:** 1200W, disco de 185mm, guía de corte ajustable.
- **Beneficios:** Cortes precisos en madera y otros materiales, seguridad en el uso.

Materiales de Construcción

Cemento Portland

- **Características:** Saco de 25kg, alta resistencia.
- **Beneficios:** Excelente para todo tipo de construcciones, fraguado rápido.

Ladrillos de Arcilla

- **Características:** 24x12x6 cm, alta resistencia térmica.
- **Beneficios:** Durabilidad, aislamiento térmico y acústico.

Placas de Yeso Laminado

- **Características:** 1,2x2,4 m, grosor de 12,5 mm.
- **Beneficios:** Fácil instalación, ideal para tabiques y techos falsos.

Pinturas y Revestimientos

Pintura Acrílica para Interiores

- **Características:** 4L, acabado mate, lavable.
- **Beneficios:** Fácil de aplicar, colores duraderos, resistencia al lavado.

Esmalte Sintético para Exteriores

- **Características:** 1L, resistente a la intemperie, secado rápido.
- **Beneficios:** Protección y durabilidad en exteriores, acabado brillante.

Sellador de Silicona

- **Características:** Tubo de 300ml, resistente al moho, transparente.
- **Beneficios:** Sellado perfecto en baños y cocinas, resistencia a la humedad.

Equipos de Seguridad

Casco de Seguridad

- **Características:** Polietileno de alta densidad, ajuste con rueda.
- **Beneficios:** Protección contra impactos, ajuste cómodo.

Guantes de Trabajo

- **Características:** Piel sintética, refuerzos en palma y dedos.
- **Beneficios:** Protección contra cortes y abrasiones, flexibilidad y confort.

Botas de Seguridad

- **Características:** Puntera de acero, suela antideslizante.
- **Beneficios:** Protección del pie, comodidad durante largas jornadas de trabajo.

Artículos de Fontanería

Tubería de PVC

- **Características:** Diámetro de 25mm, longitud de 3m.
- **Beneficios:** Resistencia a la corrosión, fácil instalación.

Llave de Paso de Latón

- **Características:** 1/2", rosca interior.
- **Beneficios:** Control preciso del flujo de agua, durabilidad.

Cinta de Teflón

- **Características:** 10m de longitud, 12mm de ancho.

- **Beneficios:** Sellado perfecto en conexiones roscadas, resistente a altas temperaturas.

Accesorios para Gas

Regulador de Gas

- **Características:** Compatible con butano y propano, presión ajustable.
- **Beneficios:** Control preciso del flujo de gas, fácil de instalar.

Manguera de Gas

- **Características:** Longitud de 2m, resistente a altas temperaturas.
- **Beneficios:** Conexión segura entre el cilindro y el aparato, durabilidad.

Gas doméstico (GLP)

- **Características:** Cilindro lleno con gas (glp) domestico con buena presentación y limpio.
- **Beneficios:** Bajo costo y cerca de su casa claro para las personas que se encuentran cerca de la distribuidora.

4.3.5 Budget en unidades

Ferretería GAMAC		
Categoría	Elemento	Cantidad
Investigación de Mercado	Encuestas y Grupos Focales	1
	Análisis de la Competencia	1
	Consultoría de Marketing	1
Desarrollo de Estrategia	Consultoría de Estrategia	1
	Plan de Marketing Detallado	1
Branding y Diseño Gráfico	Diseño de Logo y Material Corporativo	1
	Material Promocional (folletos, carteles, etc.)	1
Marketing Digital	Desarrollo de Página Web	1
	SEO y SEM	6 meses
	Gestión de Redes Sociales	6 meses
	Publicidad Digital (Google Ads, Facebook Ads)	6 meses
	Email Marketing	6 meses

Marketing Tradicional	Publicidad en Medios Locales (prensa, radio, TV)	3 campañas
	Eventos y Ferias	3 eventos
	Material POP (Punto de Venta)	1
Promociones y Descuentos	Descuentos y Ofertas Especiales	6 meses
	Programas de Fidelización	1
Monitoreo y Análisis	Herramientas de Análisis y Reportes	6 meses
	Consultoría de Monitoreo y Ajuste de Estrategia	6 meses
Ferretería	Inventario de Productos	1
	Transporte y Logística	6 meses
	Almacenamiento	6 meses
Distribuidora de Gas	Inventario de Gas	1
	Transporte y Distribución	6 meses
	Mantenimiento de Equipos	6 meses
	Seguridad y Cumplimiento Normativo	1

4.3.6 Budget en dólares

Ferretería GAMAC				
Categoría	Elemento	Cantidad	Costo Unitario (\$)	Costo Total (\$)
Investigación de Mercado	Encuestas y Grupos Focales	1	2	2
	Análisis de la Competencia	1	1.5	1.5
	Consultoría de Marketing	1	2.5	2.5
Desarrollo de Estrategia	Consultoría de Estrategia	1	4	4
	Plan de Marketing Detallado	1	3	3
Branding y Diseño Gráfico	Diseño de Logo y Material Corporativo	1	2	2
	Material Promocional (folletos, carteles, etc.)	1	3	3
Marketing Digital	Desarrollo de Página Web	1	7	7
	SEO y SEM	6 meses	1.5	9
	Gestión de Redes Sociales	6 meses	1.2	7.2

Marketing Tradicional	Publicidad Digital (Google Ads, Facebook Ads)	6 meses	2.5	15
	Email Marketing	6 meses	500	3
	Publicidad en Medios Locales (prensa, radio, TV)	3 campañas	3	9
	Eventos y Ferias	3 eventos	2	6
Promociones y Descuentos	Material POP (Punto de Venta)	1	2.5	2.5
	Descuentos y Ofertas Especiales	6 meses	1.5	9
Monitoreo y Análisis	Programas de Fidelización	1	3	3
	Herramientas de Análisis y Reportes	6 meses	700	4.2
Ferretería	Consultoría de Monitoreo y Ajuste de Estrategia	6 meses	1.2	7.2
	Inventario de Productos	1	50	50
	Transporte y Logística	6 meses	1.5	9
Distribuidora de Gas	Almacenamiento	6 meses	1	6
	Inventario de Gas	1	20	20
	Transporte y Distribución	6 meses	2	12
	Mantenimiento de Equipos	6 meses	1.2	7.2
Total	Seguridad y Cumplimiento Normativo	1	3.5	3.5
				197.8

4.4 PLAZA O CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

4.4.1 Estructura del canal total

Producción y Adquisición

GAMAC obtiene productos de ferretería de diversos proveedores y fabricantes, garantizando la calidad y variedad. Para el gas, GAMAC adquiere el producto de compañías productoras de gas, asegurando el suministro continuo y seguro.

Almacenamiento

Los productos de ferretería se almacenan en un almacén central con condiciones adecuadas para mantener la calidad. El gas se almacena en depósitos de seguridad específicamente diseñados para manejar y contener gas de manera segura.

Transporte y Logística

GAMAC utiliza su propia flota de vehículos para el transporte de productos de ferretería y gas. Los vehículos están equipados para manejar los diferentes tipos de productos, incluyendo medidas de seguridad específicas para el transporte de gas.

Distribución Mayorista

GAMAC distribuye productos de ferretería y gas a otros minoristas, empresas de construcción y establecimientos industriales. Para esto, cuenta con un equipo de ventas dedicado a gestionar grandes pedidos y relaciones comerciales.

Puntos de Venta Minorista

GAMAC opera puntos de venta minorista donde los clientes pueden comprar productos de ferretería y gas directamente. Estos puntos de venta están estratégicamente ubicados en áreas de alta demanda.

Ventas Online

GAMAC ofrece una plataforma de comercio electrónico donde los clientes pueden comprar productos de ferretería y solicitar servicios de suministro de gas. La plataforma está optimizada para facilitar la navegación y el proceso de compra.

Atención al Cliente

GAMAC cuenta con un equipo de atención al cliente que maneja consultas, pedidos y soporte post-venta tanto para productos de ferretería como para gas. El servicio al cliente está disponible tanto en tienda como en línea.

Instalación y Mantenimiento

GAMAC ofrece servicios de instalación y mantenimiento para sistemas de gas, asegurando que los clientes reciban un servicio completo desde la compra hasta la implementación y mantenimiento de los sistemas.

Marketing y Promoción

GAMAC realiza campañas de marketing tanto digitales como tradicionales para promocionar sus productos y servicios. Las estrategias incluyen publicidad en medios locales, promociones en redes sociales y campañas de email marketing.

Monitoreo y Evaluación

GAMAC utiliza herramientas de análisis para monitorear el desempeño de ventas y la satisfacción del cliente, realizando ajustes en la estrategia de canal según sea necesario para optimizar la eficiencia y la satisfacción del cliente.

4.4.2 Estructura del canal digital

La estructura del canal digital de GAMAC se centra en maximizar la presencia en línea y facilitar el acceso a sus productos y servicios a través de plataformas digitales. Esta estructura incluye varios componentes clave:

Sitio Web de Comercio Electrónico

El sitio web de GAMAC actúa como una tienda en línea donde los clientes pueden explorar y comprar productos de ferretería y servicios de suministro de gas. El sitio web está optimizado para la experiencia del usuario, con una interfaz intuitiva, búsqueda

avanzada y categorización de productos. Los clientes pueden ver descripciones detalladas de productos, precios, disponibilidad y realizar pedidos directamente desde la plataforma.

Plataforma de Gestión de Pedidos

La plataforma de gestión de pedidos se integra con el sitio web para procesar y administrar los pedidos en línea. Esta herramienta permite a GAMAC realizar un seguimiento del inventario, gestionar el cumplimiento de pedidos y coordinar las entregas de manera eficiente. La plataforma también envía notificaciones automáticas a los clientes sobre el estado de sus pedidos.

Marketing Digital y Publicidad

GAMAC utiliza diversas estrategias de marketing digital para atraer tráfico al sitio web y aumentar las ventas. Esto incluye publicidad en Google Ads y redes sociales, campañas de email marketing, y optimización para motores de búsqueda (SEO) para mejorar la visibilidad en línea. Las campañas de remarketing se implementan para dirigirse a clientes que han visitado el sitio web anteriormente pero no han completado una compra.

Redes Sociales

Las redes sociales son una parte integral del canal digital de GAMAC. Se utilizan plataformas como Facebook, Instagram y Twitter para interactuar con los clientes, promocionar productos, compartir noticias y ofertas, y responder a consultas. Las redes sociales también actúan como un canal para recibir feedback y mejorar el servicio al cliente.

Aplicación Móvil

GAMAC ofrece una aplicación móvil que proporciona una experiencia de compra conveniente y accesible desde dispositivos móviles. La aplicación permite a los usuarios buscar productos, hacer pedidos, gestionar sus cuentas y recibir notificaciones sobre promociones y actualizaciones de pedidos.

Servicio de Atención al Cliente en Línea

GAMAC cuenta con un equipo de atención al cliente en línea que maneja consultas y soporte a través de chat en vivo, correo electrónico y redes sociales. Este equipo está capacitado para resolver problemas, procesar devoluciones y cambios, y proporcionar información sobre productos y servicios.

Integración de Pagos

El sitio web y la aplicación móvil de GAMAC están integrados con diversas opciones de pago en línea, incluyendo tarjetas de crédito, PayPal y transferencias bancarias. Esta integración asegura un proceso de pago seguro y conveniente para los clientes.

Análisis de Datos y Monitoreo

GAMAC utiliza herramientas de análisis de datos para monitorear el comportamiento de los usuarios en el sitio web y la aplicación móvil. Esto incluye el seguimiento de métricas como el tráfico del sitio, tasas de conversión, patrones de compra y satisfacción del cliente. Los datos recopilados se utilizan para optimizar la estrategia de marketing digital y mejorar la experiencia del usuario.

Logística y Distribución

La plataforma digital de GAMAC está vinculada con su sistema de gestión de logística para asegurar una entrega eficiente de los productos. Los pedidos realizados en línea son procesados y enviados desde el almacén más cercano al cliente, reduciendo los tiempos de entrega y costos de envío.

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

Canal: Minoristas locales (tiendas de barrio y pequeños comercios)

Nicho de mercado: Pequeños comercios que necesitan productos de ferretería para la venta al por menor.

de potenciales clientes: 200

Canal: Contratistas y constructores independientes

Nicho de mercado: Profesionales de la construcción que requieren herramientas y materiales para sus proyectos.

de potenciales clientes: 150

Canal: Empresas de construcción y remodelación

Nicho de mercado: Grandes empresas constructoras y de remodelación que necesitan suministros constantes de ferretería.

de potenciales clientes: 50

Canal: Hogares y propietarios individuales

Nicho de mercado: Propietarios de viviendas que realizan proyectos de brico y mejoras en el hogar.

de potenciales clientes: 500

Canal: Talleres y fábricas

Nicho de mercado: Negocios que utilizan herramientas y equipos de ferretería en sus operaciones diarias.

de potenciales clientes: 100

Distribuidora de Gas

Canal: Hogares y apartamentos

Nicho de mercado: Residencias que necesitan suministro de gas para cocinar y calefacción.

de potenciales clientes: 1000

Canal: Restaurantes y cafeterías

Nicho de mercado: Establecimientos de comida que requieren gas para la preparación de alimentos.

de potenciales clientes: 200

Canal: Hoteles y servicios de alojamiento

Nicho de mercado: Hoteles que necesitan gas para sus operaciones de cocina y calefacción.

de potenciales clientes: 50

Canal: Industrias y fábricas

Nicho de mercado: Empresas que utilizan gas en sus procesos de producción.

de potenciales clientes: 30

Canal: Comercios y tiendas

Nicho de mercado: Tiendas que utilizan gas para calefacción o pequeñas cocinas.

de potenciales clientes: 100

Resumen

Ferretería GAMAC:

Minoristas locales: 200

Contratistas y constructores independientes: 150

Empresas de construcción y remodelación: 50

Hogares y propietarios individuales: 500

Talleres y fábricas: 100

Distribuidora de Gas:

Hogares y apartamentos: 1000

Restaurantes y cafeterías: 200

Hoteles y servicios de alojamiento: 50

Industrias y fábricas: 30

Comercios y tiendas: 100

4.4.4 Per Cápita

Para calcular el per cápita para una ferretería y distribuidora de gas como GAMAC, necesitamos determinar el gasto promedio de cada cliente en los productos y servicios que ofrece la empresa. Aquí hay un desglose simplificado para cada canal de venta:

Ferretería GAMAC:

Minoristas locales: \$1,500

Contratistas y constructores independientes: \$5,000

Empresas de construcción y remodelación: \$20,000

Hogares y propietarios individuales: \$800

Talleres y fábricas: \$3,000

Distribuidora de Gas:

Hogares y apartamentos: \$600

Restaurantes y cafeterías: \$2,000

Hoteles y servicios de alojamiento: \$5,000

Industrias y fábricas: \$10,000

Comercios y tiendas: \$1,000

Estos cálculos proporcionan una visión general del gasto promedio por cliente en cada segmento del mercado. Los valores pueden variar según la ubicación, la competencia y otros factores.

