

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: IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL Y
GESTIÓN INTEGRAL DE REDES SOCIALES PARA EL EMPRENDIMIENTO
“MUEBLES ORTEGA”.

Plan de Negocio y Marketing Digital

Marca: “MUEBLES ORTEGA”

Para Comercializar: Muebles artesanales para hogar y oficinas

Ubicación: Barrio San Felipe- Latacunga

Año: 2024-2025

Autora: Mónica del Rocío Guamán Chuquitarco

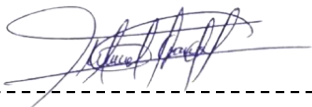
Tutor: Danilo Santillán Msc.

SEPTIEMBRE 2024

SANGOLQUÍ-ECUADOR
CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN

Yo, Mónica del Roció Guamán Chuquitarco con documento de identificación N° 0503395303 manifestó que: Soy autora y responsables del presente trabajo; y, autorizo a que sin fines de lucro el Universitario Rumiñahui pueda usar, difundir, reproducir o publicar de manera total o parcial el presente trabajo de titulación. Quito, 02 de septiembre del año 2024.

Atentamente,



Mónica del Roció Guamán Chuquitarco

0503395303

**CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN DEL UNIVERSITARIO RUMIÑAHUI**

Yo, Mónica del Rocío Guamán

Chuquitarco con documento de identificación No. 0503395303, expreso mi voluntad y por medio del presente documento cedo al Universitario Rumiñahui la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autor del Trabajo descriptivo: **“IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL Y GESTIÓN INTEGRAL DE REDES SOCIALES PARA EL EMPRENDIMIENTO “MUEBLES ORTEGA”**, el cual ha sido desarrollado para optar por el título de: Master en Neuro pedagogía Educativa, en el UNIVERSITARIO RUMIÑAHUI, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En concordancia con lo manifestado, suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca del UNIVERSITARIO RUMIÑAHUI.

Quito, 02 de septiembre del año 2024

Atentamente,



Mónica del Rocío Guamán Chuquitarco

0503395303

CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, **Danilo Santillán Msc.**, docente del UNIVERSITARIO RUMIÑAHUI, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: **“IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL Y GESTIÓN INTEGRAL DE REDES SOCIALES PARA EL EMPRENDIMIENTO “MUEBLES ORTEGA”**, realizado por Mónica del Rocío Guamán Chuquitarco con documento de identificación N° 0503395303, obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción trabajo descriptivo que cumple con todos los requisitos determinados por el UNIVERSITARIO RUMIÑAHUI.

Quito, 02 de septiembre del 2024

Atentamente,

Danilo Santillán Msc

**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, MONICA DEL ROCIO GAUAMAN CHUQUITARCO declaro y
acepto en forma expresa lo siguiente: Ser autor del trabajo de titulación denominado:

**IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL Y GESTIÓN
INTEGRAL DE REDES SOCIALES PARA EL EMPRENDIMIENTO
"MUEBLES ORTEGA".**

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,
MONICA DEL ROCIO GUAMAN CHUQUITARCO
C.I.: 0503395303

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:

MONICA DEL ROCIO GUAMAN CHUQUITARCO

TUTOR:

ING. SANTILLAN MORETA GUSTAVO DANILO

CONTACTO ESTUDIANTE:

0979173296

CORREO ELECTRÓNICO:

monicaguamanch@gmail.com

TEMA:

IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL Y GESTIÓN

INTEGRAL DE REDES SOCIALES PARA EL EMPRENDIMIENTO

“MUEBLES ORTEGA”.

OPCIÓN DE TITULACIÓN:

TRABAJO DE LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

RESUMEN EN ESPAÑOL:

Este trabajo se centra en el desarrollo y ejecución de estrategias de marketing digital para el emprendimiento "Muebles Ortega", abarcando una serie de aspectos cruciales para lograr una implementación efectiva y optimizada. En primer lugar, se proporcionará una descripción detallada del plan de negocio del emprendimiento, donde se explicarán los objetivos estratégicos, la misión y visión del negocio, y se detallará la propuesta de valor única que diferencia a "Muebles Ortega" en el mercado. Este análisis inicial servirá como base para las decisiones estratégicas posteriores.

A continuación, se abordará el proceso creativo detrás de las campañas de marketing digital. Se examinará cómo se generan y desarrollan las ideas innovadoras para atraer y retener a los clientes. Esto incluye la conceptualización de contenido visual y textual atractivo, la elaboración de mensajes que resuenen con el público objetivo, y la creación de campañas que capturen la atención y fomenten la interacción.

El trabajo también detallará el proceso estratégico organizacional, que implica la planificación y estructuración del equipo de marketing digital. Se describirán los roles y responsabilidades clave dentro del equipo, así como la forma en que estos roles se alinean con los objetivos generales del negocio para asegurar una ejecución efectiva de las estrategias de marketing.

El proceso estratégico comercial será otro enfoque importante, en el que se explorarán las tácticas específicas para impulsar las ventas y aumentar la visibilidad de los productos de "Muebles Ortega". Se analizarán las oportunidades de mercado, las estrategias de segmentación y posicionamiento, y las técnicas para convertir la demanda en ventas efectivas.

PALABRAS CLAVE:

Marketing digital, plataformas digitales, redes sociales, contenido de valor, publico objetivo.

ABSTRACT:

The work will also detail the organizational strategic process, which involves the planning and structuring of the digital marketing team. Key roles and responsibilities within the team will be outlined, as well as how these roles align with overall business objectives to ensure effective execution of marketing strategies.

The strategic commercial process will be another important focus, in which specific tactics will be explored to boost sales and increase the visibility of "Muebles Ortega" products. Market opportunities, segmentation and positioning strategies, and techniques to convert demand into effective sales will be analyzed.

PALABRAS CLAVE:

Digital marketing, digital platforms, social networks, valuable content, target audience.

SOLICITUD DE PUBLICACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CT-ANX-2024-ISTER-2

Sangolquí, 15 de Octubre del 2024

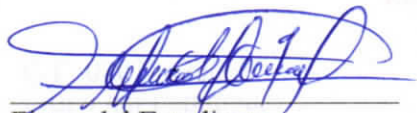
Sres.-

**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: (MONICA DEL ROCIO GUAMAN CHUQUITARCO), con C.I.: 0503395303 alumno de la Carrera TÉCNICO SUPERIOR EN MARKETING DIGITAL Y VENTAS.

Atentamente,



Firma del Estudiante

C.I.: 0503395303

SÓLO PARA USO DEL ISTER

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 ____ / ____ / ____

DEDICATORIA

A mi hija

Por ser mi apoyo en todo este proceso y estar ahí cuando yo más necesite es mi mayor inspiración para terminar este proyecto que inicié con muchas dudas, pero ella fue mi soporte cada día con su amor inocente y creer en mí siempre.

A mis compañeros

Que en varios momentos nos apoyamos mutuamente e incondicionalmente sin habernos conocido personalmente.

A mis profesores

Por compartir sus conocimientos que me han sido de utilidad en varios ámbitos laborales y personal.

AGRADECIMIENTO

Un agradecimiento especial a DIOS por darme la sabiduría y entendimiento a mi hija por su amor y por su apoyo incondicional y comprensión durante los momentos de mayor carga académica. Su confianza en mí fue la que cada día me ha impulsado a seguir adelante.

Finalmente, quiero reconocer a todas las personas que fueron una pieza fundamental con cada acción, palabra de apoyo hacia mí por más pequeña, fue la que me impulsó a seguir adelante como olvidar también, las fuentes que contribuyeron con mi conocimiento y experiencia, permitiéndome profundizar en el tema y enriquecer el contenido de este proyecto.

Gracias a todos por su apoyo y por haber sido parte de este viaje académico.

Resumen

Este trabajo se centra en el desarrollo y ejecución de estrategias de marketing digital para el emprendimiento "Muebles Ortega", abarcando una serie de aspectos cruciales para lograr una implementación efectiva y optimizada. En primer lugar, se proporcionará una descripción detallada del plan de negocio del emprendimiento, donde se explicarán los objetivos estratégicos, la misión y visión del negocio, y se detallará la propuesta de valor única que diferencia a "Muebles Ortega" en el mercado. Este análisis inicial servirá como base para las decisiones estratégicas posteriores.

A continuación, se abordará el proceso creativo detrás de las campañas de marketing digital. Se examinará cómo se generan y desarrollan las ideas innovadoras para atraer y retener a los clientes. Esto incluye la conceptualización de contenido visual y textual atractivo, la elaboración de mensajes que resuenen con el público objetivo, y la creación de campañas que capturen la atención y fomenten la interacción.

El trabajo también detallará el proceso estratégico organizacional, que implica la planificación y estructuración del equipo de marketing digital. Se describirán los roles y responsabilidades clave dentro del equipo, así como la forma en que estos roles se alinean con los objetivos generales del negocio para asegurar una ejecución efectiva de las estrategias de marketing.

El proceso estratégico comercial será otro enfoque importante, en el que se explorarán las tácticas específicas para impulsar las ventas y aumentar la visibilidad de

los productos de "Muebles Ortega". Se analizarán las oportunidades de mercado, las estrategias de segmentación y posicionamiento, y las técnicas para convertir la demanda en ventas efectivas.

El estudio de mercado será fundamental para entender el entorno en el que opera "Muebles Ortega". Se presentará una investigación exhaustiva sobre el mercado objetivo, que incluirá un análisis de la competencia, la identificación de tendencias emergentes y la evaluación de las necesidades y preferencias de los consumidores. Esta información guiará el desarrollo de estrategias de marketing más precisas y efectivas.

En términos del proceso legal, se cubrirán los aspectos normativos relevantes para el marketing digital, incluyendo el cumplimiento con las leyes de privacidad, la protección de datos y los derechos de propiedad intelectual. Este apartado asegurará que todas las estrategias se implementen dentro del marco legal apropiado, minimizando riesgos y posibles conflictos legales.

La organización del departamento de marketing digital y contenido se discutirá a fondo, describiendo cómo se estructura el equipo, cómo se gestionan las tareas diarias y cómo se coordina la creación y distribución de contenido. Este apartado también detallará los mecanismos para asegurar la coherencia y calidad del contenido en todas las plataformas digitales.

El proceso técnico logístico e implementación del ecosistema digital se abordará mediante la explicación de cómo se integran las herramientas y plataformas digitales necesarias para ejecutar las estrategias de marketing. Esto incluye la configuración de sistemas, la implementación de software y herramientas analíticas, y la coordinación de los aspectos técnicos para garantizar una ejecución fluida de las campañas.

En el aspecto financiero, se describirá el presupuesto necesario para la implementación de las estrategias de marketing digital. Se detallarán las inversiones requeridas en publicidad, tecnología y otros recursos necesarios, así como las proyecciones financieras y la justificación de los costos.

El proceso de integración online será esencial para asegurar que todas las estrategias digitales trabajen de manera sincronizada. Se explicará cómo se integran las diferentes plataformas y tácticas para crear una presencia digital coherente y efectiva, maximizando el impacto de las campañas y el alcance de la marca.