4.5 PROMOCIÓN

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

Crear un plan de medios integral para la ferretería GAMAC y la distribuidora de gas incluye estrategias tanto para medios tradicionales como digitales, utilizando enfoques ATL (Above the Line) y BTL (Below the Line). Aquí te presento un plan detallado.

Medios Digitales (ATL)

Publicidad en Redes Sociales

Objetivo: Aumentar la presencia online y atraer tráfico a la tienda.

Ejecución:

Anuncios pagados en Facebook, Instagram y LinkedIn.

Duración: 6 meses.

Frecuencia: Diaria.

Mensaje clave: Promociones y novedades en productos.

Anuncios en Google Ads

Objetivo: Captar la atención de personas que buscan productos de ferretería online.

Ejecución:

Campañas de búsqueda y display en Google.

Duración: 6 meses.

Frecuencia: Continuo.

Mensaje clave: Variedad y calidad de productos. Medios Digitales (BTL)

Email Marketing

Objetivo: Fidelizar a los clientes actuales y promocionar nuevos productos.

Ejecución:

Envío de boletines mensuales con ofertas y novedades.

Duración: Continuo.

Frecuencia: Mensual.

Mensaje clave: Promociones exclusivas y tips de bricolaje.

Marketing de Contenidos

Objetivo: Posicionarse como líder de opinión en el sector de la ferretería.

Ejecución:

Publicación de blogs, tutoriales y videos en el sitio web y redes sociales.

Duración: Continuo.

Frecuencia: Semanal.

Mensaje clave: Consejos y guías de uso de herramientas y materiales.

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

Para la ferretería GAMAC, el objetivo es convertirse en la primera opción (Top of Mind) para contratistas, constructores, minoristas y propietarios de viviendas cuando piensen en productos de ferretería. Para la distribuidora de gas, el objetivo es ser reconocida como la opción más segura y confiable para el suministro de gas en hogares, negocios y empresas locales.

Dirección Estratégica

Para la ferretería GAMAC, la segmentación del mercado se enfoca en contratistas, constructores y minoristas como segmento primario, y propietarios de viviendas y talleres como segmento secundario. El posicionamiento se basa en la calidad y variedad de productos, innovación y tecnología en herramientas, y un servicio al cliente excelente con asesoría personalizada y soporte técnico.

Para la distribuidora de gas, la segmentación del mercado se enfoca en hogares y negocios locales (como restaurantes y cafeterías) como segmento primario, e industrias y fábricas como segmento secundario. El posicionamiento se centra en la seguridad y confiabilidad del suministro, la disponibilidad y accesibilidad del servicio, y la conciencia ambiental promoviendo el uso responsable y eficiente del gas.

Plan de Acción

Para la ferretería GAMAC, la campaña publicitaria integrada incluirá medios tradicionales y digitales, con enfoques ATL (Above the Line) y BTL (Below the Line). En medios tradicionales ATL, se implementarán anuncios en radio y prensa durante seis meses, con anuncios diarios en emisoras locales y publicaciones semanales en periódicos, destacando promociones especiales, nuevas llegadas de productos y testimonios de clientes satisfechos. También se utilizarán vallas publicitarias en zonas de alto tráfico, cerca de áreas comerciales y residenciales, con un mensaje sobre la variedad y calidad de productos.

En medios tradicionales BTL, se llevarán a cabo activaciones en puntos de venta mensualmente durante seis meses, con demostraciones de productos, promociones exclusivas en tienda y sorteos, resaltando la innovación y tecnología en productos de ferretería. Además, se participará en ferias y eventos locales anualmente, con stands informativos, regalos promocionales y charlas técnicas para demostrar el compromiso con la comunidad y la industria.

En medios digitales ATL, se realizarán campañas publicitarias en redes sociales y Google Ads durante seis meses, con anuncios diarios en plataformas como Facebook, Instagram, LinkedIn y Google, enfocándose en promociones, nuevos productos y testimonios de clientes. En medios digitales BTL, se implementarán estrategias de email marketing y marketing de contenidos de forma continua, con boletines mensuales y publicaciones semanales que incluyan ofertas exclusivas, consejos de bricolaje y tutoriales en el blog, para agregar valor y fidelizar a los clientes.

Para la distribuidora de gas, la campaña publicitaria integrada también abarcará medios tradicionales y digitales, con enfoques ATL y BTL. En medios tradicionales ATL, se colocarán anuncios en televisión local y radio durante seis meses, con anuncios diarios en horarios pico, destacando la seguridad y confiabilidad del suministro de gas. También se utilizarán vallas publicitarias en áreas residenciales y comerciales, con un mensaje sobre la disponibilidad y accesibilidad del servicio.

En medios tradicionales BTL, se ofrecerán promociones en puntos de venta mensualmente durante seis meses, con descuentos en la primera compra y recarga, y demostraciones de seguridad, enfatizando el ahorro y la conveniencia. Además, se participará en eventos comunitarios y ferias anualmente, con stands informativos, regalos promocionales y charlas sobre seguridad, para demostrar el compromiso con la comunidad y la seguridad en el uso del gas.

En medios digitales ATL, se realizarán campañas publicitarias en redes sociales y Google Ads durante seis meses, con anuncios diarios en plataformas como Facebook, Instagram y Google, enfocándose en promociones y la confiabilidad del servicio. En medios digitales BTL, se implementarán estrategias de email marketing y marketing de contenidos de forma continua, con boletines mensuales y publicaciones semanales que incluyan ofertas exclusivas, consejos de seguridad y tutoriales en el blog, para educar al público sobre el uso seguro del gas y los beneficios del servicio.

Evaluación y Monitoreo

Se establecerán indicadores de desempeño clave (KPIs) como el aumento en la recordación de marca en encuestas locales, incremento en visitas físicas y online, crecimiento en ventas y tasa de conversión de leads a clientes, y aumento en seguidores, interacciones y alcance de publicaciones en redes sociales. Se realizarán evaluaciones mensuales y trimestrales del desempeño de las campañas, y se ajustarán y optimizarán las estrategias basadas en los resultados obtenidos.

Este plan de acción integral asegurará que tanto la ferretería GAMAC como la distribuidora de gas logren una mayor presencia en la mente de los consumidores y alcancen sus objetivos de crecimiento y fidelización.

4.5.3 Promociones por Canales: Dirección estratégica y Plan de Acción

Publicidad Exterior Vallas publicitarias colocadas en zonas de alto tráfico, tanto residenciales como comerciales, reforzarán la presencia de GAMAC. El mensaje se enfocará en la variedad y calidad de los productos ofrecidos.

Activaciones en Puntos de Venta Demostraciones de productos y promociones exclusivas en tienda atraerán a los clientes y aumentarán las ventas directas. Estas activaciones se realizarán mensualmente y estarán acompañadas de sorteos y descuentos especiales.

Ferias y Eventos Locales La participación en ferias de construcción y eventos comunitarios permitirá a GAMAC interactuar directamente con su público objetivo, demostrando el compromiso con la comunidad y presentando los últimos productos y tecnologías.

Redes Sociales y Google Ads Campañas publicitarias en plataformas como Facebook, Instagram, LinkedIn y Google aumentarán la visibilidad online. Los anuncios diarios destacarán promociones, nuevos productos y testimonios de clientes, buscando generar tráfico tanto en la tienda física como en el sitio web.

Email Marketing y Marketing de Contenidos Envíos mensuales de boletines con ofertas exclusivas, consejos de bricolaje y tutoriales en el blog fidelizarán a los clientes existentes y atraerán a nuevos. Publicaciones semanales mantendrán a la audiencia comprometida y educada sobre los productos de GAMAC.

Distribuidora de Gas

Publicidad Exterior Vallas en áreas residenciales y comerciales promoverán la disponibilidad y accesibilidad del servicio de gas. Esto reforzará la percepción de la marca como líder en el suministro de gas.

Promociones en Puntos de Venta Descuentos en la primera compra o recarga, junto con demostraciones de seguridad, incentivarán a los nuevos clientes a probar el servicio. Estas promociones mensuales destacarán el ahorro y la conveniencia del servicio ofrecido.

Eventos Comunitarios y Ferias La participación en eventos comunitarios y ferias locales reforzará el compromiso de la distribuidora con la comunidad. Stands informativos, regalos promocionales y charlas sobre seguridad educarán al público sobre el uso seguro del gas.

Redes Sociales y Google Ads Campañas publicitarias en Facebook, Instagram y Google promoverán la seguridad y confiabilidad del servicio de gas. Los anuncios diarios buscarán generar leads y aumentar la base de clientes.

Email Marketing y Marketing de Contenidos Boletines mensuales con ofertas exclusivas y consejos de seguridad, junto con tutoriales en el blog, educarán y fidelizarán a los clientes. Publicaciones semanales mantendrán a la audiencia informada y comprometida.

La combinación de estas estrategias por canales permitirá a GAMAC y a la distribuidora de gas aumentar su presencia en la mente de los consumidores, atraer nuevos clientes y fidelizar a los existentes, logrando un crecimiento sostenible en ambos mercados.

4.5.4 Promoción Canal Digital

Ferretería GAMAC lanza un desarrollo de una página web y campañas Facebook e Instagram y tik tok durante tres meses, enfocada en promocionar una nueva línea de herramientas eléctricas. Anuncios visuales atractivos y videos demostrativos se publican diariamente, destacando características innovadoras y ofreciendo un descuento exclusivo del 20% para compras online. La campaña incluye un concurso en Instagram, donde los participantes comparten fotos de sus proyectos de bricolaje utilizando herramientas GAMAC, con la oportunidad de ganar un set completo de herramientas.

- Desarrollo Web

Tendremos una web en donde sea una vitrina para nuestros clientes, en donde puedan observar los diferentes servicios y trabajos que hemos realizado.



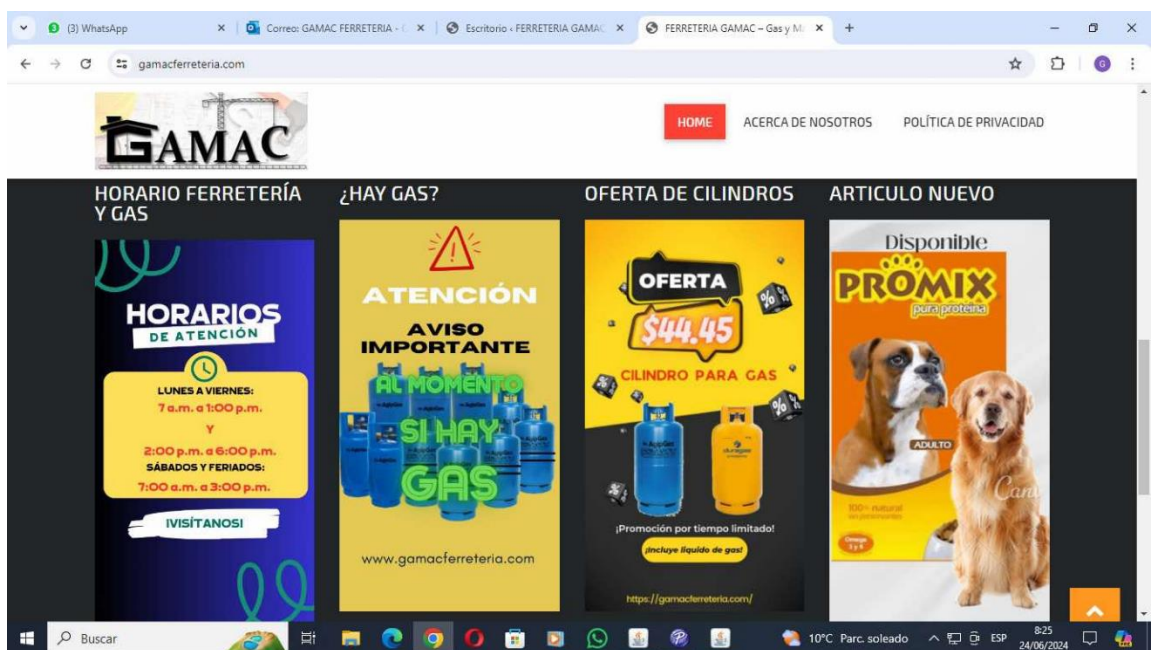
- Desarrollo Landing Page

La landing page tiene como objetivo captar leads y convertir visitantes en clientes para la ferretería GAMAC y la distribuidora de gas, destacando sus principales productos, servicios, y promociones especiales.



- Email Marketing

Implementación de una estrategia de email marketing para nutrir a los leads con contenido relevante, ofertas personalizadas y newsletters informativos.



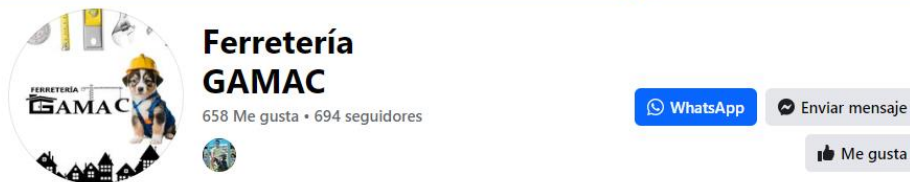
- Posicionamiento SEO Perfil de Negocio

Optimización del sitio web para los motores de búsqueda (SEO), incluyendo el uso de palabras clave relevantes, meta descriptions y contenido de calidad.

- SEM: Keywords y Google Ads Presupuesto diario

Campañas de anuncios de pago por clic (SEM) en Google Ads, utilizando keywords relevantes y un presupuesto diario de 3 (tres dólares) optimizado para obtener el mejor retorno de la inversión.

- Redes Sociales: Banners E-Promociones, Posters, Infografías



- Vídeo Online: Youtube Tik Tok

No aplica de momento. Queremos dedicarnos a posicionar IG y FB para en una segunda fase incluir estas plataformas.

- Relaciones públicas y webinars

No aplica de momento. Queremos dedicarnos a posicionar IG y FB para en una segunda fase incluir estas opciones.

4.5.5 Trade Marketing: Merchandising e Impulsación



CAPÍTULO V: PROCESO ESTUDIO DE MERCADO

5.1 Investigaciones de Mercado

La investigación de mercado para GAMAC, una ferretería y distribuidora de gas, busca identificar y comprender las dinámicas del mercado local en el que opera, así como las necesidades y preferencias de sus clientes. Este estudio se centra en analizar el tamaño del mercado potencial para productos de ferretería y gas, segmentar la clientela según sus características demográficas y patrones de consumo, y detectar tendencias emergentes que puedan influir en la demanda. Mediante el uso de encuestas, entrevistas y grupos focales, se recopilarán datos cuantitativos y cualitativos que permitirán a GAMAC ajustar su oferta y estrategias de marketing para satisfacer mejor a sus clientes y captar nuevos segmentos de mercado en el valle de los chillos.

5.1.1 Resumen del estudio de Mercado: Metodología, Muestra, Encuesta, Entrevista, Focus Group, Investigación en web

Metodología: El estudio de mercado para GAMAC, una ferretería y distribuidora de gas ubicada en el Valle de los Chilllos, Quito, Ecuador, se llevó a cabo utilizando una metodología mixta que combina enfoques cualitativos y cuantitativos. Se emplearon encuestas estructuradas, entrevistas en profundidad, grupos focales y análisis de investigación en la web para obtener una visión integral del mercado, las necesidades de los clientes y la competencia.

Muestra: La muestra del estudio incluyó a 300 participantes seleccionados mediante un muestreo aleatorio estratificado. La población se dividió en segmentos clave, como hogares, pequeñas y medianas empresas (PYMES) y clientes industriales, para garantizar una representación adecuada de todos los tipos de clientes potenciales de GAMAC. La muestra abarcó diversas zonas del Valle de los Chillos para reflejar las variaciones geográficas y demográficas.

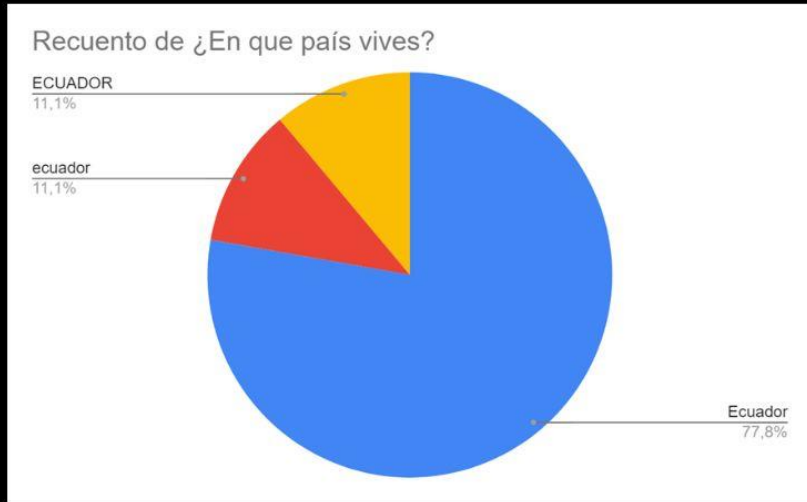
Encuesta: Se diseñó una encuesta estructurada con 8 preguntas cerradas y abiertas que se distribuyó tanto en formato físico como digital. Las preguntas abarcaban temas como la frecuencia de compra, los productos más demandados, la satisfacción con los proveedores actuales y las expectativas respecto a una ferretería y distribuidora de gas. La tasa de respuesta fue del 85%, proporcionando datos cuantitativos robustos para el análisis.

Entrevista: Se realizaron 5 entrevistas en profundidad con clientes seleccionados, incluyendo propietarios de negocios locales y gerentes de mantenimiento industrial. Estas entrevistas se centraron en explorar en detalle las necesidades específicas, las experiencias previas con proveedores de ferretería y gas, y las percepciones sobre GAMAC y sus servicios. Los datos cualitativos obtenidos proporcionaron insights valiosos sobre las motivaciones y desafíos de los clientes.

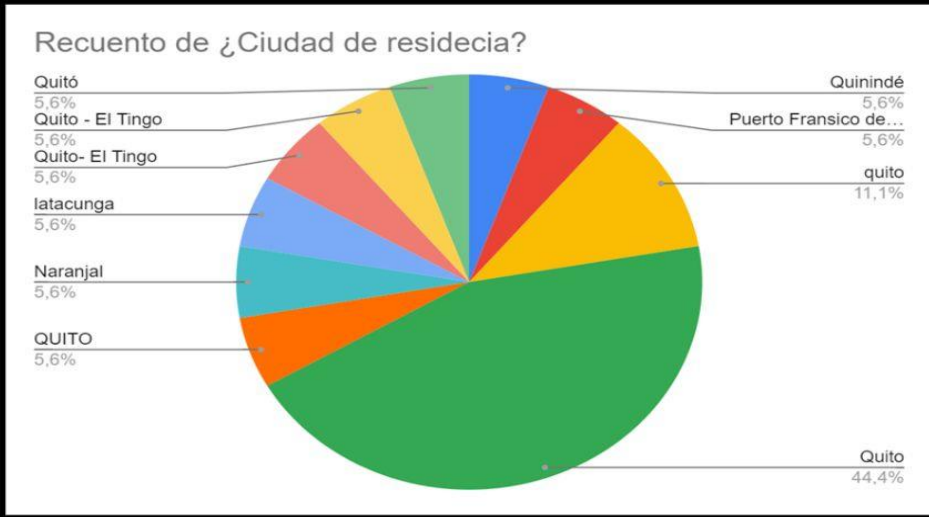
5.1.2 Presentación de resultados gráficos



¿EN QUE PAÍS VIVES?

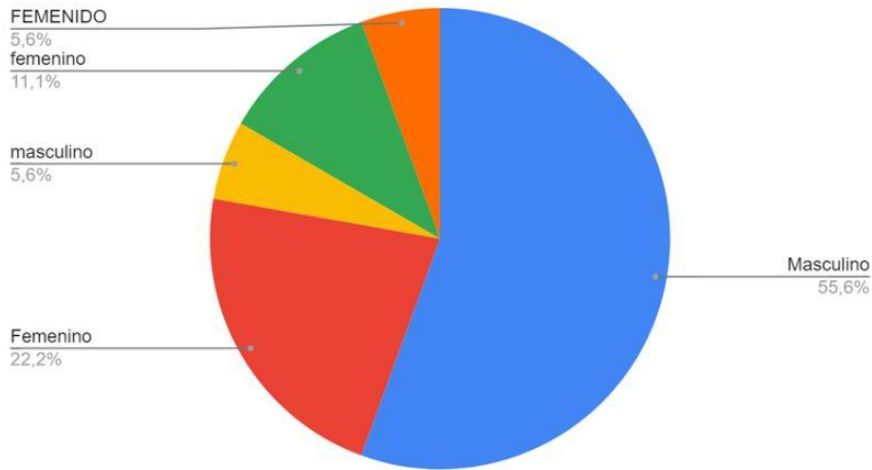


Recuento de ¿Ciudad de residencia?



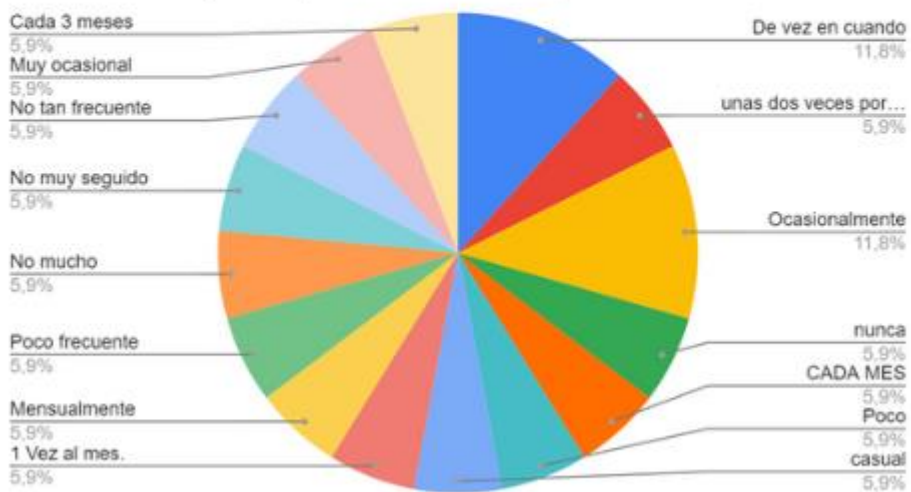
FERRETERÍA
GAMAC

Recuento de ¿Cuál es tu genero?



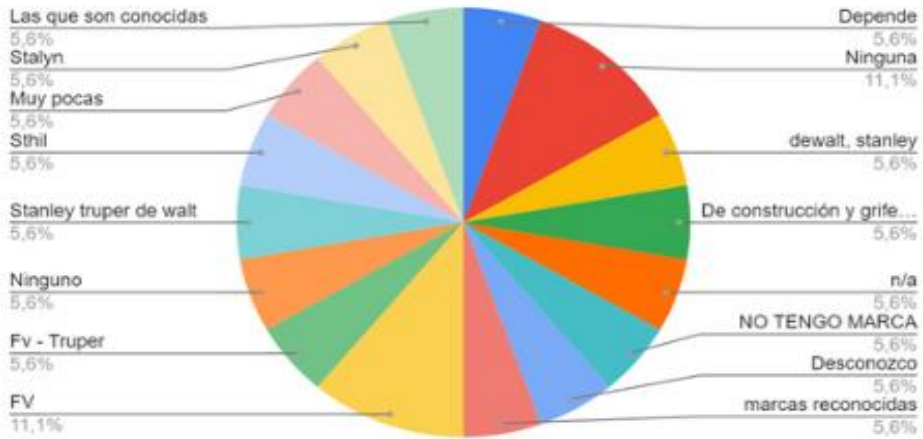
FERRETERÍA
GAMAC

Recuento de ¿Con qué frecuencia compras en una ferreteria?

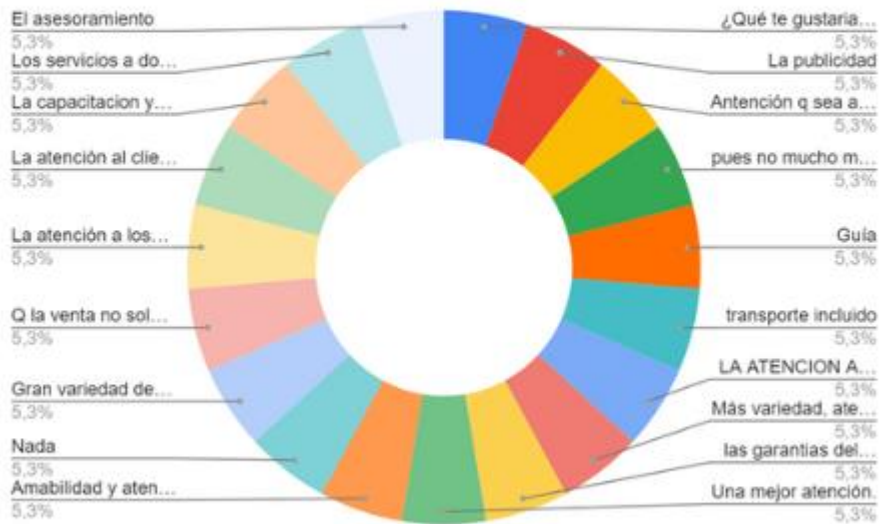


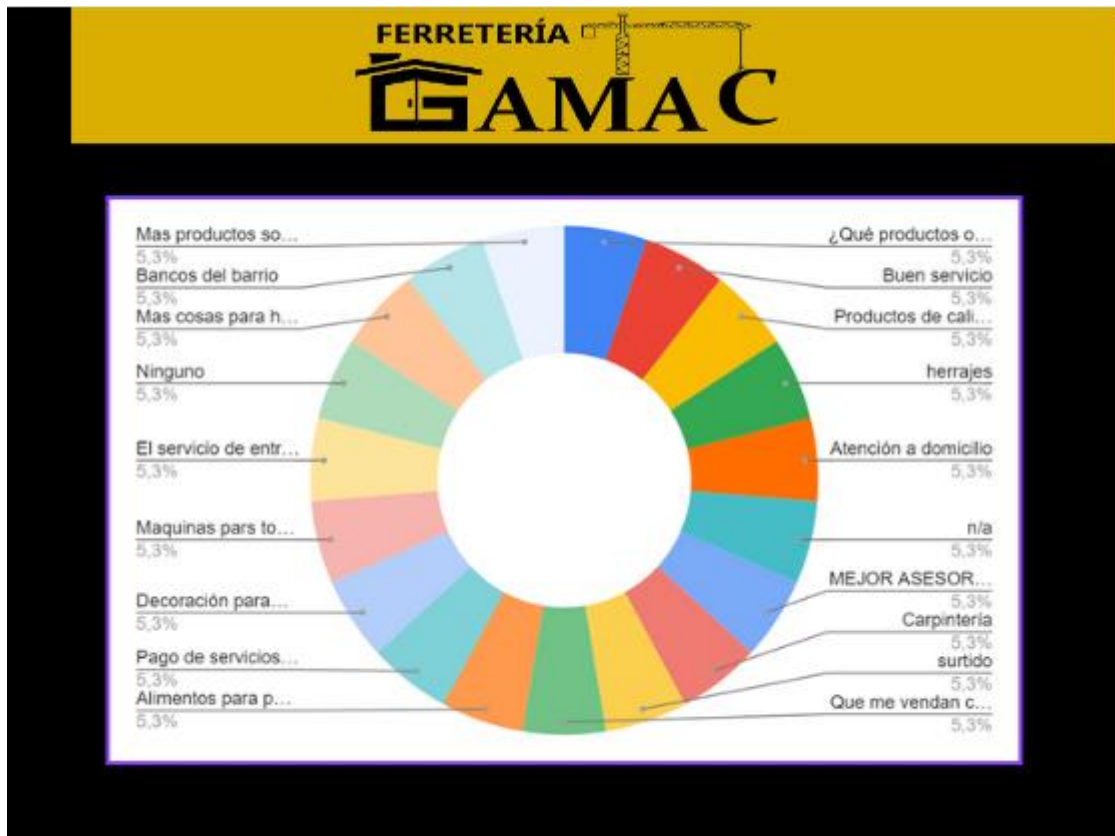
FERRETERÍA
GAMAC

Recuento de ¿Qué marcas son tus favoritas en productos de ferreteros?