Finalmente, se presentarán los métodos para evaluar la efectividad de las campañas de marketing digital. Se abordarán las métricas clave a seguir, los métodos para medir el rendimiento de las campañas, y los procesos para analizar los resultados y realizar ajustes necesarios para optimizar las estrategias y mejorar los resultados a lo largo del tiempo. Este enfoque integral permitirá a "Muebles Ortega" implementar y ajustar sus estrategias de marketing digital de manera efectiva, asegurando el éxito y la sostenibilidad del emprendimiento.

Índice

CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO DIGITAL	19
1.1. Antecedentes.....	19
1.2. Problema.....	22
1.3. Contexto.....	23
1.4. Justificación.....	25
1.5. Objetivos	27
1.5.1. Objetivo General	27
1.5.2. Objetivos Específicos	27
1.6. Impacto.....	28
1.7. Modelo de Negocio Digital: B2B, B2C.....	29
1.8. Detalles del Marketplace B2B:.....	31
1.9. Integración Online y Offline:	32
CAPÍTULO II: PROCESO CREATIVO	33
2.1 Logotipo.....	33
2.2 Isotipo.....	34
2.3 Slogan	36
2.4 Colores Institucionales, Positivo Negativo, Usabilidad, Aplicaciones... ..	37
2.5 Historia de la Marca.....	42
2.6 Quienes somos.....	44
2.7 Core Business	45
2.8 Filosofía empresarial: Misión, Visión, Valores	48
2.9 Propuesta de Valor Digital.....	49
2.10 Segmentación y Micro segmentación.....	52
CAPÍTULO III: PROCESO ESTRATÉGICO ORGANIZACIONAL.....	57
3.1 Análisis del Entorno/ PESTEL	57
3.2 Análisis de la Competencia/ 5 FUERZAS DE PORTER.....	59
3.3 Identificación de Oportunidades	62
3.4 Identificación de Amenazas.....	63
3.5 Análisis Interno de la Empresa/ CADENA DE VALOR	65
3.6 Identificación Fortalezas	67
3.7 Identificación Debilidades	69
3.8 Matriz FODA INICIAL.....	70

CAPÍTULO IV: PROCESO ESTRATÉGICO COMERCIAL.....	72
4.1 Marketing Mix 4Ps	72
4.2. Marca/Producto	74
4.2.1 Estudio de Marca.....	74
4.2.2 Reconocimiento de marca	74
4.2.3 Personalidad de marca	75
4.2.4 Categoría de productos.....	75
4.2.5 Mezcla de productos	75
4.2.6 Matriz de Ansoff.....	76
4.2.7 Matriz de Ciclo de Vida	76
4.2.8 Matriz BCG	77
4.3 Precio.....	78
4.3.1 Cálculo del Margen del portafolio del emprendimiento por categoría... ..	78
4.3.2 Estrategia de fijación de precios por cada producto o servicio	79
4.3.3 Punto de Equilibrio de cada producto o servicio	80
4.3.4 Catálogo de Productos: Características, Beneficios, Precio	80
4.3.5 Budget en unidades	82
4.3.6 Budget en dólares	82
4.4 Plaza o Canales de Comercialización	84
4.4.1 Estructura del canal total.....	84
4.4.2 Estructura del canal digital	85
4.4.3 Nichos de mercado por cada canal y # de potenciales clientes	86
4.5 Promoción.....	89
4.5.1 Plan de Medios: Tradicional y Digital; ATL & BTL.....	89
4.5.2 Promoción de Marca: Top of Mind & Dirección estratégica y Plan de Acción	90
4.5.3 Promociones por Canales: Dirección estratégica y Plan de Acción	91
4.5.4 Promoción Canal Digital:.....	92
4.5.5 Trade Marketing: Merchandising, Impulsación, Vitrinismo.....	95
CAPÍTULO V: PROCESO ESTUDIO DE MERCADO	97
5.1 Investigaciones de Mercado.....	97
5.2. Presentación de resultados gráficos.....	99
5.3. Análisis de Resultados y Estadística Descriptiva	103
5.4. Conclusiones de cada pregunta del estudio.....	105

5.5.	FODA Final	107
5.5.1.	Fortalezas:	107
5.5.2.	Oportunidades:	107
5.5.3.	Debilidades:	107
5.5.4.	Amenazas:	108
5.6.	Selección de variables para el Plan de Negocio Digital	108
5.6.1.	Perfil del consumidor	108
5.6.2.	Gustos, preferencias e intereses.....	109
5.6.3.	Segmento de mercado	109
5.7.	Producto o servicio	110
5.8.	Promoción y Comunicación	111
5.9.	Precios	111
5.10.	Forma de compra en el canal de distribución	112
5.11.	Hábitos de consumo y decisión de compra	112
5.12.	Forma de pago y logística de entrega.....	113
5.13.	Planificación estratégica: Objetivos, Estrategias, Metas, Plan de acción, responsables, presupuesto.	115
CAPÍTULO VI: PROCESO LEGAL, ORGANIZACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE MARKETING DIGITAL Y CONTENIDO		121
6.1.	Normativa del Comercio electrónico en Ecuador y Ley Consumidor	121
6.2.	Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos	121
6.3.	Ley Orgánica de Defensa del Consumidor	122
6.4.	Cumplimiento de la Ley de Comercio Electrónico:.....	124
6.5.	Normativa Tributaria para Tiendas en línea en Ecuador	126
6.6.	Organización del Departamento de Inbound Marketing	128
6.7.	Puestos claves del Departamento.....	134
6.8.	Funciones del Departamento	139
6.9.	Organigrama Orgánico-Funcional	143
6.10.	Implementar campañas con Inbound Marketing: Metodología	144
6.10.1.	Buyer Persona	144
6.10.2.	Buyer´s Journey.....	145
6.10.3.	Sales Process	146
6.11.	Técnica lluvia de ideas para Promociones	148

6.12. Técnica lluvia de ideas para Contenido	150
6.13. Plan de Contenidos	152
Implementación en "Muebles Ortega"	156
6.14. Cronograma de anuncios	157
6.15. Ejemplo de Cronograma de Anuncios Mensual	158
Descripción del Cronograma	160
CAPÍTULO VII: PROCESO TÉCNICO LOGÍSTICO E IMPLEMENTACIÓN DE TODO EL ECOSISTEMA DIGITAL.	163
7.1 Presentación Sitios Web actuales: Sitio web con Wordpress, Landing Page, Perfil del Negocio	163
CAPÍTULO VIII: PROCESO ESTUDIO FINANCIERO E INVERSIÓN.	172
8.1 Gastos de Promoción	172
8.2 Asignación de presupuesto mensual y anual	172
8.3 Plan de Inversión en plataformas digitales	173
8.4 Plan de Inversión en Marketing Tradicional.....	174
8.5 Estrategias Puntuales del Marketing Mix en Fechas Importantes:	174
8.5.1 Producto	174
8.5.2 Precio.....	174
8.5.4 Promoción.....	175
8.6. Campañas pagadas#4 en Redes Sociales por Ads (Meta, Twitter, TikTok, LinkedIn)	175
8.7. Campañas pagadas # 5 en Motores de búsqueda por: GoogleAds 3 y Youtube Ads 2.....	177
8.8. Google Analytics	177
8.9. CRM Hub Spot. Base de datos de Leads que salieron de campañas y están en el Funnel de Ventas	178
CAPÍTULO IX: PROCESO INTEGRACIÓN DE LA TIENDA ONLINE, EVALUACIÓN DE CAMPAÑAS	178
9.1. Resumen de link	179
9.2. ROI DIGITAL: Concepto y Análisis.....	179
9.9.1. Campaña Facebook Business	182
9.9.2. Campaña Google Ads	182
9.9.3. Resultados de las Campañas	182
9.4 Conclusiones.....	184

9.5. Recomendaciones	185
Anexos	187
Anexo 1	187

Índice de Tablas

Tabla 1. Principales Plataformas de Ecommerce de Marketing de Afiliados.....	22
Tabla 2. Matriz FODA.....	70
Tabla 3. Matriz Estrategias FODA.....	71
Tabla 4. Planificación estratégica	115
Tabla 5. Lluvia de ideas para promociones	148
Tabla 6. Lluvia de ideas para contenido	150
Tabla 7. Plan de Contenidos Mensual.....	153
Tabla 8. Cronograma de anuncios	158
Tabla 9. Gastos de Promoción	172
Tabla 10. Asignación de presupuesto mensual y anual.....	172
Tabla 11. Plan de Inversión en plataformas digitales.....	173
Tabla 12. Plan de Inversión en Marketing Tradicional	174
Tabla 13. Producto.....	174
Tabla 14. Precio	175
Tabla 15. Promoción	175
Tabla 16. Campanas en Redes Sociales.....	175
Tabla 17. . Campañas pagadas # 5 en Motores de búsqueda por: GoogleAds 3 y Youtube Ads 2.....	177
Tabla 18. Google Analytics.....	177
Tabla 19. CRM Hub Spot	178
Tabla 20. Campaña Facebook Business	182
Tabla 21. Campanas Google Ads.....	182
Carrera Marketing Digital y Ventas	15

Tabla 22. Resultados de las Campañas 183

Índice de Figuras

Figura 1. Frecuencia de compra de muebles.....	99
Figura 2. Tipo de muebles comprados	100
Figura 3. Satisfacción general con los productos	100
Figura 4. Frecuencia de uso de plataformas digitales.....	101
Figura 5. Importancia de la presencia activa en redes sociales	102
Figura 6. Experiencia de compra en línea	103

Índice de Gráficos

Gráfico 1. Ventas minoristas electrónicas en el mundo	20
Gráfico 2. Aplicaciones de compras en Ecuador	21

CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO DIGITAL

1.1. Antecedentes

Entre 2019 y 2020 se ha multiplicado la cantidad de usuarios que realizan transacciones de tipo online, del 2% al 10%, demostrando el potencial de mercado y oportunidad para marcas no posicionadas en plataformas digitales eficientes. Vale destacar, que dichas transacciones ocurren en base a un proceso desarrollado a través de terminales digitales que van desde las actividades de atracción, conversión, venta y logística.

El usuario digital en Latinoamérica ha evolucionado y se ha adecuado a la digitalización precipitada fruto del confinamiento, volcando el comportamiento a categorías de comunicación, entretenimiento, educación, compras en línea, consumo y producción de contenidos. La audiencia es cada vez más susceptible a las fuentes de contenido de calidad y que les permitan aprender algo productivo y a la vez obtener ganancias para crear negocios innovadores de alto impacto que puedan ser comercializados mediante las diferentes plataformas digitales.

Sin embargo, aun cuando las compras a través de canales online se han masificado, se evidencia una transformación significativa en cuanto a las plataformas de Marketing de afiliados, debido a la disponibilidad de materiales educativos, talleres,

cursos que anteriormente eran pagados, ahora gracias a las ideas innovadoras de los emprendedores digitales son gratuitos, como una estrategia de atracción de nuevos clientes.