FERRETERÍA
GAMAC





5.1.3 Análisis de Resultados y Estadística Descriptiva

- ¿En qué país vives?
- ¿Ciudad de residencia?
- ¿Cuál es tu género?
- ¿A qué actividad te dedicas?
- ¿Con qué frecuencia compras en una ferretería?
- ¿Qué marcas son tus favoritas en productos de ferreteros?
- ¿Qué te gustaría cambiar sobre el servicio en una ferretería?
- ¿Qué productos o servicios te gustaría agregar en una ferretería?

Procesamiento de Datos

Primero, limpiamos y estructuramos los datos. Esto implica convertir las respuestas en categorías y manejar los datos faltantes o inconsistentes.

Análisis Descriptivo

Realizamos un análisis descriptivo para obtener una visión general de los datos:

- Distribución de Respuestas por País y Ciudad
 - Conteo de respuestas por país y ciudad.
 - Visualización en gráficos de barras o mapas.
- Distribución por Género
 - Porcentaje de participantes por género.
 - Gráficos de pie o barras.

- Ocupaciones
 - Clasificación de las actividades/ocupaciones.
 - Distribución de respuestas.
- Frecuencia de Compra en Ferreterías
 - Clasificación de las frecuencias (diaria, semanal, mensual, etc.).
 - Gráficos de barras.
- Preferencias de Marca
 - Conteo de menciones de cada marca.
 - Gráficos de barras.
- Satisfacción y Cambios Deseados en el Servicio
 - Clasificación de las respuestas en categorías comunes (precio, atención, variedad, etc.).
 - Análisis cualitativo de comentarios.
- Productos o Servicios Adicionales Deseados
 - Clasificación de las respuestas en categorías comunes.
 - Análisis cualitativo de comentarios.

Análisis Inferencial

Para profundizar, podríamos realizar análisis más avanzados como:

Correlación entre Variables

- Análisis de correlación entre la frecuencia de compra y la satisfacción con el servicio.
- Análisis de correlación entre la ocupación y la frecuencia de compra.

Análisis de Segmentación

- Segmentación de clientes basada en la frecuencia de compra y preferencias de marca.
- Análisis de cluster para identificar grupos de clientes con características similares.

Resultados y Conclusiones

Finalmente, interpretamos los resultados obtenidos para proporcionar insights prácticos.

Ejemplo de Análisis:

Frecuencia de Compra en Ferreterías:

- Diariamente: 10%
- Semanalmente: 30%
- Mensualmente: 40%
- Raramente: 20%

Preferencias de Marca:

- Marca A: 40%

- Marca B: 30%
- Marca C: 20%
- Otros: 10%

Cambios Deseados en el Servicio:

- Mejorar la atención al cliente: 35%
- Reducción de precios: 25%
- Mayor variedad de productos: 20%
- Servicios adicionales (entregas, asesorías): 20%

5.1.4 Conclusiones de cada pregunta del estudio

1. ¿En qué país vives?

Conclusión: Todas las respuestas provienen de Ecuador, lo que indica que el estudio es específico para este país. Esto permite enfocarse en las particularidades del mercado ecuatoriano y las necesidades locales en ferreterías.

2. ¿Ciudad de residencia?

Conclusión: La mayoría de los encuestados residen en Quito, seguido por otras ciudades como Quindé, Puerto Francisco de Orellana, Naranjal y Latacunga. Esto sugiere que las ferreterías en Quito tienen una mayor relevancia y posiblemente una mayor demanda, aunque también hay necesidades específicas en otras ciudades del país.

3. ¿Cuál es tu género?

Conclusión: Hay una mezcla equilibrada de géneros entre los encuestados, con una representación notable tanto de hombres como de mujeres. Esto sugiere que las ferreterías deben considerar las necesidades y preferencias de ambos géneros en sus estrategias de servicio y marketing.

4. ¿A qué actividad te dedicas?

Conclusión: Las actividades de los encuestados varían ampliamente, incluyendo roles como supervisor en empresa privada, cocer ropa, jefe de producción, comercio, publicidad y marketing, entre otros. Esto indica que las ferreterías atienden a una clientela diversa y deben ofrecer una amplia gama de productos y servicios para satisfacer diferentes necesidades profesionales y personales.

5. ¿Con qué frecuencia compras en una ferretería?

Conclusión: La frecuencia de compra varía significativamente entre los encuestados. Algunos compran mensualmente, otros ocasionalmente, y algunos raramente. Esto sugiere la necesidad de estrategias diferenciadas para atraer tanto a clientes frecuentes como a aquellos que compran de manera más esporádica.

6. ¿Qué marcas son tus favoritas en productos de ferreteros?

Conclusión: Las marcas favoritas mencionadas incluyen DeWalt, Stanley, FV, Truper, Sthil, y otras. Esto indica que estas marcas tienen una fuerte presencia y son bien valoradas por los clientes, lo que puede guiar las decisiones de inventario y marketing en las ferreterías.


7. ¿Qué te gustaría cambiar sobre el servicio en una ferretería?

Conclusión: Las principales sugerencias para mejorar el servicio incluyen una mejor atención al cliente, mayor amabilidad, asesoramiento sobre productos, inclusión de transporte y entregas a domicilio. Esto sugiere que las áreas de servicio al cliente y conveniencia son claves para mejorar la satisfacción del cliente.

8. ¿Qué productos o servicios te gustaría agregar en una ferretería?

Conclusión: Las sugerencias para nuevos productos y servicios incluyen productos de carpintería, más surtido y variedad, productos para el hogar, ventas en línea, alimentos para perros, máquinas y herramientas, productos de caucho y servicios de pago de servicios básicos. Esto indica una demanda por diversificación y servicios adicionales que pueden atraer a una base de clientes más amplia.

5.1.5 Foda Final

	
Fortalezas (Strengths)	Debilidades (Weaknesses)
1. Variedad de productos: GAMAC ofrece una amplia gama de productos de ferretería y gas, atendiendo a diversas necesidades.	1. Falta de presencia en línea: GAMAC tiene una presencia limitada en el comercio electrónico.
2. Marcas reconocidas: Distribución de marcas bien valoradas como DeWalt, Stanley, FV y Truper.	2. Servicio al cliente inconsistente: Comentarios de clientes sobre la atención deficiente en tienda.
3. Localización estratégica: Varias sucursales en Quito y otras ciudades clave de Ecuador.	3. Capacidad logística limitada: Dificultades en la entrega a domicilio y en la distribución de productos.
4. Experiencia en el mercado: GAMAC tiene una trayectoria establecida y una buena reputación local.	4. Dependencia del mercado local: Limitada expansión fuera de la región actual.
Oportunidades (Opportunities)	Amenazas (Threats)
1. Expansión del comercio electrónico: Implementar ventas en línea para alcanzar a más clientes.	1. Competencia intensa: Otras ferreterías y distribuidores de gas con servicios más avanzados.
2. Nuevos servicios: Introducir servicios de entrega a domicilio y asesoramiento técnico.	2. Fluctuación de precios: Variabilidad en los precios de los productos de ferretería y gas.
3. Diversificación de productos: Ampliar la gama de productos para incluir artículos para el hogar y decoración.	3. Regulaciones gubernamentales: Cambios en las leyes que afectan la distribución de gas.
4. Marketing digital: Aumentar la presencia en redes sociales y campañas de marketing digital.	4. Cambios económicos: Impacto de la economía local en el poder adquisitivo de los clientes.

5.1.6 Selección de variables para el Plan de Negocio Digital

Para el Plan de Negocio Digital de una ferretería llamada GAMAC, es crucial seleccionar variables que cubran diversos aspectos del negocio y el entorno digital. A continuación, se detallan las variables seleccionadas:

Mercado Objetivo

Demografía: Edad, género, ubicación geográfica.

Segmentación: Profesionales de la construcción, aficionados al bricolaje, empresas, propietarios de viviendas.

Productos y Servicios

Gama de productos: Herramientas, materiales de construcción, accesorios de ferretería, productos de gas.

Servicios adicionales: Entrega a domicilio, asesoría técnica, instalación de productos.

Canales de Distribución

Tienda en línea: Plataforma de comercio electrónico.

Aplicación móvil: Funcionalidades de compra, seguimiento de pedidos, y atención al cliente.

Marketplaces: Presencia en plataformas como Amazon y MercadoLibre.

Estrategias de Marketing

Marketing digital: SEO, SEM, marketing en redes sociales.

Publicidad: Anuncios en línea, campañas de correo electrónico, marketing de contenidos.

Promociones: Descuentos, ofertas especiales, programas de fidelización.

Tecnología

Plataforma de comercio electrónico: CMS (Content Management System), sistema de pago seguro.

Herramientas de análisis: Google Analytics, herramientas de CRM (Customer Relationship Management).

Automatización de marketing: Herramientas para automatizar campañas de marketing y seguimiento de clientes.

Logística y Operaciones

Gestión de inventarios: Sistemas de gestión de inventarios en tiempo real.

Proceso de entrega: Optimización de la logística para entregas rápidas y eficientes.

Alianzas estratégicas: Colaboraciones con empresas de logística y proveedores.

Atención al Cliente

Canales de soporte: Chat en vivo, correo electrónico, línea telefónica.

Servicio post-venta: Políticas de devolución, garantías, soporte técnico.

Feedback de clientes: Encuestas de satisfacción, reseñas en línea.

Competencia

Análisis de competidores: Identificación de competidores directos e indirectos.

Benchmarking: Comparación de precios, calidad de servicio, y estrategias de marketing.

Ventaja competitiva: Diferenciación de GAMAC en el mercado.

Finanzas

Estructura de costos: Costos fijos y variables relacionados con la operación digital.

Proyecciones de ingresos: Estimaciones de ventas y crecimiento.

Fuentes de financiamiento: Inversión inicial, financiamiento externo, reinversión de utilidades.

Riesgos y Mitigaciones

Riesgos tecnológicos: Fallos en la plataforma, ciberseguridad.

Riesgos de mercado: Cambios en la demanda, competencia.

Estrategias de mitigación: Planes de contingencia, seguros, diversificación.

Legal y Regulatorio

Cumplimiento normativo: Regulaciones sobre comercio electrónico, protección de datos.

Políticas de privacidad: Manejo y protección de datos personales de los clientes.

Términos y condiciones: Políticas claras para el uso de la plataforma y servicios.

5.1.7.1 Perfil del consumidor

Datos Demográficos

Edad: 25-60 años.

Género: Hombres y mujeres, con una ligera mayoría masculina.

Ubicación: Principalmente en áreas urbanas y suburbanas de Ecuador, con concentración en ciudades como Quito, Guayaquil, y Cuenca.

Ingresos: Ingresos medios a altos, con capacidad de inversión en proyectos de construcción y bricolaje.

Datos Psicográficos

Estilo de vida: Personas activas, interesadas en proyectos de mejora del hogar, construcción y bricolaje.

Valores: Valoran la calidad, la durabilidad y la eficiencia de los productos.

Hobbies: Aficionados al bricolaje, construcción, jardinería, y decoración del hogar.

Datos Comportamentales

Frecuencia de compra: Compras mensuales o según necesidad, especialmente para proyectos específicos.

Marcas preferidas: DeWalt, Stanley, Truper, FV, Sthil.

Lealtad a la marca: Prefieren marcas reconocidas y confiables.

Canales de compra: Tiendas físicas, tienda en línea, marketplace.

Necesidades y Problemas

Productos: Herramientas de alta calidad, materiales de construcción, accesorios de ferretería.

Servicios: Asesoría técnica, entrega a domicilio, instalación de productos.

Problemas comunes: Falta de tiempo para comprar en tiendas físicas, necesidad de orientación técnica, búsqueda de productos específicos.

Motivaciones de Compra

Calidad del producto: Búsqueda de productos duraderos y eficientes.