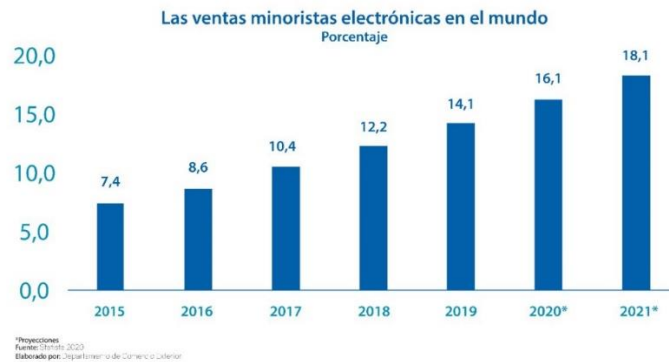


Gráfico 1. Ventas minoristas electrónicas en el mundo

En el gráfico número 1 se muestra el aumento de los usuarios que hacen compras en línea, la curva de ascenso es bastante significativa en comparación con el 2015, esto demuestra que los usuarios prefieren comprar de manera online, desde la comodidad del hogar o de su lugar de trabajo.

En el caso particular de Ecuador, el 33% de usuarios digitales está concentrado en Quito y Guayaquil, el 59% del total son mayores de 24 años (mostrando incremento de menores de 24 años en comparación con informe de enero 2020 que representaba el 63%) y registran el 98% de ingreso e interacción en redes sociales vía dispositivos móviles. Mentinno – Innovation & Lifetime Value Partners, (2020)



Gráfico 2. Aplicaciones de compras en Ecuador

El gráfico número 2 muestra a detalle la gran cantidad de aplicaciones online que utilizan los usuarios de internet para realizar compras. En ella se observa el uso recurrente de esta vía para comprar productos o servicios y además para indagar acerca de cuál de las aplicaciones resulta más confiable al momento de hacer una compra por internet. El incremento en la población ecuatoriana de realizar compras en línea, crea la necesidad de proponer negocios innovadores y confiables usando el marketing de afiliados, como modelo de negocio.

En la tabla número 1 se aprecian las principales plataformas de Marketing de afiliación o también conocidas como: redes de afiliados cuyo objetivo fundamental es la venta a la audiencia digital que el marketer ha desarrollado en redes sociales, páginas Web o blogs.

Tabla 1. Principales Plataformas de Ecommerce de Marketing de Afiliados

Plataformas/Alojadores Digitales	Propuesta de Valor	Segmento	País
Amazon Affiliates	Variedad de productos	Consumo Masivo	USA
CJ Affiliate	Pionero en Mkt Afiliados	Tecnológico	USA
ShareASale	Variedad de productos	Consumo Masivo	USA
Domestika	Comunidad creativa	Emprendedores	ESPAÑA
WordPress	Gestión de contenidos	Comercial y Marketing	USA
Udemy	Aprendizaje en línea	Docentes	USA
Hotmart	Novedosos en cursos educativos on line y ebooks(Infoproductos)	Emprendedores	BRAZIL

FUENTE: Elaboración Propia

1.2. Problema

El problema que se desea abordar es la falta de una presencia efectiva en línea y una estrategia de marketing digital adecuada para "Muebles Ortega", un emprendimiento dedicado al sector de mobiliario y decoración. A pesar de la creciente importancia de la presencia digital en el mercado actual, "Muebles Ortega" carece de una estrategia estructurada para aprovechar las oportunidades que ofrecen Internet y las redes sociales.

El principal desafío radica en la necesidad de aumentar la visibilidad de la marca y llegar a una audiencia más amplia a través de canales digitales. La falta de presencia en línea limita las oportunidades de crecimiento y exposición de la empresa, especialmente en un sector altamente competitivo donde la diferenciación y la conexión con los clientes son cruciales.

Además, la ausencia de una estrategia de gestión integral de redes sociales impide que "Muebles Ortega" aproveche todo el potencial de plataformas como Instagram, Facebook, y otras redes populares, que son vitales para la interacción con clientes potenciales y la promoción de productos.

Otro aspecto del problema es la adaptación limitada a las nuevas tendencias y tecnologías en marketing digital. La falta de actualización y conocimiento en estas áreas impide que la empresa optimice sus esfuerzos de marketing, lo que resulta en una pérdida de oportunidades de crecimiento y expansión.

Por lo tanto, el problema consiste en la necesidad urgente de desarrollar e implementar una estrategia integral de marketing digital y gestión de redes sociales para "Muebles Ortega", con el objetivo de mejorar su visibilidad en línea, ampliar su base de clientes y competir de manera efectiva en el mercado actual. La solución a este problema requiere un enfoque estructurado, adaptativo y basado en las mejores prácticas del marketing digital para asegurar el éxito a largo plazo del emprendimiento.

1.3. Contexto

El contexto en el que se desarrollará el proyecto de implementación de estrategias de marketing digital y gestión integral de redes sociales para "Muebles Ortega" es el entorno empresarial actual, caracterizado por una creciente dependencia de las tecnologías digitales y una competencia cada vez más intensa en el mercado del mobiliario y decoración.

♣ **Crecimiento del Comercio Electrónico:**

"El comercio electrónico en la industria de muebles y decoración ha experimentado un notable crecimiento, reflejando la creciente disposición de los consumidores a realizar compras en línea" (García, 2021, p. 78).

♣ **Importancia de la Experiencia del Cliente:**

"En un mercado saturado, la experiencia del cliente se convierte en un diferenciador clave para las marcas. Las estrategias digitales permiten una experiencia más personalizada y completa" (Martínez & López, 2020, p. 112).

♣ **Competencia en Redes Sociales:**

Las redes sociales como Instagram, Facebook y Pinterest son plataformas clave para la promoción de productos de decoración y muebles. La competencia en estas plataformas es alta, lo que requiere estrategias específicas para destacar entre la multitud y captar la atención del público objetivo.

♣ **Tendencias en Diseño y Decoración:**

Las tendencias en diseño y decoración están influenciadas en gran medida por las redes sociales y los medios digitales. Estar al tanto de estas tendencias y poder capitalizarlas en la estrategia de marketing digital puede ser determinante para el éxito de "Muebles Ortega".

♣ **Necesidad de Innovación y Adaptación:**

El entorno empresarial está en constante evolución. Las empresas que no se adaptan a las nuevas tecnologías y tendencias corren el riesgo de quedarse rezagadas. Es fundamental para "Muebles Ortega" mantenerse innovador y flexible en su enfoque de marketing para permanecer competitivo.

El contexto empresarial actual demanda una presencia digital sólida y estratégica para las empresas de todos los tamaños, incluido "Muebles Ortega". La implementación exitosa de estrategias de marketing digital y gestión de redes sociales permitirá a la empresa capitalizar las oportunidades en línea, mejorar la interacción con los clientes y diferenciarse en un mercado altamente competitivo y dinámico.

1.4. Justificación

La implementación de estrategias de marketing digital y gestión integral de redes sociales para "Muebles Ortega" se justifica por la necesidad de adaptarse al entorno empresarial actual, donde la presencia en línea y el uso efectivo de plataformas digitales son fundamentales para el crecimiento y la supervivencia de las empresas. La falta de una estrategia digital robusta limita la visibilidad de la marca y reduce las oportunidades de llegar a una audiencia más amplia. Con el marketing digital, "Muebles Ortega" podrá mejorar su visibilidad en Internet, interactuar directamente con los clientes y diferenciarse de la competencia a través de mensajes personalizados y atractivos.

Además, implementar estrategias de gestión integral de redes sociales permitirá a "Muebles Ortega" construir relaciones más sólidas con los clientes, ofreciendo un canal directo para recibir comentarios, resolver consultas y promover sus productos de manera efectiva. Esto no solo mejorará la experiencia del cliente, sino que también aumentará la lealtad hacia la marca (Pérez & Gómez, 2021, p. 67).

Por otra parte, la capacidad del marketing digital para generar leads de calidad y aumentar las conversiones en ventas es fundamental para el crecimiento empresarial.

Mediante la optimización del sitio web, el uso de técnicas de SEO (optimización para motores de búsqueda) y la publicidad dirigida en redes sociales, "Muebles Ortega" podrá captar la atención de clientes potenciales interesados en sus productos (Martín, 2020, p. 89).

Adaptarse a las tendencias del mercado y aprovechar las oportunidades que ofrece el entorno digital son elementos cruciales para el éxito empresarial en la actualidad. La implementación de estrategias de marketing digital y redes sociales permitirá a "Muebles Ortega" posicionarse de manera competitiva, optimizar el retorno de la inversión en sus actividades de marketing y asegurar su relevancia en un mercado en constante evolución hacia lo digital. En resumen, la adopción de estas estrategias será esencial para impulsar el crecimiento y la rentabilidad de "Muebles Ortega" en el sector de mobiliario y decoración.

Además, en un mercado competitivo como el de muebles y decoración, es esencial mantenerse actualizado con las últimas tendencias y tecnologías. El marketing digital ofrece la flexibilidad necesaria para adaptarse rápidamente a los cambios en el comportamiento del consumidor y las tendencias del mercado. Esto permitirá a "Muebles Ortega" mantenerse relevante y a la vanguardia, asegurando su competitividad y capacidad para capitalizar nuevas oportunidades a medida que surjan.

La implementación de estrategias de marketing digital y redes sociales para "Muebles Ortega" contribuirá a fortalecer la marca y a construir una reputación sólida en línea. Una presencia digital bien gestionada y coherente con los valores de la empresa aumentará la confianza de los clientes y mejorará la percepción de la marca en el mercado. Esto se traducirá en una mayor fidelidad de los clientes existentes y en la

atracción de nuevos clientes interesados en los productos y servicios ofrecidos por "Muebles Ortega".

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

- ♣ Implementar estrategias de marketing digital y gestión integral de redes sociales para "Muebles Ortega" con el fin de mejorar su visibilidad en línea, aumentar las ventas y fortalecer la presencia de la marca en el mercado de mobiliario y decoración.

1.5.2. Objetivos Específicos

- ♣ Desarrollar un plan de marketing digital detallado que incluya objetivos claros, tácticas específicas y calendario de implementación, adaptado a las necesidades y características de "Muebles Ortega".
- ♣ Optimizar la presencia en redes sociales de "Muebles Ortega" mediante la creación de perfiles profesionales en plataformas relevantes (como Instagram, Facebook, y LinkedIn), y desarrollar contenido atractivo y relevante para la audiencia objetivo.
- ♣ Implementar estrategias de generación de leads y conversiones a través del sitio web de "Muebles Ortega", utilizando técnicas de marketing de contenidos y campañas de publicidad en línea para captar y convertir clientes potenciales en ventas reales.

1.6. Impacto

♣ Social:

Mejora en la interacción y comunicación con clientes, fortaleciendo las relaciones y generando confianza.

♣ Económico:

Incremento en las ventas y generación de nuevas oportunidades comerciales.

♣ Técnico:

Actualización y mejora de habilidades digitales y técnicas del equipo de "Muebles Ortega".

Beneficiarios Directos:

♣ Equipo de "Muebles Ortega":

Aprenderá nuevas habilidades digitales y gestionará una presencia en línea efectiva.

♣ Clientes actuales y potenciales:

Disfrutarán de una mejor experiencia de usuario y acceso a información relevante sobre productos y servicios.

Beneficiarios Indirectos:

♣ Proveedores y socios comerciales:

Podrán beneficiarse del aumento en las ventas y la visibilidad de "Muebles Ortega".

♣ Comunidad local:

Mayor reconocimiento de una empresa local y potencial creación de empleo.

1.7. Modelo de Negocio Digital: B2B, B2C

Detalles del Comercio Electrónico B2C:

1. Plataforma de Comercio Electrónico:

♣ Descripción:

- "Muebles Ortega" desarrollará una plataforma de comercio electrónico robusta y fácil de usar, diseñada específicamente para la venta directa al consumidor final.

♣ Características Clave:

- Catálogo de productos completo y actualizado con descripciones detalladas y fotos de alta calidad.
- Funcionalidades de búsqueda avanzada y filtros para facilitar la navegación y la selección de productos.

- Proceso de compra intuitivo con opciones de pago seguro y diversas modalidades de entrega (a domicilio, retiro en tienda, envío express).
- Integración con herramientas de marketing digital para promociones, recomendaciones personalizadas y seguimiento de conversiones.

2. Experiencia del Cliente:

♣ Personalización:

Ofrecer recomendaciones personalizadas basadas en el historial de navegación y compras.

♣ Atención al Cliente:

Chat en línea, soporte telefónico y respuesta rápida a consultas y reclamaciones.

♣ Programas de Fidelización:

Implementar un programa de fidelización para premiar a los clientes recurrentes y promover la repetición de compras.

♣ Marketing Digital y Campañas Digitales:

Estrategias de SEO y redes sociales para aumentar la visibilidad y atraer tráfico cualificado.

♣ Contenido Visual Atractivo:

Uso de fotografías y videos de alta calidad para destacar los productos y generar interés.

1.8. Detalles del Marketplace B2B:

2. Registro de Profesionales:

♣ Proceso de Validación:

Verificación de la identidad y la actividad profesional de los registrados para garantizar la calidad de los usuarios del marketplace.

♣ Ofertas Especiales:

Descuentos escalonados por volumen de compra y acceso a productos exclusivos.

♣ Gestión de Proyectos:

♣ Herramientas de Gestión:

Funcionalidades avanzadas para gestionar proyectos de diseño y decoración, incluyendo gestión de presupuestos y pedidos.

♣ Asesoramiento Profesional:

Soporte técnico y asesoramiento especializado para ayudar a los profesionales en sus proyectos.

♣ Entrega y Logística:

Coordinación eficiente de entregas y logística para proyectos de gran escala.

1.9. Integración Online y Offline:

♣ **Experiencia Omnicanal:**

Reserva de Productos: Opción de reservar productos en línea para probarlos en la tienda física.

♣ **Recogida en Tienda:**

Facilidades para recoger productos comprados en línea en la tienda física más cercana.

♣ **Eventos y Promociones:**

- Promociones Exclusivas
- Organización de eventos y promociones especiales tanto en línea como en las tiendas físicas para atraer y fidelizar clientes.

Este modelo de negocio digital B2B y B2C permitirá a "Muebles Ortega" maximizar su alcance y oportunidades de negocio, proporcionando experiencias personalizadas y adaptadas a las necesidades específicas de los consumidores finales y profesionales del sector. La combinación de estrategias digitales y presencia física potenciará el crecimiento y la rentabilidad de la empresa en el competitivo mercado de muebles y decoración.

CAPÍTULO II: PROCESO CREATIVO

2.1 Logotipo



El logotipo ha sido un elemento fundamental en la estrategia de marketing digital y la gestión integral de redes sociales de "Muebles Ortega". Es la cara visible de la marca y juega un papel crucial en la creación de una identidad visual sólida que permite a la empresa destacarse en un mercado competitivo.

El logotipo de "Muebles Ortega" incluye un símbolo distintivo que represente la esencia de la empresa, como un ícono relacionado con el mobiliario, que sea fácilmente reconocible y memorable para el público.

La elección de la tipografía ha sido importante para transmitir la personalidad de la marca con una tipografía clara, moderna y elegante, que refleja la calidad y el estilo de los productos ofrecidos. Los colores del logotipo son coherentes con la identidad visual de la marca, sugiriéndose una paleta que evoque confianza, elegancia y modernidad, como tonos neutros combinados con acentos vibrantes para atraer la atención y transmitir profesionalismo. Incluir un eslogan corto y memorable

puede reforzar la identidad de la marca, destacando el compromiso de "Muebles Ortega" con la calidad y el diseño.

Permitiendo aumentar el reconocimiento de la marca. Cuando los clientes ven el logotipo de "Muebles Ortega" en las redes sociales, en su sitio web o en otros canales digitales, deben poder identificar inmediatamente la marca. La consistencia en el uso del logotipo en todas las plataformas digitales asegura una identidad de marca coherente, abarcando desde perfiles de redes sociales hasta anuncios en línea. Un logotipo atractivo y profesional capta la atención de los usuarios y fomenta la interacción, especialmente en plataformas visuales como Instagram, Facebook y Pinterest, donde un buen logotipo puede atraer a clientes potenciales a explorar más sobre "Muebles Ortega". En un mercado saturado, un logotipo distintivo y bien diseñado diferencia a "Muebles Ortega" de sus competidores, ayudando a que la marca se destaque y se posicione en la mente de los consumidores como una opción preferida. El logotipo de "Muebles Ortega" es más que un simple gráfico; es una herramienta estratégica que, cuando se utiliza de manera efectiva, contribuye significativamente al éxito de la estrategia de marketing digital y a la gestión integral de redes sociales de la empresa.

2.2 Isotipo

El isotipo es una parte esencial del logotipo de "Muebles Ortega" y desempeña un papel crucial en la estrategia de marketing digital y la gestión integral de redes sociales. A diferencia del logotipo completo, que puede incluir texto y un

símbolo, el isotipo se centra en un ícono o símbolo visual que representa a la marca de manera simplificada y compacta. Este símbolo debe ser lo suficientemente distintivo y memorable para que los clientes asocien inmediatamente el isotipo con "Muebles Ortega", incluso en ausencia del nombre completo de la empresa.

Para "Muebles Ortega", el isotipo ideal podría ser un ícono relacionado con el mobiliario, como una silueta de una silla, una mesa o un mueble estilizado. Este diseño debe ser simple pero significativo, permitiendo que sea fácilmente reconocible en diferentes tamaños y aplicaciones. La simplicidad del isotipo asegura que mantenga su claridad y legibilidad cuando se reduzca para su uso en avatares de redes sociales, íconos de aplicaciones móviles y favicons en sitios web.

El isotipo también debe estar alineado con la identidad visual general de la marca, utilizando colores y estilos que sean coherentes con el logotipo completo.

Además, la versatilidad del isotipo es crucial. Debe funcionar bien tanto en aplicaciones digitales como impresas, desde el encabezado de un sitio web hasta el empaque de productos y material publicitario. En el contexto de redes sociales, un isotipo fuerte y reconocible puede mejorar la presencia de la marca y facilitar la creación de una identidad visual consistente en diferentes plataformas.

El isotipo de "Muebles Ortega" es una herramienta visual poderosa que, cuando se diseña y utiliza adecuadamente, puede aumentar significativamente el reconocimiento de la marca y apoyar la estrategia de marketing digital. Representa una forma simplificada y estilizada de la identidad de la marca, diseñada para ser memorable, versátil y coherente con la imagen general de "Muebles Ortega".

2.3 Slogan

El eslogan tiene el poder de encapsular la esencia de la marca en una frase corta y memorable, ayudando a comunicar rápidamente los valores y la promesa de la empresa a los clientes potenciales. Para "Muebles Ortega", el eslogan debe reflejar su compromiso con la calidad, el diseño y la satisfacción del cliente, elementos que diferencian a la empresa en un mercado competitivo.

Eslogan Propuesto: "Calidad y Estilo en Cada Espacio"

Representación del Eslogan:

♣ **Calidad:**

Este término subraya el compromiso de "Muebles Ortega" con ofrecer productos de alta calidad. Cada mueble que la empresa fabrica o vende pasa por estrictos controles de calidad para asegurar su durabilidad y excelencia. Al destacar la calidad en el eslogan, la empresa asegura a los clientes que sus productos no solo son estéticamente atractivos sino también confiables y de larga duración.

♣ **Estilo:**

"Estilo" representa el diseño y la estética de los productos de "Muebles Ortega". La empresa se enfoca en ofrecer muebles que no solo sean funcionales sino también elegantes y modernos, capaces de mejorar cualquier espacio. Este enfoque en el estilo atrae a clientes que buscan decorar sus hogares o lugares de trabajo con piezas que reflejen las últimas tendencias en diseño.

♣ **Cada Espacio:**

La frase "en Cada Espacio" comunica la versatilidad y adaptabilidad de los muebles de "Muebles Ortega". La empresa ofrece una amplia gama de productos que se ajustan a diferentes ambientes, desde hogares hasta oficinas y otros espacios comerciales. Esta parte del eslogan resalta la capacidad de la empresa para satisfacer diversas necesidades y preferencias, asegurando que siempre habrá una solución de "Muebles Ortega" para cualquier tipo de espacio.

En conjunto, el eslogan "Calidad y Estilo en Cada Espacio" transmite de manera efectiva la propuesta de valor de "Muebles Ortega". Refleja el compromiso de la empresa con la excelencia y la satisfacción del cliente, y refuerza su posición como una marca que ofrece productos superiores que combinan funcionalidad, diseño y durabilidad para cualquier entorno.

2.4 Colores Institucionales, Positivo Negativo, Usabilidad, Aplicaciones

Los colores institucionales son una parte fundamental de la identidad visual de "Muebles Ortega". Estos colores deben transmitir los valores de la marca y ser coherentes en todas las aplicaciones para asegurar una imagen unificada y profesional.

♣ **Color Principal:**



Blanco casi puro: #fffefd significado más universal, porque en la cultura oriental y occidental se relaciona con calma, pureza y paz. Además, para el marketing tiene que ver con juventud, elegancia y modernidad. de "Muebles Ortega".

♣ **Color Secundario:**

Marrón oscuro con tonos rojizos: #754326 Es un color que habla de raíces, de lo antiguo y lo duradero. En una obra, podría representar estabilidad calidez y lo firme, evocando sensaciones de seguridad y confort.

Beige cálido: #a38e7f Este es un tono neutro y suave, que aporta equilibrio y serenidad. Es lo que cada persona busca al comprar un mueble.

Beige claro: #e0d0c3 Este color es un tono que puede simbolizar la ternura, la calma y una especie de dulzura en la simplicidad. Es lo, que queremos inspirara en nuestros muebles.

♣ **Color de Acento:**

Marrón medio con matices grisáceos: #6b503d Este color tiene un tono más suave, que puede expresar, calma y una sensación de historia. Es un color que sugiere lo acogedor y lo familiar.

Positivo y Negativo

♣ **Positivo:**

Utilización del logotipo y elementos gráficos en su forma principal, con el Blanco casi puro como color predominante, complementado por el beige cálido y detalles en beige claro. Esta combinación se usa sobre fondos claros para asegurar una buena visibilidad y un impacto visual fuerte.

♣ **Negativo:**

Versión del logotipo y elementos gráficos invertida, utilizando blanco como color predominante sobre marrón medio con matices grisáceos. Esta versión es útil para aplicaciones en fondos oscuros donde la versión positiva del logotipo no sería visible.

♣ **Usabilidad**

La elección de colores debe tener en cuenta la accesibilidad y la legibilidad en todas las plataformas y materiales.