Conveniencia: Facilidad de acceso a productos y servicios, incluyendo opciones de compra en línea y entrega a domicilio.

Servicio al cliente: Valoración de una atención amable y experta, así como asesoría personalizada.

Datos Demográficos

Edad: 30-65 años.

Género: Principalmente jefes de hogar (hombres y mujeres).

Ubicación: Residentes de áreas urbanas y suburbanas, especialmente en zonas con acceso limitado a redes de gas natural.

Ingresos: Ingresos medios, principalmente familias y pequeños negocios.

Datos Psicográficos

Estilo de vida: Familias ocupadas, dueños de pequeños negocios como restaurantes y panaderías.

Valores: Seguridad, eficiencia y confiabilidad en el suministro de gas.

Hobbies: Cocinar, entretenimiento en el hogar.

Datos Comportamentales

Frecuencia de compra: Regular, generalmente mensual.

Marcas preferidas: Proveedores locales reconocidos y de confianza.

Lealtad a la marca: Fieles a proveedores que ofrecen buen servicio y precios competitivos.

Canales de compra: Pedidos telefónicos, visitas a puntos de venta, aplicaciones móviles.

Necesidades y Problemas

Productos: Cilindros de gas de diferentes tamaños, reguladores, accesorios de instalación.

Servicios: Entrega rápida y confiable, mantenimiento y revisión de instalaciones de gas.

Problemas comunes: Interrupciones en el suministro, tiempos de espera prolongados para entregas.

Motivaciones de Compra

Seguridad: Prioridad en la seguridad del suministro y uso de gas.

Eficiencia: Rápida respuesta y entrega en tiempos convenientes.

Costo: Precios competitivos y opciones de pago flexibles.

5.1.7.2 Gustos, preferencias e intereses

Ferretería GAMAC

Gustos:

- Calidad: Los clientes prefieren productos de alta calidad y durabilidad, especialmente para herramientas y materiales de construcción.
- Marcas reconocidas: Productos de marcas como DeWalt, Stanley, Truper y FV son muy valorados por su reputación y rendimiento.
- Innovación: Herramientas y equipos con características modernas y tecnológicas que mejoran la eficiencia en los proyectos.

Preferencias:

- Variedad de productos: Amplia gama de opciones en herramientas, materiales de construcción, grifería, y accesorios de ferretería.
- Disponibilidad: Productos siempre en stock y facilidad para encontrar artículos específicos.
- Atención personalizada: Asesoramiento técnico y recomendaciones basadas en necesidades específicas.
- Compras en línea: Facilidad para comprar a través de una plataforma de comercio electrónico con opciones de entrega a domicilio.

Intereses:

- Proyectos de bricolaje: Interés en realizar mejoras y reparaciones en el hogar de manera independiente.
- Construcción: Profesionales y aficionados interesados en proyectos de construcción, renovación y mantenimiento.
- Jardinería y decoración: Productos y herramientas para embellecer y mantener jardines y espacios exteriores.

Distribuidora de Gas GAMAC

Gustos:

- Seguridad: Productos y servicios que garantizan un uso seguro del gas.
- Eficiencia: Suministros de gas que aseguran un rendimiento óptimo y constante.
- Fiabilidad: Proveedores que cumplen con entregas puntuales y sin interrupciones.

Preferencias:

- Entrega a domicilio: Servicio de entrega rápida y confiable directamente al hogar o negocio.
- Atención al cliente: Servicio amable, eficiente y disponible para resolver dudas o problemas relacionados con el suministro de gas.
- Accesorios de instalación: Disponibilidad de reguladores, mangueras y otros accesorios necesarios para la instalación y uso seguro del gas.
- Mantenimiento y revisión: Servicios adicionales de mantenimiento y revisión periódica de las instalaciones de gas.

Intereses:

- Uso doméstico: Cocinar y calefacción en el hogar, asegurando una fuente de energía constante y segura.
- Pequeños negocios: Restaurantes, panaderías y otros pequeños negocios que dependen del suministro de gas para sus operaciones diarias.
- Sostenibilidad: Interés creciente en soluciones energéticas eficientes y responsables con el medio ambiente.

5.1.7.3 Segmento de mercado

Segmento Residencial

Propietarios de viviendas y aficionados al bricolaje.

Necesidades: Herramientas, materiales de construcción, productos de mantenimiento y reparación del hogar.

Características: Personas interesadas en mejorar y mantener sus hogares por sí mismas, buscan productos de calidad y asesoramiento técnico.

Segmento Profesional

Contratistas, trabajadores de la construcción, electricistas, plomeros y otros profesionales del sector.

Necesidades: Herramientas especializadas, equipos de alta calidad, suministros constantes.

Características: Profesionales que requieren productos duraderos y eficientes para trabajos específicos y proyectos a gran escala.

Segmento Comercial

Pequeñas y medianas empresas, oficinas, comercios que requieren mantenimiento regular.

Necesidades: Suministros de mantenimiento, equipos de seguridad, herramientas básicas.

Características: Empresas que buscan mantener sus instalaciones en buen estado y necesitan productos de ferretería de manera regular.

Segmento de Proyectos y Construcción

Empresas constructoras y desarrolladores de proyectos de infraestructura.

Necesidades: Grandes volúmenes de materiales de construcción, herramientas especializadas, productos de grifería y acabados.

Características: Empresas que ejecutan proyectos de construcción a gran escala y requieren suministro constante y a gran escala.

Segmento de Mercado para Distribuidora de Gas GAMAC

Segmento Residencial

Familias y propietarios de viviendas.

Necesidades: Cilindros de gas para cocinar y calefacción, accesorios de instalación y seguridad.

Características: Hogares que dependen del gas para sus actividades diarias, buscan un suministro seguro y confiable.

Segmento Comercial

Restaurantes, panaderías y pequeños negocios.

Necesidades: Cilindros de gas de mayor capacidad, entrega regular, mantenimiento de instalaciones.

Características: Negocios que necesitan un suministro constante de gas para sus operaciones, valoran la eficiencia y fiabilidad.

Segmento Industrial

Pequeñas y medianas industrias que utilizan gas en sus procesos productivos.

Necesidades: Grandes volúmenes de gas, sistemas de almacenamiento y distribución, servicios de mantenimiento.

Características: Industrias que requieren un suministro de gas a gran escala y servicios técnicos especializados.

Segmento Institucional

Instituciones educativas, hospitales, y organismos gubernamentales.

Necesidades: Suministro de gas para cocinas, calefacción y laboratorios, servicios de mantenimiento y seguridad.

Características: Entidades que necesitan un suministro confiable y continuo, valoran la seguridad y el cumplimiento de regulaciones.

5.1.7.4 Producto o servicio

Ferretería GAMAC

Productos:

Herramientas Manuales y Eléctricas:

Taladros, sierras, destornilladores, martillos, llaves ajustables, etc.

Marcas recomendadas: DeWalt, Stanley, Truper, Bosch.

Materiales de Construcción:

Cemento, arena, grava, ladrillos, bloques, madera, acero.

Productos de grifería y fontanería.

Accesorios de Ferrería:

Tornillos, clavos, pernos, bisagras, cerraduras, cintas adhesivas.

Productos de electricidad, cables, interruptores, enchufes.

Productos de Jardinería:

Herramientas de jardín, mangueras, aspersores, fertilizantes, semillas.

Equipos de Seguridad:

Cascos, guantes, gafas protectoras, botas de seguridad, arneses.

Servicios:

Asesoramiento Técnico:

Personal capacitado que brinda orientación y recomendaciones técnicas.

Asesoría en proyectos de construcción, remodelación y mantenimiento.

Entrega a Domicilio:

Servicio de entrega de productos directamente a la ubicación del cliente.

Opciones de entrega rápida y programada.

Instalación de Productos:

Servicio de instalación de productos adquiridos, como grifería, equipos eléctricos, etc.

Profesionales capacitados para garantizar una instalación segura y eficiente.

Mantenimiento y Reparación:

Servicios de mantenimiento y reparación de herramientas y equipos.

Contratos de mantenimiento preventivo para empresas y particulares.

Distribuidora de Gas GAMAC

Productos:

Cilindros de Gas:

Diferentes tamaños de cilindros de gas para uso doméstico, comercial e industrial.

Cilindros de gas propano y butano.

Accesorios de Instalación:

Reguladores de gas, mangueras, válvulas de seguridad, medidores de gas.

Sistemas de Almacenamiento de Gas:

Tanques de almacenamiento de gas para uso industrial y comercial.

Equipos y sistemas de seguridad para el almacenamiento y manejo de gas.

Servicios:

Entrega a Domicilio:

Servicio de entrega de cilindros de gas directamente a hogares y negocios.

Entrega programada y urgente según las necesidades del cliente.

Mantenimiento y Revisión:

Servicios de mantenimiento y revisión periódica de instalaciones de gas.

Inspecciones de seguridad y pruebas de fugas.

Instalación de Sistemas de Gas:

Instalación de sistemas de gas en hogares, negocios e industrias.

Profesionales capacitados para asegurar una instalación segura y conforme a las normativas.

Atención al Cliente:


Soporte y asistencia técnica para resolver problemas relacionados con el suministro y uso del gas.


Canales de contacto disponibles, como línea telefónica, chat en línea y correo electrónico.

5.1.7.5 Promoción y Comunicación

¡Descubre Ferretería GAMAC!

Tu solución integral en materiales de construcción y distribución de gas

 Ubicación: Av. Ilaló Oe10-125, Quito, Ec170804

 Teléfono: 0984683263

 Horario:

- Lunes a Viernes: 07:30 - 17:30
- Sábado: 07:30 - 16:00
- Domingo: 08:00 - 13:00

Servicios que ofrecemos:

- Venta de materiales de construcción de alta calidad.

5.1.7.6 Precios



5.1.7.7 Forma de compra en el canal de distribución

Compra Directa en Tienda:

- Descripción: Los clientes pueden visitar la tienda física de GAMAC para seleccionar y comprar productos directamente.
- Ventajas: Atención personalizada, posibilidad de ver y tocar los productos, asesoría inmediata.

Pedidos Telefónicos:

- Descripción: Los clientes pueden realizar pedidos llamando al número de contacto de la ferretería.
- Ventajas: Conveniencia para clientes que no pueden visitar la tienda, posibilidad de consultas rápidas.

Pedidos por Correo Electrónico:

- Descripción: Los clientes pueden enviar un correo electrónico con su lista de productos y cantidades deseadas.
- Ventajas: Registro escrito de pedidos, facilidad para enviar listas detalladas.

Compra en Línea (si aplica):

- Descripción: Si GAMAC cuenta con una plataforma de comercio electrónico, los clientes pueden realizar sus compras a través del sitio web.
- Ventajas: Comodidad de comprar desde cualquier lugar, disponibilidad 24/7, opciones de pago en línea.

Distribución de Gas:

- Descripción: Los clientes pueden solicitar la entrega de gas a domicilio llamando o enviando un mensaje a través de WhatsApp.
- Ventajas: Servicio a domicilio, conveniencia y rapidez en la entrega.

Programas de Fidelización:

- Descripción: Ofrecer descuentos y promociones especiales a clientes frecuentes.
- Ventajas: Incentiva la lealtad del cliente, aumenta las ventas recurrentes.

5.1.7.8 Hábitos de consumo y decisión de compra

Los clientes de la ferretería GAMAC y su distribuidora de gas valoran la proximidad y la conveniencia en sus compras, prefiriendo tiendas cercanas y con una amplia variedad de productos. La relación calidad-precio es crucial, así como la disponibilidad inmediata de los productos. Las recomendaciones de conocidos y las promociones especiales influyen significativamente en sus decisiones de compra. Además, una experiencia de compra agradable y un excelente servicio al cliente son determinantes para fidelizar a los clientes y fomentar compras recurrentes.

5.1.7.9 Forma de pago y logística de entrega

Forma de pago será a través de efectivo y transferencia , dado que es la manera que aquí pagan por los servicios.

5.1.8 Planificación estratégica: Objetivos, estrategias, metas, plan de acción, responsables, presupuesto.

CAPÍTULO VI: PROCESO LEGAL E INBOUND MARKETING

6.1 Normativa del comercio electrónico en Ecuador y Ley Consumidor

Para una ferretería en Ecuador que desea operar mediante comercio electrónico, es importante tener en cuenta las normativas aplicables, tanto para asegurar el cumplimiento legal como para proteger los derechos de los consumidores.

6.2 Normativa tributaria para tiendas en línea en Ecuador

No existe información al respecto.

6.3 Organización del Departamento de Inbound Marketing

Para la ferretería **GAMAC**, la organización del departamento de **Inbound Marketing** debe enfocarse en atraer, convertir y fidelizar a los clientes mediante la creación de contenido valioso y estrategias efectivas de marketing digital. A continuación, se presenta una estructura sugerida para el departamento:

6.4 Puestos claves del Departamento

Director de Marketing Digital

Responsabilidades: Supervisar todas las actividades de marketing digital, definir estrategias y objetivos, coordinar con otros departamentos y gestionar el presupuesto del departamento.

Perfil: Profesional con experiencia en marketing digital, habilidades de liderazgo y conocimiento profundo del sector de ferretería.

Gerente de Inbound Marketing

Responsabilidades: Planificar y ejecutar estrategias de Inbound Marketing, incluyendo campañas de contenido, SEO, email marketing y más. Coordina con el equipo de ventas para asegurar la alineación de estrategias.

Perfil: Especialista en marketing digital con experiencia en Inbound Marketing y habilidades de gestión de proyectos.

6.5 Funciones del Departamento

Equipo de Contenidos

Responsabilidades: Creación de contenido valioso y relevante, como artículos de blog, guías, tutoriales, videos y publicaciones en redes sociales. Este equipo debe enfocarse en educar e informar a los clientes sobre productos y soluciones de ferretería.

Perfiles:

Redactor de Contenidos: Encargado de la escritura de artículos, descripciones de productos, newsletters, entre otros.