1. Azul Marino (#2C3E50): Utilizado principalmente para textos importantes, encabezados y fondos oscuros en los que se requiera un contraste fuerte.

2. Gris Claro (#BDC3C7): Usado en fondos, textos secundarios y áreas donde se necesite un color neutral que no compita con los elementos principales.
3. Verde Lima (#27AE60): Aplicado en botones de llamada a la acción, enlaces y elementos gráficos destacados para captar la atención de manera efectiva.

♣ **Aplicaciones**

Los colores institucionales deben aplicarse de manera coherente en todas las plataformas y materiales de marketing para asegurar una identidad de marca cohesiva.

Sitio Web:

- ♣ **Cabecera y pie de página:** Azul marino con texto y elementos en gris claro y verde lima.
- ♣ **Botones y enlaces:** Verde lima para destacar las llamadas a la acción.
- ♣ **Fondo:** Gris claro para mantener un aspecto limpio y moderno.

Redes Sociales:

- ♣ **Imágenes de perfil y portada:** Utilizar el logotipo en su versión positiva o negativa según el fondo.
- ♣ **Publicaciones:** Integrar los colores institucionales en gráficos, textos y marcos para mantener la coherencia visual.

Materiales Impresos:

- ♣ **Tarjetas de presentación:** Fondo azul marino con texto en blanco y detalles en verde lima.

- ♣ **Folletos y catálogos:** Utilizar la combinación de los tres colores para estructurar la información y destacar productos clave.

Publicidad:

- ♣ **Anuncios en línea y banners:** Emplear azul marino y verde lima para atraer la atención, con textos en gris claro para mantener la legibilidad.

La elección de azul marino, gris claro y verde lima como colores institucionales de "Muebles Ortega" no solo aporta una imagen moderna y profesional, sino que también asegura la coherencia visual y la efectividad de la marca en diferentes aplicaciones y contextos.

2.5 Historia de la Marca

"Muebles Ortega" tiene una rica y sólida trayectoria que refleja su dedicación a la calidad, el diseño y la satisfacción del cliente. Fundada hace más de tres décadas por Don Ricardo Ortega, la empresa comenzó como un pequeño taller familiar en una ciudad mediana, dedicada a la fabricación artesanal de muebles. Desde sus inicios, Don Ricardo tenía una visión clara: crear muebles que combinaran funcionalidad, durabilidad y estética, utilizando materiales de la más alta calidad.

En los primeros años, "Muebles Ortega" se distinguió por su atención meticulosa al detalle y por satisfacer las necesidades específicas de sus clientes locales. La boca a boca se convirtió en su principal herramienta de marketing, ya que la satisfacción de sus primeros clientes trajo consigo un flujo constante de nuevos pedidos y recomendaciones. La empresa no tardó en ganar una reputación sólida en la comunidad local por la excelencia de sus productos y su servicio al cliente personalizado.

Con el tiempo, "Muebles Ortega" comenzó a expandirse. La incorporación de nuevos diseños y técnicas modernas permitió a la empresa ampliar su catálogo de

productos, atrayendo a una clientela más amplia. A medida que crecía la demanda, Don Ricardo decidió modernizar el taller, integrando maquinaria avanzada que aumentó la capacidad de producción sin sacrificar la calidad artesanal que caracterizaba a sus muebles.

La década de los 2000 marcó un punto de inflexión para "Muebles Ortega". La empresa empezó a explorar mercados más allá de su localidad, participando en ferias de muebles y exposiciones a nivel nacional. Este esfuerzo de expansión llevó a la marca a establecer puntos de venta en varias ciudades importantes del país, consolidando su presencia en el mercado nacional.

Con la llegada de la era digital, "Muebles Ortega" reconoció la necesidad de adaptarse a las nuevas tendencias del comercio y el marketing. La empresa lanzó su tienda en línea y comenzó a invertir en estrategias de marketing digital y gestión de redes sociales. Este cambio no solo aumentó su visibilidad, sino que también le permitió interactuar directamente con una audiencia más amplia, incluyendo clientes internacionales.

Hoy en día, "Muebles Ortega" sigue siendo una empresa familiar, ahora dirigida por la segunda generación de la familia Ortega, quienes mantienen viva la visión y los valores fundacionales de Don Ricardo. La combinación de tradición y modernidad ha permitido a "Muebles Ortega" mantenerse a la vanguardia del diseño de muebles, ofreciendo productos que no solo cumplen con los estándares más altos de calidad y diseño, sino que también responden a las necesidades y preferencias cambiantes de los consumidores.

La historia de "Muebles Ortega" es una historia de crecimiento, innovación y compromiso con la excelencia. Desde un humilde taller artesanal hasta convertirse en una marca reconocida a nivel nacional, la empresa ha demostrado que la pasión por el trabajo bien hecho y la capacidad de adaptación son clave para el éxito y la longevidad en el competitivo mundo del diseño y la fabricación de muebles.

2.6 Quienes somos

"Muebles Ortega" es una empresa familiar con más de tres décadas de experiencia en el diseño y fabricación de muebles de alta calidad. Fundada por Don Ricardo Ortega, la compañía se ha mantenido fiel a su visión original de crear muebles que combinen funcionalidad, durabilidad y estética. A lo largo de los años, ha evolucionado desde un pequeño taller artesanal a una marca reconocida a nivel nacional, siempre guiada por su compromiso con la excelencia y la satisfacción del cliente.

En "Muebles Ortega", creen que cada mueble cuenta una historia y debe ser un reflejo de la personalidad y el estilo de vida de sus clientes. Por ello, trabajan con materiales de la más alta calidad y emplean técnicas tanto tradicionales como modernas para asegurar que cada pieza que sale de su taller cumpla con los más altos estándares de diseño y durabilidad.

La empresa se caracteriza por la atención meticulosa al detalle y un enfoque personalizado en el servicio al cliente. Entienden que cada cliente es único y, por lo tanto, se esfuerzan por ofrecer soluciones que se adapten a sus necesidades específicas. Su equipo de diseñadores y artesanos está siempre dispuesto a colaborar estrechamente con los clientes para crear muebles que no solo sean

funcionales y estéticamente agradables, sino que también se integren perfectamente en sus espacios.

La segunda generación de la familia Ortega, que ahora lidera la empresa, ha sabido mantener viva la tradición y los valores que han definido a "Muebles Ortega" desde sus inicios, mientras que también ha incorporado innovaciones y se ha adaptado a las tendencias actuales del mercado. Esto incluye una fuerte presencia en línea y estrategias de marketing digital, que les permiten llegar a una audiencia más amplia y mantener una comunicación directa y constante con sus clientes.

En "Muebles Ortega", su misión es transformar los espacios de sus clientes con muebles que inspiren y mejoren su calidad de vida. Se enorgullecen de ser una empresa que valora la tradición, la innovación y, sobre todo, a sus clientes. Cada mueble que fabrican es un testimonio de su dedicación y pasión por el arte del mobiliario.

"Muebles Ortega" está aquí para ofrecer calidad y estilo en cada espacio.

2.7 Core Business

El core business de "Muebles Ortega" se centra en el diseño, fabricación y comercialización de muebles de alta calidad que combinan funcionalidad, durabilidad y estética. La empresa se especializa en ofrecer soluciones de mobiliario que satisfacen las necesidades de una amplia gama de clientes, desde hogares hasta espacios comerciales y corporativos.

♣ Diseño y Personalización

Uno de los pilares fundamentales de "Muebles Ortega" es su capacidad para diseñar muebles que no solo son visualmente atractivos sino también

altamente funcionales. El equipo de diseñadores trabaja en estrecha colaboración con los clientes para entender sus necesidades específicas y crear piezas únicas que se integren perfectamente en sus espacios. Este enfoque personalizado permite a la empresa ofrecer soluciones a medida que reflejan el estilo y las preferencias individuales de cada cliente.

♣ **Fabricación Artesanal y Tecnología**

"Muebles Ortega" combina técnicas artesanales tradicionales con tecnologías modernas de fabricación para asegurar que cada mueble cumpla con los más altos estándares de calidad. La atención al detalle y el uso de materiales de primera calidad garantizan la durabilidad y el acabado impecable de cada pieza. Esta combinación de tradición y tecnología permite a la empresa mantener su compromiso con la excelencia mientras mejora la eficiencia y capacidad de producción.

♣ **Comercialización y Distribución**

La comercialización de los productos de "Muebles Ortega" se realiza a través de diversos canales, incluyendo tiendas físicas, una tienda en línea y puntos de venta en ferias y exposiciones. La empresa ha desarrollado una estrategia de distribución que le permite llegar a clientes en todo el país y, potencialmente, a nivel internacional. Además, la fuerte presencia en línea y las estrategias de marketing digital permiten a "Muebles Ortega" interactuar directamente con una audiencia más amplia y diversificada.

♣ **Servicio al Cliente**

El servicio al cliente es un componente clave del core business de "Muebles Ortega". La empresa se esfuerza por ofrecer una experiencia de compra excepcional desde el primer contacto hasta la entrega final del producto. Esto incluye asesoramiento personalizado, seguimiento de pedidos y un servicio postventa que asegura la satisfacción del cliente. La dedicación a la excelencia en el servicio es lo que ha permitido a "Muebles Ortega" construir una base de clientes leales y satisfechos.

♣ **Innovación y Tendencias**

"Muebles Ortega" se mantiene a la vanguardia del diseño de muebles al estar constantemente al tanto de las últimas tendencias del mercado y las innovaciones en materiales y técnicas de fabricación. La empresa invierte en investigación y desarrollo para crear productos que no solo respondan a las necesidades actuales del mercado, sino que también anticipen las futuras demandas de los clientes. Esta capacidad para innovar es un factor diferenciador clave que permite a "Muebles Ortega" mantenerse competitiva y relevante en un mercado en constante evolución.

El core business de "Muebles Ortega" se basa en la creación de muebles de alta calidad, personalizados y diseñados para mejorar los espacios de sus clientes. La combinación de diseño innovador, fabricación de calidad, comercialización efectiva y un excelente servicio al cliente es lo que define y distingue a "Muebles Ortega" en el mercado de muebles.

2.8 Filosofía empresarial: Misión, Visión, Valores

Misión:

La misión de "Muebles Ortega" es diseñar y fabricar muebles de alta calidad que combinan funcionalidad, durabilidad y estética, mejorando así los espacios y la calidad de vida de sus clientes. La empresa se dedica a ofrecer soluciones personalizadas y a medida, manteniendo un firme compromiso con la excelencia en el diseño, la fabricación y el servicio al cliente.

Visión:

La visión de "Muebles Ortega" es convertirse en un referente nacional e internacional en la industria del mobiliario, reconocida por su innovación, calidad y diseño distintivo. La empresa aspira a expandir su presencia en nuevos mercados y a liderar el sector mediante la incorporación constante de tecnologías avanzadas y el seguimiento de las últimas tendencias en diseño de interiores.

Valores:

- ♣ Calidad: En "Muebles Ortega", la calidad es una prioridad. Cada mueble es fabricado con materiales de primera clase y sometido a rigurosos controles de calidad para asegurar su durabilidad y resistencia.
- ♣ Innovación: La empresa se compromete a mantenerse a la vanguardia del diseño de muebles, incorporando tecnologías modernas y explorando nuevas tendencias para ofrecer productos innovadores y contemporáneos.
- ♣ Personalización: Reconociendo que cada cliente es único, "Muebles Ortega" se enfoca en ofrecer soluciones a medida que reflejen las necesidades y gustos individuales, garantizando satisfacción y exclusividad en cada proyecto.

- ♣ Compromiso: La dedicación al cliente es fundamental. "Muebles Ortega" se esfuerza por proporcionar un servicio excepcional, desde el diseño hasta la entrega, asegurando una experiencia de compra positiva y satisfactoria.
- ♣ Sostenibilidad: La empresa valora la responsabilidad ambiental y se compromete a prácticas sostenibles en sus procesos de fabricación, utilizando materiales eco-amigables y minimizando el impacto ambiental.
- ♣ Trabajo en Equipo: El éxito de "Muebles Ortega" se basa en la colaboración y el esfuerzo conjunto de su equipo. Fomentan un ambiente de trabajo positivo y apoyan el desarrollo profesional y personal de sus empleados.
- ♣ Integridad: La honestidad y la ética son pilares fundamentales. "Muebles Ortega" se compromete a actuar con transparencia y responsabilidad en todas sus relaciones comerciales y con la comunidad.

La filosofía empresarial de "Muebles Ortega" está orientada a ofrecer productos de alta calidad y diseño innovador, apoyada en una fuerte ética de trabajo y compromiso con la satisfacción del cliente y la sostenibilidad. Estos principios guían todas sus acciones y decisiones, asegurando un crecimiento sostenible y una reputación de excelencia en el mercado del mobiliario.

2.9 Propuesta de Valor Digital.

La propuesta de valor digital de "Muebles Ortega" se centra en la creación de una experiencia de usuario excepcional a través de la integración de tecnologías avanzadas y estrategias de marketing digital que permiten a la empresa destacar en un mercado altamente competitivo. A continuación, se detallan los principales componentes de esta propuesta de valor:

Experiencia de Usuario Optimizada

1. **Plataforma de Comercio Electrónico Intuitiva:** "Muebles Ortega" ofrece una tienda en línea fácil de navegar, con una interfaz de usuario intuitiva y amigable. La plataforma permite a los clientes explorar el catálogo de productos de manera eficiente, con filtros avanzados que facilitan la búsqueda de muebles específicos según categoría, estilo, material y precio.
2. **Visualización de Productos:** La página web incluye imágenes de alta calidad y vistas en 360 grados de los productos, proporcionando a los clientes una experiencia visual detallada y realista. Además, se ofrecen descripciones completas y especificaciones técnicas para ayudar a los clientes a tomar decisiones informadas.
3. **Personalización en Línea:** Los clientes pueden personalizar sus muebles directamente desde la web, seleccionando materiales, colores y dimensiones según sus preferencias. Esta funcionalidad interactiva asegura que cada pieza se ajuste perfectamente a las necesidades y gustos individuales de los clientes.

Servicio al Cliente y Soporte Digital

1. **Asesoramiento Virtual:** "Muebles Ortega" ofrece un servicio de asesoramiento virtual mediante chat en vivo y videollamadas, donde los clientes pueden consultar con expertos en diseño de interiores y recibir recomendaciones personalizadas.
2. **Seguimiento de Pedidos:** La plataforma permite a los clientes rastrear el estado de sus pedidos en tiempo real, desde la fabricación hasta la entrega, proporcionando transparencia y tranquilidad durante todo el proceso de compra.
3. **Contenido Educativo y de Inspiración:** El sitio web y las redes sociales de "Muebles Ortega" están llenos de contenido útil, incluyendo blogs, tutoriales y vídeos que

ofrecen consejos de decoración, tendencias de diseño y guías de mantenimiento de muebles. Este contenido no solo educa a los clientes, sino que también inspira ideas para la decoración de sus espacios.

Estrategias de Marketing Digital

1. **Presencia en Redes Sociales:** "Muebles Ortega" mantiene una presencia activa en las principales redes sociales (Instagram, Facebook, Pinterest), compartiendo regularmente contenido visual atractiva, promociones exclusivas y novedades de productos. La interacción constante con los seguidores ayuda a construir una comunidad leal y comprometida.
2. **Campañas de Email Marketing:** La empresa utiliza campañas de email marketing segmentadas para mantener a los clientes informados sobre ofertas especiales, nuevos lanzamientos y eventos. Estos correos electrónicos están diseñados para ser visualmente atractivos y relevantes, aumentando la tasa de conversión y fidelización de clientes.
3. **Optimización para Motores de Búsqueda (SEO):** "Muebles Ortega" invierte en estrategias de SEO para mejorar la visibilidad de su sitio web en los resultados de búsqueda. Esto incluye la creación de contenido relevante, el uso de palabras clave adecuadas y la optimización técnica del sitio para garantizar un alto ranking en los motores de búsqueda.
4. **Publicidad en Línea:** La empresa utiliza publicidad en línea, incluyendo anuncios en Google y redes sociales, para atraer tráfico a su sitio web y aumentar las ventas. Las campañas están dirigidas y segmentadas para alcanzar a los clientes potenciales más relevantes y maximizar el retorno de inversión.

La propuesta de valor digital de "Muebles Ortega" se basa en ofrecer una experiencia de usuario excepcional, un servicio al cliente sobresaliente y estrategias de marketing digital efectivas. Al integrar tecnología avanzada y un enfoque centrado en el cliente, "Muebles Ortega" no solo mejora la satisfacción del cliente, sino que también fortalece su posición en el mercado digital.

2.10 Segmentación y Micro segmentación

La segmentación y microsegmentación de mercado permiten a "Muebles Ortega" identificar y dirigirse de manera efectiva a grupos específicos de clientes con necesidades y preferencias particulares. A través de un análisis detallado de su base de clientes y el uso de herramientas digitales avanzadas, la empresa puede personalizar sus estrategias de marketing y ofertas de productos para maximizar la relevancia y el impacto.

Segmentación

1. Segmentación Demográfica:

- ♣ Edad: Clientes de entre 25 y 55 años, que comprenden tanto jóvenes profesionales como familias establecidas que buscan decorar sus hogares con muebles de calidad.
- ♣ Género: Tanto hombres como mujeres, con estrategias de marketing diferenciadas según las preferencias y comportamientos de compra.
- ♣ Ingresos: Clientes de ingresos medios a altos, que valoran la calidad y están dispuestos a invertir en muebles duraderos y de diseño.

2. Segmentación Geográfica:

- ♣ Localización: Principalmente en áreas urbanas y suburbanas, donde hay una mayor demanda de muebles modernos y de alta calidad.
- ♣ Región: Expansión nacional con puntos de venta en varias ciudades importantes del país, y presencia en línea que permite atender a clientes en todo el territorio.

3. Segmentación Psicográfica:

- ♣ Estilo de Vida: Personas con un estilo de vida moderno que valoran la estética, la funcionalidad y la calidad en el mobiliario.
- ♣ Personalidad: Clientes que aprecian el diseño innovador y personalizado, y buscan productos que reflejen su individualidad y buen gusto.
- ♣ Valores: Consumidores que valoran la sostenibilidad y la responsabilidad social, buscando productos que sean eco-amigables y fabricados con prácticas sostenibles.

4. Segmentación Conductual:

- ♣ Comportamiento de Compra: Clientes recurrentes que realizan compras de muebles para diferentes espacios de su hogar o lugar de trabajo, así como nuevos clientes atraídos por promociones y recomendaciones.
- ♣ Lealtad a la Marca: Clientes leales que han tenido experiencias positivas previas y confían en la calidad y el servicio de "Muebles Ortega".
- ♣ Ocasiones de Compra: Clientes que compran en ocasiones específicas como renovaciones de hogar, mudanzas, o eventos especiales como bodas y aniversarios.

Microsegmentación

La microsegmentación permite a "Muebles Ortega" profundizar en las características específicas de sus segmentos de mercado, utilizando datos más detallados para crear perfiles altamente personalizados y dirigir campañas de marketing más precisas.

1. Jóvenes Profesionales Urbanos:

- ♣ Edad: 25-35 años
- ♣ Ingresos: Medios a altos
- ♣ Intereses: Diseño moderno, funcionalidad, tecnología integrada en el hogar
- ♣ Comportamiento: Prefieren comprar en línea, valoran las recomendaciones de influencers y las reseñas de productos
- ♣ Mensaje Clave: "Transforma tu espacio de trabajo en casa con muebles que combinan estilo y funcionalidad."

2. Familias Establecidas:

- ♣ Edad: 35-55 años
- ♣ Ingresos: Medios a altos
- ♣ Intereses: Durabilidad, seguridad para niños, estética armoniosa
- ♣ Comportamiento: Compran en tiendas físicas y en línea, buscan muebles que crezcan con la familia
- ♣ Mensaje Clave: "Crea un hogar acogedor y seguro para toda la familia con nuestros muebles duraderos y elegantes."

3. Amantes del Diseño y la Personalización:

- ♣ Edad: 30-50 años
- ♣ Ingresos: Altos
- ♣ Intereses: Personalización, piezas únicas, diseño exclusivo
- ♣ Comportamiento: Participan en ferias de diseño, siguen tendencias de decoración, buscan asesoramiento personalizado
- ♣ Mensaje Clave: "Descubre piezas únicas que reflejan tu estilo personal y añaden carácter a tu hogar."

4. Clientes Corporativos:

- ♣ Sector: Oficinas, hoteles, restaurantes
- ♣ Intereses: Funcionalidad, durabilidad, diseño profesional
- ♣ Comportamiento: Compran en grandes volúmenes, buscan soluciones llave en mano, valoran la eficiencia en la entrega y la instalación
- ♣ Mensaje Clave: "Equipa tus espacios profesionales con muebles que combinan funcionalidad y estilo, diseñados para impresionar."

Implementación de la Segmentación y Microsegmentación

Para implementar efectivamente la segmentación y microsegmentación, "Muebles Ortega" utiliza herramientas de análisis de datos y CRM (Customer Relationship Management). Estas herramientas permiten recopilar y analizar datos detallados de los clientes, identificando patrones de comportamiento y preferencias que informan las estrategias de marketing y ventas.

Además, la empresa puede utilizar campañas de marketing digital personalizadas, dirigidas específicamente a cada microsegmento a través de canales como redes

sociales, correo electrónico y publicidad en línea. La personalización de mensajes y ofertas asegura que los clientes reciban contenido relevante y atractivo, aumentando la probabilidad de conversión y fidelización.

La segmentación y microsegmentación de "Muebles Ortega" permiten a la empresa entender mejor a sus clientes y dirigir sus esfuerzos de manera más efectiva. Al ofrecer productos y servicios que satisfacen las necesidades específicas de cada segmento, "Muebles Ortega" puede mejorar la satisfacción del cliente y fortalecer su posición en el mercado.

CAPÍTULO III: PROCESO ESTRATÉGICO ORGANIZACIONAL

3.1 Análisis del Entorno/ PESTEL

El análisis PESTEL (Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico y Legal) es una herramienta fundamental para entender el entorno en el cual "Muebles Ortega" opera. A continuación, se presenta un análisis detallado de cada uno de estos factores y cómo influyen en la empresa:

Político:

- ♣ Regulaciones y políticas gubernamentales: Las políticas de importación y exportación pueden afectar la adquisición de materiales y la expansión en mercados internacionales.
- ♣ Estabilidad política: Una estabilidad política en el país puede fomentar la inversión y el crecimiento económico, beneficiando a "Muebles Ortega".