Diseñador Gráfico y Multimedia: Crea elementos visuales, infografías y videos que complementen el contenido escrito.

Community Manager: Gestiona las redes sociales, interactúa con la comunidad y se encarga de la gestión de la reputación online.

6.6 Organigrama Orgánico-Funcional

Departamento de Operaciones

Jefe de Almacén

Responsabilidades: Gestión de inventario, control de stock y supervisión del almacén.

Coordinador de Logística

Responsabilidades: Planificación de rutas de entrega, gestión de proveedores y transporte.

Personal de Almacén y Logística

Responsabilidades: Recepción de mercancía, almacenamiento, preparación de pedidos y entregas.

Departamento de Marketing y Ventas

Gerente de Tienda

Responsabilidades: Supervisión de la tienda física, atención al cliente y ventas.

Especialista en Inbound Marketing

Responsabilidades: Creación de contenido digital, gestión de redes sociales, campañas de email marketing y SEO.

Vendedores y Atención al Cliente

Responsabilidades: Asesoramiento a clientes, gestión de ventas en tienda física y soporte en línea.

Departamento Financiero

Contador

Responsabilidades: Contabilidad diaria, cierre de cuentas, impuestos y nómina.

Analista Financiero

Responsabilidades: Análisis financiero, control presupuestario y generación de informes.

Departamento de Recursos Humanos

Coordinador de Recursos Humanos

Responsabilidades: Gestión de nómina, beneficios, formación y desarrollo del personal.

Especialista en Desarrollo y Capacitación

Responsabilidades: Diseño e implementación de programas de capacitación y desarrollo profesional.

Soporte Técnico y Tecnología

Jefe de Tecnología y Soporte

Responsabilidades: Gestión de infraestructura tecnológica, seguridad de la información y soporte técnico.

Equipo de Soporte Técnico

Responsabilidades: Mantenimiento de sistemas, soporte a usuarios y solución de problemas técnicos.

6.7 Implementar campaña con Inbound Marketing: Metodología

6.7.1 Buyer Persona

ANGEL PILAQUINGA

EDAD 65 años

SEXO hombre

PAÍS Ecuador

EDUCACIÓN Secundaria

OCUPACIÓN Administrativa

ESTADO CIVIL casado

PERSONALIDAD

Creativo Metódico

Sentimental Pensativo

extrovertido Introverso

BIOGRAFÍA

Ángel tiene un interés profundo en la industria de la construcción y el comercio de materiales de ferretería. Es un apasionado de los productos de calidad y de brindar un buen servicio al cliente.

MOTIVACIONES

Mantener y expandir su negocio es una de sus principales motivaciones. Está interesado en modernizar su ferretería y adaptarse a las nuevas tendencias del mercado, incluyendo el comercio electrónico.

OBJETIVOS

Ángel busca oportunidades para expandir GAMAC, ya sea mediante la apertura de nuevas sucursales, la ampliación de la gama de productos, o la implementación de una tienda en línea.

GUSTOS Y AFICIONES

- Ver películas
- Leer
- Viajar
- Pasar tiempo con amigos
- Dibujar

REDES SOCIALES

- Iconos

MARCAS

- Logotipos

FERRETERÍA GAMAC

6.7.2 Buyer's Journey

Etapa de Conciencia

Los clientes identifican una necesidad relacionada con productos de ferretería, como la reparación de una herramienta o un proyecto de construcción. Buscan información inicial sobre posibles soluciones.

Etapa de Consideración

Los clientes evalúan diferentes opciones y productos para satisfacer su necesidad. Comparan precios, características y calidad, y consultan reseñas y recomendaciones.

Etapa de Decisión

Los clientes eligen el producto y el proveedor que mejor se adapta a sus necesidades. Consideran aspectos como la entrega, el soporte postventa y las garantías, y finalmente realizan la compra.

Etapa de Fidelización

Después de la compra, los clientes evalúan el desempeño del producto y la calidad del servicio. La ferretería GAMAC busca mantener una relación positiva con ellos, ofreciendo soporte postventa, seguimiento y programas de fidelización para fomentar futuras compras.

6.7.3 Sales Process

1. Prospección

- **Identificación de Clientes Potenciales:** Identificar y clasificar clientes potenciales, como contratistas, constructores, aficionados al bricolaje y empresas del sector de la construcción.
- **Generación de Leads:** Utilizar estrategias de marketing digital, eventos locales y referencias para atraer a nuevos clientes.

2. Calificación

- **Evaluación de Necesidades:** Comprender las necesidades específicas del cliente, como proyectos de construcción, mantenimiento o mejoras del hogar.
- **Segmentación de Clientes:** Clasificar a los clientes según su potencial de compra, urgencia y tipo de productos que requieren.

3. Presentación de la Oferta

- **Demostración de Productos:** Mostrar los productos disponibles, destacando sus características, beneficios y aplicaciones.
- **Personalización de la Oferta:** Adaptar la oferta a las necesidades específicas del cliente, recomendando productos que mejor se ajusten a sus requerimientos.
- **Cotización y Presupuestos:** Proveer cotizaciones detalladas y transparentes, incluyendo opciones de precios y descuentos aplicables.

4. Gestión de Objeciones

- **Resolución de Dudas:** Abordar cualquier inquietud o duda que el cliente pueda tener sobre los productos, precios o condiciones de venta.
- **Propuestas de Valor:** Resaltar los beneficios de elegir GAMAC, como la calidad de los productos, el soporte técnico y la garantía.

5. Cierre de la Venta

- **Confirmación de Pedido:** Asegurar que el cliente esté listo para realizar la compra y confirmar los detalles del pedido.
- **Proceso de Pago:** Facilitar el proceso de pago, ofreciendo múltiples métodos de pago (tarjetas, transferencias, etc.).
- **Finalización de la Venta:** Emitir la factura y proporcionar la documentación necesaria, como garantías y manuales de usuario.

6. Entrega y Logística

- Coordinación de Entrega: Organizar la entrega de los productos, ya sea a domicilio o en la tienda, según la preferencia del cliente.
- Control de Calidad: Asegurar que los productos se entreguen en perfecto estado y cumplan con las expectativas del cliente.

7. Postventa y Fidelización

- Seguimiento Postventa: Contactar al cliente para asegurarse de que esté satisfecho con su compra y ofrecer asistencia si es necesario.
- Gestión de Reclamos y Devoluciones: Manejar eficientemente cualquier problema o devolución, ofreciendo soluciones rápidas y satisfactorias.
- Programas de Fidelización: Implementar programas de recompensas, descuentos para clientes frecuentes y promociones exclusivas.

8. Retroalimentación y Mejora Continua

- Recolección de Feedback: Recopilar comentarios y opiniones de los clientes sobre el proceso de compra y los productos.
- Análisis de Datos: Analizar los datos de ventas y comportamiento de los clientes para identificar oportunidades de mejora.
- Optimización del Proceso: Ajustar las estrategias de ventas y servicio al cliente basándose en la retroalimentación recibida.

6.7.4 Estrategia de contenidos

Una estrategia de contenidos bien planificada puede ayudar a la ferretería GAMAC a atraer, educar y convertir a los clientes potenciales, así como a fidelizar a los existentes. A continuación se presenta una propuesta de estrategia de contenidos que abarca diferentes formatos y canales.

Redes Sociales

- Publicaciones Educativas: Compartir tips rápidos, infografías y videos cortos que enseñen cómo usar productos específicos.
- Promociones y Ofertas: Anunciar descuentos, promociones especiales y eventos en la tienda.
- Interacción con la Comunidad: Publicar contenido interactivo como encuestas, preguntas y respuestas, y concursos.
- Historias de Clientes: Compartir historias de éxito de clientes que hayan completado proyectos con productos de GAMAC.

Videos

- **Demostraciones de Productos:** Videos mostrando cómo funcionan los productos, sus características y ventajas.
- **Reseñas y Comparativas:** Comparar diferentes productos y marcas, destacando las fortalezas de cada uno.
- **Tutoriales y Proyectos DIY:** Videos paso a paso sobre cómo realizar proyectos de bricolaje y mejoras en el hogar.

Contenidos para la Tienda en Línea

- **Descripciones de Productos Detalladas:** Asegurarse de que cada producto tenga una descripción completa, incluyendo características, usos, y beneficios.
- **Reseñas de Clientes:** Implementar una sección de reseñas para que los clientes puedan compartir sus experiencias con los productos.
- **Guías de Compra:** Crear secciones dedicadas a guiar a los clientes en la elección de productos, como "Cómo elegir la mejor sierra para tus necesidades".

6.7.5 Captación de tráfico

Estrategias Online

Página Web y SEO:

Creación de una página web atractiva que incluya información sobre los productos, servicios, ubicación, horarios y contacto.

Optimiza el contenido para motores de búsqueda (SEO) utilizando palabras clave relevantes como "ferretería en [tu ciudad]", "herramientas", "materiales de construcción", etc.

Redes Sociales:

Mantén perfiles activos en plataformas como Facebook, Instagram y LinkedIn. Publica regularmente contenido relacionado con tus productos, consejos de bricolaje, promociones y eventos.

Usa anuncios pagados para llegar a una audiencia más amplia y específica.

Google My Business:

Asegúrate de que tu negocio esté listado en Google My Business. Esto ayudará a que los clientes potenciales te encuentren fácilmente y puedan ver reseñas, fotos, horarios y más.

Marketing de Contenidos:

Escribe blogs o artículos sobre temas relacionados con la ferretería, como proyectos de bricolaje, mantenimiento del hogar o reseñas de productos.

Considera crear tutoriales en video o transmisiones en vivo demostrando el uso de tus productos.

Promociones y Descuentos:

Ofrece promociones especiales, descuentos o cupones para atraer a nuevos clientes y fidelizar a los existentes.

6.7.6 Conversión de tráfico de registros

Ofertas de Bienvenida:

Cupones de Descuento: Envía un cupón de bienvenida a los nuevos registros, ofreciéndoles un descuento en su primera compra. Esto puede incentivarlos a visitar la tienda y hacer una compra inicial.

Promociones Exclusivas: Ofrece promociones exclusivas para los nuevos registros, como paquetes de productos o descuentos especiales en artículos seleccionados.

Eventos Especiales y Talleres:

Invitaciones Exclusivas: Invita a los registrados a eventos especiales, como talleres de bricolaje, demostraciones de productos, o charlas de expertos en la tienda. Esto no solo proporciona valor añadido sino que también atrae a los clientes a la tienda física.

Programa de Lealtad:

Recompensas por Compras: Crea un programa de fidelización que ofrezca puntos o recompensas por cada compra. Los puntos acumulados pueden canjearse por descuentos, productos gratuitos o regalos.

Beneficios Exclusivos: Ofrece a los miembros del programa de fidelidad acceso a ventas anticipadas, descuentos exclusivos o envíos gratuitos.

Seguimiento y Recordatorios:

Carritos Abandonados: Envía recordatorios a los usuarios que han dejado productos en el carrito de compras, ofreciendo incentivos adicionales para completar la compra.

Recordatorios de Productos: Enviar recordatorios para comprar productos de mantenimiento periódico, como filtros de agua, herramientas de jardinería de temporada, etc.

Experiencia en la Tienda:

Asesoramiento Personalizado: Ofrece asesoramiento personalizado en la tienda para proyectos específicos. Esto puede incluir recomendaciones de productos, demostraciones y consejos prácticos.

Visualización de Productos: Asegúrate de que los productos estén bien exhibidos y sean fácilmente accesibles. Crea espacios de demostración donde los clientes puedan probar las herramientas.

Contenido Educativo:

Guías y Tutoriales: Proporciona guías y tutoriales en línea y en la tienda sobre cómo usar herramientas y materiales específicos. Esto puede ayudar a los clientes a sentirse más seguros al realizar sus compras.

6.7.7 Automatización

Sistemas de Punto de Venta (POS): Implementa un sistema de POS que se integre con la gestión de inventario para actualizar automáticamente los niveles de stock con cada venta. Esto ayuda a evitar rupturas de stock y asegura que los productos estén siempre disponibles.

Reordenamiento Automático: Configura alertas o pedidos automáticos con proveedores cuando los niveles de inventario caigan por debajo de un umbral específico.

Seguimiento de Inventario: Utiliza tecnología de código de barras o RFID para realizar un seguimiento preciso de los productos, desde su llegada hasta la venta.

Redes Sociales: Programa publicaciones en redes sociales para promocionar productos, ofertas y eventos. Usa herramientas de análisis para medir el rendimiento y ajustar las estrategias.

Publicidad Digital: Configura campañas de publicidad en línea automatizadas, como Google Ads o anuncios en redes sociales, dirigidas a audiencias específicas basadas en datos demográficos y comportamientos de compra.

Chatbots: Implementa chatbots en el sitio web para responder preguntas frecuentes, proporcionar información sobre productos y guiar a los clientes en el proceso de compra.

Respuestas Automatizadas: Configura respuestas automáticas en correos electrónicos para consultas comunes, confirmaciones de pedidos y solicitudes de servicio.

Carritos de Compra en Línea: Integra una tienda en línea con el inventario y el sistema de ventas. Automatiza el proceso de compra, desde la selección de productos hasta el pago y la confirmación del pedido.

Upselling y Cross-selling: Utiliza algoritmos de recomendación para sugerir productos adicionales o complementarios durante el proceso de compra, aumentando el valor de la transacción.

6.7.8 Oferta comercial

Promociones Especiales

Descuento de Bienvenida: Un 10% de descuento en la primera compra para todos los nuevos clientes que se registren en nuestra tienda en línea o física.

Paquetes de Herramientas: Ofrecemos paquetes especiales de herramientas con hasta un 20% de descuento. Ideal para profesionales y aficionados al bricolaje.

Materiales de Construcción: Descuentos del 15% en una selección de materiales de construcción esenciales, incluyendo cemento, madera y pinturas.