Económico:

- ♣ Crecimiento económico: Un crecimiento económico sostenido incrementa el poder adquisitivo de los consumidores, lo que puede traducirse en mayores ventas de muebles.
- ♣ Inflación y tasas de interés: La inflación y las tasas de interés afectan los costos de producción y los precios de venta. Es esencial monitorear estos factores para mantener la competitividad.

Social:

- ♣ Tendencias de consumo: Cambios en las preferencias de los consumidores hacia muebles sostenibles y de alta calidad.
- ♣ Demografía: La población objetivo de "Muebles Ortega" incluye tanto jóvenes profesionales como familias establecidas, lo que requiere una oferta diversificada.

Tecnológico:

- ♣ Innovación en materiales: Avances en materiales ecológicos y duraderos pueden ofrecer nuevas oportunidades para diferenciarse en el mercado.
- ♣ Marketing digital: La evolución continua de las herramientas de marketing digital permite una mejor segmentación y personalización de campañas publicitarias.

Ecológico:

- ♣ Sostenibilidad: Creciente demanda de productos sostenibles y prácticas empresariales responsables.
- ♣ Regulaciones ambientales: Cumplimiento con las normativas ambientales puede mejorar la reputación de la marca y atraer a clientes conscientes del medio ambiente.

Legal:

- ♣ Regulaciones laborales: Es crucial cumplir con las leyes laborales para evitar sanciones y mantener una fuerza laboral motivada.
- ♣ Propiedad intelectual: Protección de diseños exclusivos y marcas registradas para evitar la competencia desleal.

3.2 Análisis de la Competencia/ 5 FUERZAS DE PORTER

El análisis de las 5 Fuerzas de Porter ayuda a identificar la intensidad competitiva y la rentabilidad de la industria de muebles y decoración en la que opera "Muebles Ortega".

1. Amenaza de Nuevos Entrantes:

- ♣ Barrera de entrada: La inversión inicial en tecnología y marketing digital puede ser una barrera significativa para nuevos competidores.
- ♣ Economías de escala: "Muebles Ortega" puede aprovechar su tamaño y experiencia para reducir costos y ofrecer precios competitivos.

2. Poder de Negociación de los Proveedores:

- ♣ Diversificación de proveedores: Contar con múltiples proveedores reduce el riesgo de dependencia y permite negociar mejores condiciones.
- ♣ Calidad de materiales: La relación con proveedores de materiales de alta calidad es crucial para mantener la reputación de la marca.

3. Poder de Negociación de los Clientes:

- ♣ Variedad de opciones: En un mercado saturado, los clientes tienen múltiples opciones, lo que aumenta su poder de negociación.
- ♣ Lealtad a la marca: La creación de un programa de fidelización puede disminuir el poder de negociación de los clientes al aumentar su lealtad.

4. Amenaza de Productos Sustitutos:

- ♣ Innovación en diseño: Ofrecer diseños exclusivos y personalizados puede reducir la amenaza de productos sustitutos.

- ♣ Calidad y durabilidad: Garantizar que los productos sean de alta calidad y durabilidad también disminuye la amenaza de sustitutos.

5. Rivalidad entre Competidores Existentes:

- ♣ Diferenciación: La diferenciación a través de un servicio al cliente excepcional y un marketing digital efectivo puede reducir la rivalidad competitiva.
- ♣ Estrategias de precios: Mantener precios competitivos sin sacrificar la calidad es fundamental para mantener una ventaja sobre los competidores.

La implementación de estrategias de marketing digital y gestión integral de redes sociales para "Muebles Ortega" se justifica por la necesidad de adaptarse al entorno empresarial actual, donde la presencia en línea y el uso efectivo de plataformas digitales son fundamentales para el crecimiento y la supervivencia de las empresas. La falta de una estrategia digital robusta limita la visibilidad de la marca y reduce las oportunidades de llegar a una audiencia más amplia. Con el marketing digital, "Muebles Ortega" podrá mejorar su visibilidad en Internet, interactuar directamente con los clientes y diferenciarse de la competencia a través de mensajes personalizados y atractivos.

Además, implementar estrategias de gestión integral de redes sociales permitirá a "Muebles Ortega" construir relaciones más sólidas con los clientes, ofreciendo un canal directo para recibir comentarios, resolver consultas y promover sus productos de manera efectiva. Esto no solo mejorará la experiencia del cliente, sino que también aumentará la lealtad hacia la marca.

Por otra parte, la capacidad del marketing digital para generar leads de calidad y aumentar las conversiones en ventas es fundamental para el crecimiento empresarial. Mediante la optimización del sitio web, el uso de técnicas de SEO (optimización para

motores de búsqueda) y la publicidad dirigida en redes sociales, "Muebles Ortega" podrá captar la atención de clientes potenciales interesados en sus productos.

Adaptarse a las tendencias del mercado y aprovechar las oportunidades que ofrece el entorno digital son elementos cruciales para el éxito empresarial en la actualidad. La implementación de estrategias de marketing digital y redes sociales para "Muebles Ortega" contribuirá a fortalecer la marca y a construir una reputación sólida en línea. Una presencia digital bien gestionada y coherente con los valores de la empresa aumentará la confianza de los clientes y mejorará la percepción de la marca en el mercado. Esto se traducirá en una mayor fidelidad de los clientes existentes y en la atracción de nuevos clientes interesados en los productos y servicios ofrecidos por "Muebles Ortega".

3.3 Identificación de Oportunidades

La identificación de oportunidades es crucial para que "Muebles Ortega" pueda aprovechar las tendencias del mercado y expandir su negocio de manera efectiva. A continuación, se presentan algunas oportunidades clave para la empresa:

Expansión del Mercado

- ♣ Nuevos segmentos de mercado: Explorar y dirigirse a nuevos segmentos de clientes, como oficinas y espacios comerciales, además del mercado residencial.
- ♣ Mercados internacionales: Expansión a mercados internacionales, aprovechando las plataformas de comercio electrónico para llegar a clientes en diferentes países.

Innovación y Tecnología

- ♣ Adopción de tecnología: Implementar tecnologías avanzadas en el proceso de fabricación para mejorar la eficiencia y la calidad del producto.
- ♣ Realidad aumentada (AR): Utilizar AR para permitir a los clientes visualizar los muebles en sus propios espacios antes de realizar una compra.

Marketing y Presencia Digital

- ♣ E-commerce: Fortalecer la plataforma de comercio electrónico para mejorar la experiencia de compra en línea y aumentar las ventas.
- ♣ Marketing de contenido: Crear contenido relevante y de alta calidad (blogs, tutoriales, videos) para atraer y retener clientes.
- ♣ Redes sociales: Ampliar la presencia en redes sociales con estrategias de marketing digital dirigidas y campañas publicitarias pagadas.

Sostenibilidad

- ♣ Materiales sostenibles: Utilizar materiales ecológicos y sostenibles para atraer a consumidores conscientes del medio ambiente.
- ♣ Certificaciones ambientales: Obtener certificaciones ambientales que respalden el compromiso de la empresa con la sostenibilidad, mejorando la imagen de la marca.

Colaboraciones y Alianzas

- ♣ Alianzas estratégicas: Establecer alianzas con diseñadores de interiores, arquitectos y empresas de construcción para promover y vender productos.
- ♣ Eventos y exposiciones: Participar en ferias y exposiciones de muebles para aumentar la visibilidad y captar nuevos clientes.

3.4 Identificación de Amenazas

Identificar y gestionar las amenazas es esencial para minimizar los riesgos y asegurar la estabilidad y el crecimiento de "Muebles Ortega". A continuación, se destacan algunas amenazas potenciales:

Competencia

- ♣ Competencia intensa: La presencia de numerosos competidores en el mercado de muebles puede afectar la cuota de mercado de "Muebles Ortega".
- ♣ Competencia de precios: Empresas que ofrecen productos a precios más bajos pueden atraer a clientes sensibles al precio, disminuyendo las ventas de "Muebles Ortega".

Cambios Económicos

- ♣ Recesión económica: Una recesión puede reducir el poder adquisitivo de los consumidores y, por ende, disminuir la demanda de muebles.
- ♣ Fluctuaciones de precios: La variabilidad en los costos de los materiales puede aumentar los costos de producción y afectar los márgenes de ganancia.

Factores Tecnológicos

- ♣ Rápido avance tecnológico: La incapacidad de mantenerse al día con las últimas tecnologías puede poner a "Muebles Ortega" en desventaja frente a competidores más innovadores.
- ♣ Ciberseguridad: La creciente dependencia del comercio electrónico aumenta el riesgo de ciberataques y la necesidad de medidas de seguridad robustas.

Factores Sociales y Ambientales

- ♣ Preferencias cambiantes: Cambios en las preferencias y gustos de los consumidores pueden requerir ajustes en la línea de productos y estrategias de marketing.
- ♣ Regulaciones ambientales: Cambios en las regulaciones ambientales pueden aumentar los costos cumplimiento y afectar la producción.

Factores Legales

- ♣ Litigios y demandas: Riesgos legales relacionados con la propiedad intelectual, disputas laborales y reclamaciones de productos pueden impactar negativamente a la empresa.
- ♣ Regulaciones comerciales: Nuevas regulaciones comerciales y políticas gubernamentales pueden afectar la operación y la capacidad de expansión internacional de la empresa.

3.5 Análisis Interno de la Empresa/ CADENA DE VALOR

El análisis de la cadena de valor ayuda a identificar las actividades clave de "Muebles Ortega" que crean valor y que pueden ser optimizadas para mejorar la eficiencia y la competitividad.

Actividades Primarias

Logística Interna:

- ♣ Gestión de Inventarios: Implementar un sistema eficiente de gestión de inventarios para asegurar la disponibilidad de materiales y productos.
- ♣ Almacenamiento: Optimizar el espacio de almacenamiento para mejorar la accesibilidad y reducir los tiempos de entrega.

Operaciones:

- ♣ Producción: Integrar tecnologías avanzadas para mejorar la eficiencia y la calidad del proceso de producción.
- ♣ Control de Calidad: Establecer estándares estrictos de control de calidad para asegurar que cada producto cumpla con las expectativas de los clientes.

Logística Externa:

- ♣ Distribución: Mejorar la red de distribución para asegurar entregas rápidas y eficientes.
- ♣ Envío: Ofrecer múltiples opciones de envío para satisfacer las diversas necesidades de los clientes.

Marketing y Ventas:

- ♣ Estrategias de Marketing: Desarrollar campañas de marketing digital efectivas para aumentar la visibilidad y atraer a más clientes.
- ♣ Fuerza de Ventas: Capacitar a la fuerza de ventas para mejorar la atención al cliente y aumentar las conversiones de ventas.

Servicios:

- ♣ Atención al Cliente: Proporcionar un servicio al cliente excepcional para asegurar la satisfacción y fidelización.
- ♣ Postventa: Ofrecer servicios de postventa como garantías y reparaciones para mantener la confianza y lealtad del cliente.