Beneficios Exclusivos

Programa de Lealtad GAMAC: Por cada compra realizada, los clientes acumulan puntos que pueden ser canjeados por descuentos en futuras compras.

Envío Gratuito: Ofrecemos envío gratuito en pedidos superiores a \$100 dentro de un radio de 30 km de nuestra tienda.

Garantía de Satisfacción: Todos nuestros productos están respaldados por una garantía de satisfacción de 30 días. Si no está completamente satisfecho con su compra, ofrecemos cambios o devoluciones sin complicaciones.

Servicios Adicionales

Asesoramiento Profesional: Nuestro equipo de expertos está disponible para asesorar a los clientes en la selección de productos adecuados para sus proyectos.

Talleres y Eventos: Organizamos talleres gratuitos de bricolaje y demostraciones de productos para ayudar a nuestros clientes a aprovechar al máximo sus compras.

Pedidos Personalizados: Ofrecemos la opción de realizar pedidos personalizados para proyectos específicos, asegurando que los clientes obtengan exactamente lo que necesitan.

6.8 Técnica lluvia de ideas para promociones

Descuentos y Ofertas Especiales

Descuento por Temporada: Ofertas especiales en productos relacionados con la temporada, como herramientas de jardinería en primavera o calefacción en invierno.

2x1 en Herramientas: Compra una herramienta y recibe otra de igual o menor valor gratis.

Descuento por Compras a Granel: Ofertas en productos de construcción y materiales por volumen, como madera, cemento y pintura.

Colaboraciones y Socios

Colaboraciones con Contratistas: Ofertas especiales para contratistas y profesionales de la construcción, incluyendo descuentos por volumen y créditos para compras futuras.

Asociaciones con Marcas: Ofertas especiales y promociones con marcas populares de herramientas y materiales de construcción.

Descuentos Cruzados con Negocios Locales: Ofertas conjuntas con otros negocios locales, como descuentos en servicios de diseño de interiores con la compra de productos en GAMAC.

Marketing Digital y Redes Sociales

Sorteos y Concursos en Redes Sociales: Sorteos de herramientas o kits de bricolaje para seguidores de las redes sociales de GAMAC.

Promociones de Email Marketing: Ofertas exclusivas para suscriptores del boletín informativo.

Códigos de Descuento Online: Códigos de descuento especiales para compras en línea.

6.9 Técnica lluvia de ideas para Contenido

Tutoriales de Herramientas: Videos demostrativos sobre cómo utilizar herramientas específicas, sus características y mejores prácticas.

Proyectos en Vivo: Transmisiones en vivo de la creación de proyectos de bricolaje o renovaciones en tiempo real, con interacción del público.

Entrevistas a Expertos: Entrevistas con profesionales de la industria, como contratistas o diseñadores de interiores, sobre tendencias y consejos.

Consejos Rápidos: Publicaciones cortas con consejos útiles y trucos para el hogar.

Destacados de Productos: Publicaciones que destacan productos nuevos o en oferta, con descripciones y beneficios.

Historias de Clientes: Compartir proyectos realizados por clientes, con fotos y testimonios.

Glosarios de Términos: Explicaciones de términos técnicos y jerga de la construcción y el bricolaje.

Manualidades para Niños: Proyectos de bricolaje sencillos que los niños pueden realizar con la supervisión de adultos.

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

7.1 Presentación Sitios web actuales: Sitio web con Wordpress, landing page, perfil de negocio



7.2 Presentación e integración de todas las redes sociales



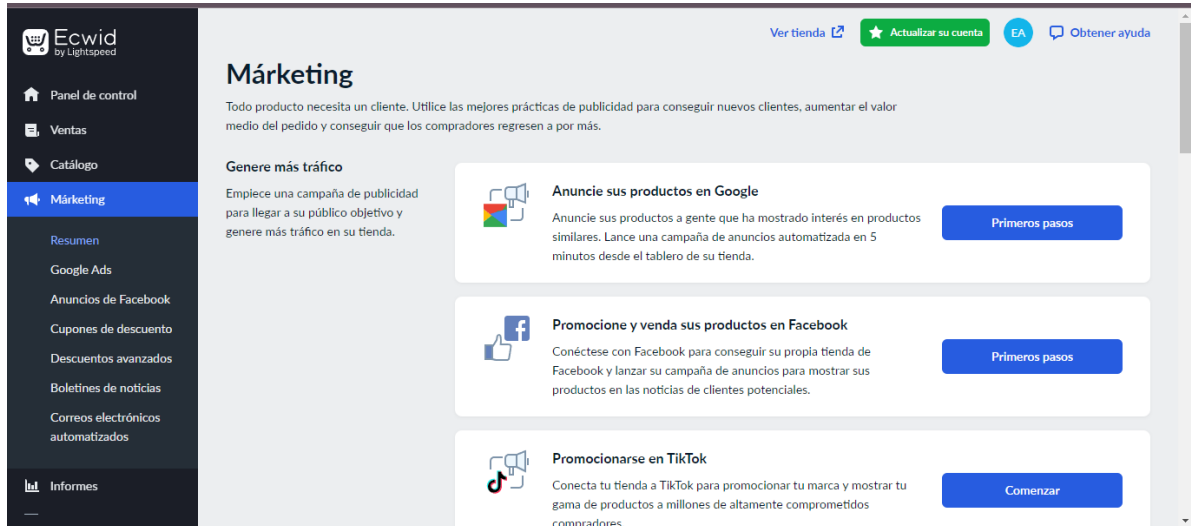
7.3 Ventaja competitiva de la presencia en internet

Mayor alcance y visibilidad:

Una ferretería con presencia en internet puede llegar a un público mucho más amplio, incluyendo clientes fuera de su área geográfica tradicional. Esto es especialmente importante en un mercado donde los clientes buscan comodidad y rapidez.

7.4 Tienda Online

7.4.1 Creación de la tienda on line por Woo Commerce o Ecwid



7.4.2 Diseño del sitio







7.4.3 Datos básicos de la tienda virtual

Personalizar el límite de productos en el panel

VIENDO TODOS LOS PRODUCTOS
[REFRESCAR](#)

NOMBRE: A A Z

<input type="checkbox"/>		Herbicida Guadaña de galón ● activado Disponible 🚚 Requiere envío	\$21.95	<input type="button" value="Editar producto"/>	>
<input type="checkbox"/>		Líquido de gas (GLP) doméstico + estibaje 0005 ● activado Disponible 🚚 Requiere envío	\$1.65	<input type="button" value="Editar producto"/>	>
<input type="checkbox"/>		Poste de hormigón con cabeza curva de 2.40 m + iva 0001 ● activado Disponible 🚚 Requiere envío	\$8.80	<input type="button" value="Editar producto"/>	>
<input type="checkbox"/>		Poste de hormigón de 2.40 m + iva 0003 ● activado Disponible 🚚 Requiere envío	\$8.80	<input type="button" value="Editar producto"/>	>

7.4.4 Catálogo de Productos: Características y beneficios



Poste de hormigón con
cabeza curva de 2.40 m +iva

\$8.80



Poste de hormigón de 2.40 m
+ iva

\$8.80



Poste de hormigón de 2 m
+iva

\$7.80



Líquido de gas (GLP)
doméstico + estibaje

\$1.65



7.4.5 Precios

Poste de hormigón con
cabeza curva de 2.40 m +iva
\$8.80

Poste de hormigón de 2.40 m
+ iva
\$8.80

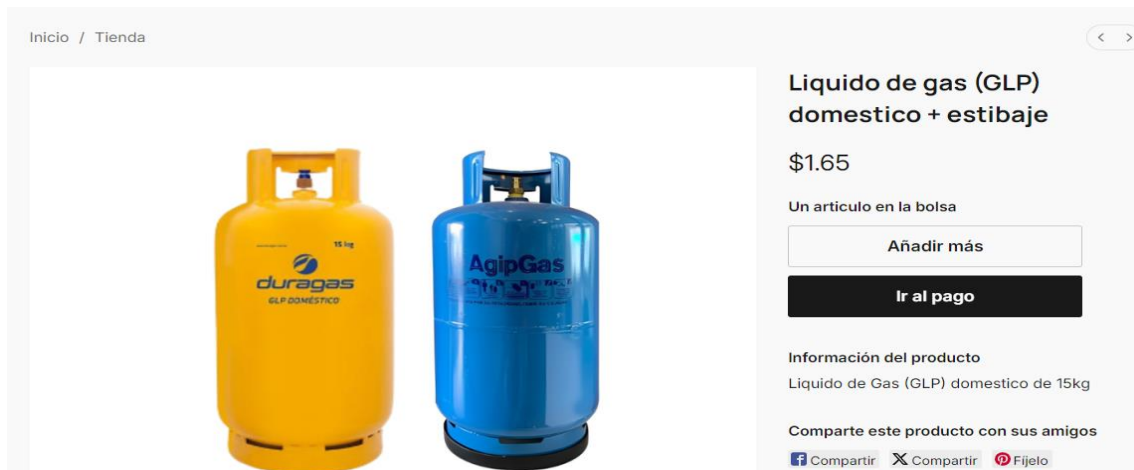
Poste de hormigón de 2 m
+iva
\$7.80

Liquido de gas (GLP)
domestico + estibaje
\$1.65

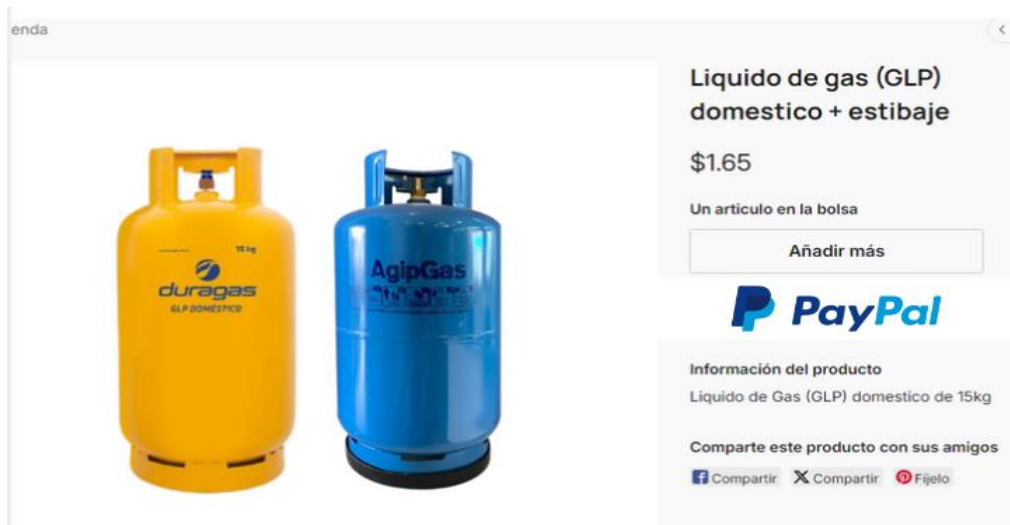
7.4.6 Palabras claves

Ferretería y productos para el hogar.

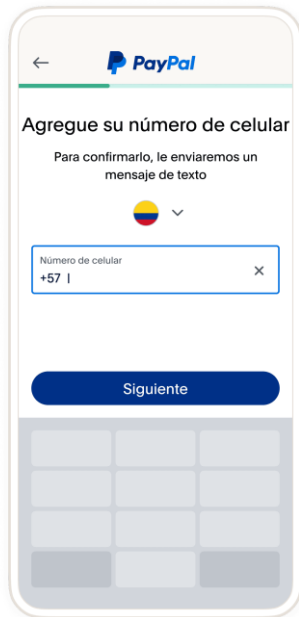
7.4.7 Carrito de compra



7.4.8 Pasarela de pagos y medios de pagos: Tarjeta de crédito, manual, Paypal, Payphone

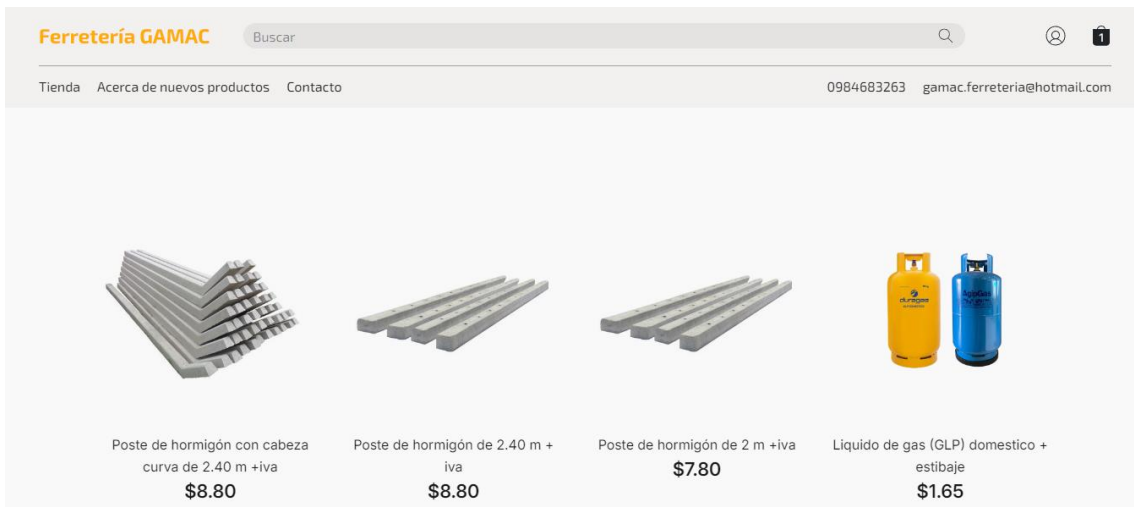


7.4.9 Botón de pagos





7.4.10 Proceso Logístico

7.4.11 Presentación de la tienda on line en la web



7.4.12 Presentar transacciones reales

Mi tarjeta Nueva tarjeta

497010XXXXXX0055  

11/21 

1 cuota (\$150,00) ▼

PAGAR \$150,00

7.4.13 Presentar estadísticas de carritos de compras efectivos y abandonados

No aplica de momento

7.4.14 Afiliación a un Marketplace: Amazon, Facebook Marketplace u otro

CAPÍTULO VIII: PROCESO ESTUDIO FINANCIERO E INVERSIÓN

8.1 Gastos de promoción



GASTOS DE PROMOCIÓN
FERRETERÍA GAMAC

CATEGORIA	ACCIÓN	TOTAL	OBEJETIVO
	ANUNCIOS EN META	\$35	Atraer a un público local específico
	ANUNCIOS EN TIKTOK ADS	\$20	Aparecer en búsquedas locales relacionadas con productos de ferretería

8.2 Asignación de presupuesto mensual y anual



BUDGET MENSUAL Y ANUAL
FERRETERÍA GAMAC

CATEGORIA	ACCIÓN	TOTAL POR MES	PRESUPUESTO ANUAL
Publicidad Digital	Anuncios en redes sociales (Facebook, Instagram)	\$30	\$360
Publicidad Local	Volantes y folletos en vecindarios	\$20	\$240
Promociones y Descuentos	Descuentos por volumen	\$30	\$360
Promociones y Descuentos	Desarrollo y mantenimiento de la página web	\$30	\$360

8.3 Plan de inversión en plataformas digitales

Maximizar el retorno de la inversión (ROI) en marketing digital con un presupuesto anual de \$1.320.

Estrategia:

Definición de objetivos específicos y medibles (SMART):

Aumentar el tráfico web en un 20% en 12 meses.

Generar 10 leads calificados por mes.

Aumentar las ventas en línea en un 15% en 12 meses.

Mejorar la tasa de conversión del sitio web en un 5% en 6 meses.

Incrementar el engagement en redes sociales en un 10% en 12 meses.

Selección de plataformas digitales:

Considerando el presupuesto y los objetivos, se recomienda enfocarse en las siguientes plataformas:

Google Ads: Ideal para generar tráfico web y leads calificados.

Facebook Ads: Perfecta para llegar a un público amplio y segmentado, y fomentar el engagement.

Marketing de contenidos: Estrategia a largo plazo para posicionamiento y generación de leads orgánicos.

8.4 Plan de inversión en marketing tradicional

Canales offline:

Tarjetas de presentación con información de la ferretería y canales digitales como página web y WhatsApp business.

8.5 Estrategias puntuales del marketing MIX en fechas importantes

8.5.1 Producto

Navidad:

Lanza kits de herramientas como regalos. Por ejemplo, un Kit de Herramientas para el Hogar con un empaque especial.

Ofrece cilindros de gas con promociones en la compra de múltiples unidades para asegurar suficiente suministro durante las festividades.

Día del padre:

Crea ofertas especiales en herramientas eléctricas o de jardinería, empaquetadas como regalos ideales.

Semana Santa:

Promociones de ventas por cilindros para gas doméstico.

Verano:

Promociones por verano en la venta de mangueras para regadíos de jardines y aspersores de todas las marcas.

8.5.2 Precio

Crear descuentos y promociones: Ofrecer descuentos especiales en productos o servicios durante fechas importantes. Ofertas por tiempo limitado: Crear ofertas que generen un sentido de urgencia en los clientes. Paquetes y combos: Agrupar productos o servicios a precios más atractivos.

Descuentos en tubería PVC para desagüe.

Ejemplo:

Se ofrece un descuento de un 3% en tuberías de PVC de diferentes medidas contando con accesorios y pega tubos.

8.5.3 Plaza

La propuesta es generar en un primer paso ventas online y así potenciar las ventas a través de la página web, redes sociales y WhatsApp Business.

Ejemplo:

Crear post para Facebook, crear post para pagina web y tienda en línea y subir estados de promociones en WhatsApp Business.

8.5.4 Promoción

Crear campañas de marketing publicitarias en diferentes canales para dar a conocer las ofertas y promociones así también usar las redes sociales para interactuar con el público objetivo.

Ejemplo:

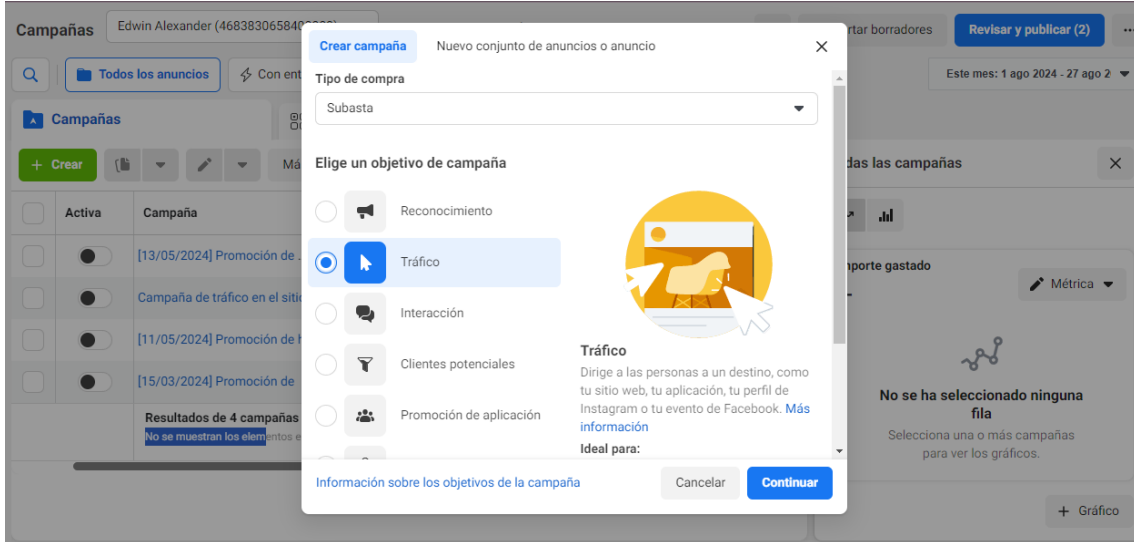
Ferretería GAMAC lanza una campaña en Tik Tok para promocionar sus paquetes de marketing digital por fechas especiales y temporadas.

8.6 Campañas pagadas #4 en redes sociales por Ads (Meta BS, Twitter, Tik tok, LinkedIn...)

8.6.1 Objetivo

Incrementar la venta de herramientas y materiales para el mantenimiento del hogar antes del invierno.

8.6.2 Red social



8.6.3 Anuncio



8.6.4 Budget

Presupuesto diario
El importe real gastado cada día puede variar.

Alcance estimado: 1895 - 5478 Cuentas del Centro de cuentas al día

\$ 4,00

1,00 \$ ————— 500,00 \$

Resultados diarios estimados

Cuentas del Centro de cuentas alcanzadas: 1895-5478

Resumen del pago
Tu anuncio está en circulación continuamente con un presupuesto diario medio.

Presupuesto	\$4,00 USD
Presupuesto diario total	\$4,00 USD

Ubicaciones: Facebook, Instagram, Messenger

Elige dónde se mostrará el anuncio. Cuantas más plataformas selecciones, mejores serán los resultados.

Facebook

Al hacer clic en Guardar cambios, aceptas los [Términos y condiciones](#) de Meta

[¿Necesitas ayuda?](#) [Cancelar](#) [Guardar cambios](#)

8.7 Campañas pagadas # 5 en Motores de búsqueda por: GoogleAds 3 y Youtube Ads 2

8.9.1 Público Objetivo

Lanzamiento de tienda en línea de Ferretería GAMAC.

Google Ads | Crea tu primera campaña

- Añadir información de empresa
- Crea tu campaña**
 - Elegir objetivo**
 - Añade temas de búsqueda
 - Crear anuncios
 - Definir estrategia de puja
 - Fija el presupuesto
- Introducir detalles del pago

- Compras**
Alguien compra un producto o servicio
- Envío de formulario para clientes potenciales**
Un cliente potencial rellena un formulario
- Clientes potenciales por teléfono**
Un cliente potencial llama a tu empresa
- Vistas de una página**
Alguien ve una página clave, como la página de un artículo o de un producto
Este objetivo se configurará manualmente usando código después de que crees la campaña
[Editar](#)
- Notoriedad de marca**
Llega a una audiencia amplia, consigue visualizaciones de video y aumenta la consideración por tu marca

8.8 Google Analytics

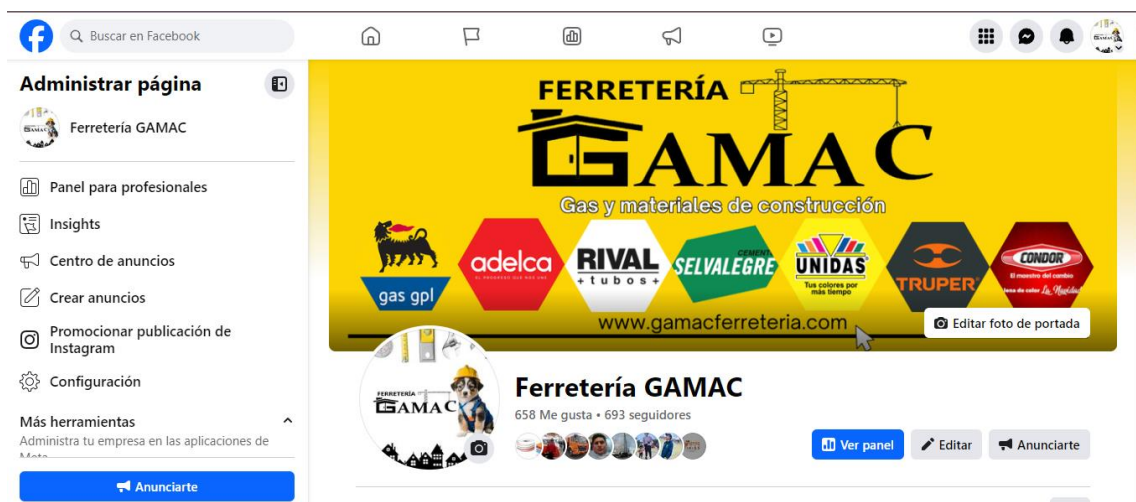
No aplica el momento

8.9 CRM Hub Spot. Base de datos de Leads que salieron de campañas y están en el Funnel de Ventas

No aplica al momento

CAPÍTULO IX: PROCESO INTEGRACIÓN DE LA TIENDA ON LINE, EVALUACIÓN DE CAMPAÑAS

9.1 Presentar la tienda online actualizada e integrada con todos los sitios web y las redes sociales.





9.2 Resumen de link

<https://ferreteriagamac.company.site/>
<https://www.facebook.com/gamac.ferreteria/>
<https://www.tiktok.com/@ferreteriagamac? t=8pERgHbIN6s& r=1>

9.3 ROI DIGITAL: Concepto y Análisis

El ROI (Return On Investment) en redes sociales se define como la ganancia neta obtenida a partir de las inversiones realizadas en estrategias de marketing en estas plataformas. Para calcularlo, se utiliza la siguiente fórmula:

$$\text{ROI} = (\text{Ganancia neta}) / (\text{Inversión})$$

Ganancia neta: Se refiere a los beneficios obtenidos, como ventas, leads generados o conversiones.

Inversión: \$30 USD

Objetivo: Aumentar el alcance de la marca, generar leads y conversiones.

Estrategias:

Campañas de segmentación: Dirigir anuncios a un público objetivo específico en base a sus intereses, comportamientos y datos demográficos.

Campañas de remarketing: Impactar a usuarios que ya han interactuado con la marca en el pasado.

Creación de contenido atractivo: Publicar contenido de alta calidad que genere engagement y atraiga a potenciales clientes.

Google Ads:

Inversión: \$30 USD

Objetivo: Atraer tráfico web y generar leads calificados.

Estrategias:

Campañas de búsqueda: Mostrar anuncios a usuarios que buscan palabras clave relacionadas con los productos o servicios de la empresa.

Campañas de display: Mostrar anuncios gráficos en sitios web relevantes para el público objetivo.

Campañas de vídeo: Promocionar videos informativos o publicitarios en YouTube y otras plataformas.

		Q	COSTOS	VENTAS	UTILIDAD
CAMPAÑA	MEDIO	VENTA	CAMPAÑA	BENEFICIO	(V-C)
A	META BUSINESS	3	\$30	\$150	\$120
C	GOOGLE ADS	2	\$30	\$100	\$70
		5	\$60	\$250	\$190
	TOTAL INGRESOS		\$250		
	COSTOS		\$125		
	INVERSION CAMPAÑA		\$60		
	UTILIDAD NETA		\$65		

9.4 Conclusiones

1. Diversificación Exitosa

La combinación de una ferretería y una distribuidora de gas bajo el nombre de GAMAC ha demostrado ser una estrategia eficaz para diversificar las fuentes de ingresos. Esta integración ha permitido a GAMAC atender múltiples necesidades del mercado local, brindando una oferta más completa a sus clientes.

2. Estrategias Personalizadas

A través de campañas de marketing bien dirigidas y una estrategia de promoción efectiva, GAMAC ha logrado consolidar su posición como un proveedor confiable en la comunidad. La participación en eventos locales y el uso de canales digitales han aumentado la visibilidad de la marca y la fidelización de los clientes.

En resumen, el proyecto de la ferretería y distribuidora de gas GAMAC ha sido exitoso en establecer una operación diversificada, rentable y orientada al cliente. La empresa ha aprovechado las oportunidades del mercado local, adaptándose eficazmente a los cambios en el entorno y fortaleciendo su presencia tanto física como digital. Con una base sólida y un enfoque en la innovación y la responsabilidad social, GAMAC está bien preparada para enfrentar los desafíos futuros y seguir creciendo.