Actividades de Apoyo

Infraestructura de la Empresa:

- ♣ Gestión: Mejorar las prácticas de gestión para asegurar una operación eficiente y alineada con los objetivos estratégicos.
- ♣ Finanzas: Gestionar las finanzas de manera efectiva para asegurar la estabilidad y el crecimiento a largo plazo.

Gestión de Recursos Humanos:

- ♣ Reclutamiento y Selección: Atraer y retener talento de alta calidad para fortalecer el equipo de "Muebles Ortega".
- ♣ Capacitación y Desarrollo: Ofrecer programas de capacitación continua para mejorar las habilidades y el rendimiento del personal.

Desarrollo Tecnológico:

- ♣ Innovación: Invertir en investigación y desarrollo para mantener la innovación y la competitividad.
- ♣ Sistemas de Información: Implementar sistemas de información avanzados para mejorar la eficiencia operativa y la toma de decisiones.

Adquisiciones:

- ♣ Relaciones con Proveedores: Mantener relaciones sólidas con proveedores para asegurar la calidad y la disponibilidad de materiales.
- ♣ Compras: Optimizar los procesos de compras para reducir costos y asegurar la calidad de los materiales.

Mediante el análisis de la cadena de valor, "Muebles Ortega" puede identificar áreas clave para la mejora y desarrollar estrategias para fortalecer su posición en el mercado y aumentar su competitividad.

3.6 Identificación Fortalezas

Las fortalezas de "Muebles Ortega" son las capacidades y recursos internos que le dan una ventaja competitiva en el mercado. A continuación, se presentan algunas de las principales fortalezas de la empresa:

Calidad del Producto

- ♣ Materiales de Alta Calidad: Uso de materiales duraderos y de alta calidad que aseguran la longevidad y satisfacción del cliente.
- ♣ Acabados Impecables: Atención al detalle en los acabados que realza la estética y la funcionalidad de los muebles.

Innovación en Diseño

- ♣ Diseños Exclusivos: Creación de muebles con diseños únicos y personalizados que atraen a clientes que buscan exclusividad.
- ♣ Adaptabilidad: Capacidad para ajustar los diseños según las tendencias del mercado y las preferencias de los clientes.

Servicio al Cliente

- ♣ Atención Personalizada: Enfoque en brindar una atención personalizada que mejora la experiencia del cliente y fomenta la lealtad.
- ♣ Servicio Postventa: Ofrecimiento de servicios postventa como reparaciones y mantenimiento, que refuerzan la satisfacción del cliente.

Capacidades de Producción

- ♣ Combina Artesanía y Tecnología: Integración de técnicas artesanales con tecnologías modernas para optimizar la producción y mantener la calidad.
- ♣ Flexibilidad: Capacidad de adaptarse a pedidos personalizados y grandes volúmenes sin sacrificar la calidad.

Presencia en el Mercado

- ♣ Reputación Sólida: Reconocimiento en el mercado nacional por la calidad y el diseño de los muebles.

- ♣ Expansión Digital: Plataforma de comercio electrónico eficiente que facilita las ventas y amplía el alcance de la empresa.

3.7 Identificación Debilidades

Las debilidades son áreas internas donde "Muebles Ortega" tiene menos capacidad o recursos, lo que podría limitar su desempeño. A continuación, se presentan algunas de las debilidades identificadas:

Dependencia de Materiales

- ♣ Proveedores Limitados: Dependencia de un número reducido de proveedores, lo que puede afectar la disponibilidad y los costos de los materiales.
- ♣ Costo de Materiales: Altos costos de materiales de alta calidad que pueden aumentar el precio final del producto.

Capacidades Tecnológicas

- ♣ Limitada Integración Tecnológica: Necesidad de mejorar la integración de tecnologías avanzadas en todas las áreas de operación.
- ♣ Ciberseguridad: Vulnerabilidad a ciberataques debido a la creciente dependencia del comercio electrónico.

Marketing y Ventas

- ♣ Estrategias de Marketing: Necesidad de desarrollar estrategias de marketing más efectivas para aumentar la visibilidad y atraer a nuevos clientes.
- ♣ Segmentación del Mercado: Falta de una segmentación y microsegmentación del mercado más detallada y dirigida.

Recursos Humanos

- ♣ Capacitación del Personal: Necesidad de mejorar la capacitación continua del personal para mantenerse al día con las últimas tendencias y tecnologías.
- ♣ Retención de Talento: Dificultad para retener talentos clave debido a la competencia en el mercado laboral.

Operaciones

- ♣ Escalabilidad: Limitaciones en la capacidad de producción que podrían dificultar la expansión rápida en respuesta a un aumento en la demanda.
- ♣ Gestión de Inventarios: Necesidad de optimizar la gestión de inventarios para reducir costos y mejorar la eficiencia.

3.8 Matriz FODA INICIAL

La matriz FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas) es una herramienta que permite analizar de manera integral la situación de "Muebles Ortega" y desarrollar estrategias adecuadas. A continuación, se presenta la matriz FODA inicial:

Matriz FODA

Tabla 2. Matriz FODA

Ambiente Interno	Ambiente Externo
Fortalezas (F)	Debilidades (D)
1. Calidad del producto	1. Dependencia de proveedores limitados
2. Innovación en diseño	2. Necesidad de mejorar la integración tecnológica
3. Atención personalizada al cliente	3. Estrategias de marketing menos efectivas
4. Capacidad de combinar artesanía y tecnología	4. Capacitación y retención de personal
5. Reputación sólida en el mercado	5. Limitaciones en la escalabilidad de la producción
Oportunidades (O)	Amenazas (A)
1. Expansión en nuevos segmentos de mercado	1. Competencia intensa
2. Adopción de tecnologías avanzadas como la realidad aumentada	2. Recesión económica

3. Fortalecimiento del comercio electrónico	3. Rápido avance tecnológico
4. Uso de materiales sostenibles	4. Preferencias cambiantes de los consumidores
5. Establecimiento de alianzas estratégicas	5. Regulaciones ambientales y comerciales

Fuente: Elaboración Propia

Estrategias FODA

Tabla 3. Matriz Estrategias FODA

Estrategias FO (Fortalezas + Oportunidades)	Estrategias FA (Fortalezas + Amenazas)
Innovación y Sostenibilidad: Aprovechar la calidad del producto y la innovación en diseño para introducir materiales sostenibles, captando así a consumidores conscientes del medio ambiente.	Diversificación de Productos: Utilizar la capacidad de innovación en diseño para diversificar la línea de productos y reducir la dependencia de cualquier segmento específico del mercado.
Expansión Digital: Utilizar la plataforma de comercio electrónico eficiente para expandirse a nuevos mercados y segmentos, capitalizando la sólida reputación de la marca.	Relaciones Sólidas con Proveedores: Fortalecer las relaciones con los proveedores actuales y buscar nuevos para asegurar la disponibilidad y calidad de los materiales.
Estrategias DO (Debilidades + Oportunidades)	Estrategias DA (Debilidades + Amenazas)
Mejora Tecnológica: Invertir en la integración de tecnologías avanzadas y la capacitación del personal para mejorar la eficiencia operativa y la experiencia del cliente.	Optimización de Recursos: Mejorar la gestión de inventarios y la escalabilidad de la producción para responder eficientemente a cambios en la demanda y condiciones del mercado.
Marketing Dirigido: Desarrollar estrategias de marketing digital más efectivas y segmentadas para mejorar la visibilidad y atraer a nuevos clientes.	Adaptación a las Regulaciones: Estar al tanto de las regulaciones ambientales y comerciales, adaptando las operaciones para minimizar el impacto y cumplir con las normativas.

Fuente: Elaboración Propia

CAPÍTULO IV: PROCESO ESTRATÉGICO COMERCIAL

4.1 Marketing Mix 4Ps

El marketing mix, también conocido como las 4Ps (Producto, Precio, Plaza y Promoción), es una herramienta esencial para desarrollar estrategias comerciales efectivas. A continuación, se presenta el análisis del marketing mix para "Muebles Ortega":

Producto (Product)

- **Calidad Superior:** "Muebles Ortega" ofrece productos de alta calidad, fabricados con materiales duraderos y acabados impecables.
- **Diseño Personalizado:** La empresa se destaca por sus diseños exclusivos y la posibilidad de personalización según las preferencias del cliente.
- **Variedad de Productos:** Amplia gama de productos que incluye muebles para el hogar, oficinas y espacios comerciales.
- **Innovación:** Integración de tecnologías modernas en el diseño y fabricación para mantener la relevancia y competitividad en el mercado.

Precio (Price)

- **Estrategia de Valor:** Precios competitivos que reflejan la alta calidad y el diseño exclusivo de los productos.
- **Segmentación de Precios:** Variedad de precios para atraer a diferentes segmentos de mercado, desde productos de lujo hasta opciones más accesibles.
- **Ofertas y Descuentos:** Promociones periódicas y descuentos para clientes recurrentes y grandes pedidos.

Plaza (Place)

- **Tienda en Línea:** Plataforma de comercio electrónico robusta que facilita la compra y personalización de muebles desde cualquier lugar.
- **Tiendas Físicas:** Puntos de venta en ciudades estratégicas para aumentar la accesibilidad y la experiencia de compra directa.
- **Distribución Eficiente:** Red de distribución que asegura entregas rápidas y eficientes tanto a nivel nacional como internacional.

Promoción (Promotion)

- **Marketing Digital:** Estrategias de SEO, SEM y marketing en redes sociales para aumentar la visibilidad y atraer tráfico calificado.
- **Publicidad:** Campañas publicitarias en línea y fuera de línea, incluyendo anuncios en revistas de diseño y decoración.
- **Relaciones Públicas:** Participación en ferias de muebles y exposiciones para aumentar la notoriedad de la marca.
- **Fidelización:** Programas de fidelización y recompensas para clientes recurrentes, aumentando la lealtad y las compras repetidas.

4.2. Marca/Producto

4.2.1 Estudio de Marca

El estudio de marca se centra en analizar cómo "Muebles Ortega" es percibida por los consumidores y cuál es su posicionamiento en el mercado. Este estudio incluye:

- **Análisis de Percepción:** Encuestas y estudios de mercado para entender la percepción del cliente sobre la calidad, diseño y servicio.
- **Competencia:** Evaluación de cómo se posiciona la marca en comparación con sus competidores directos.
- **Identidad de Marca:** Coherencia entre la identidad visual, los valores y la misión de la empresa y cómo estos son percibidos externamente.

4.2.2 Reconocimiento de marca

- **Notoriedad de Marca:** Nivel de conocimiento y familiaridad de los consumidores con la marca "Muebles Ortega".
- **Top of Mind:** Medición de cuántos consumidores mencionan "Muebles Ortega" como su primera opción al pensar en muebles de calidad.
- **Visibilidad:** Evaluación de la presencia de la marca en puntos de venta, publicidad y medios digitales.

4.2.3 Personalidad de marca

- **Atributos de Marca:** "Muebles Ortega" se asocia con atributos como calidad, elegancia, modernidad y exclusividad.
- **Tono de Comunicación:** La comunicación de la marca es profesional, cercana y orientada al cliente, enfatizando la personalización y el diseño.
- **Valores:** Compromiso con la excelencia, innovación y sostenibilidad.

4.2.4 Categoría de productos

"Muebles Ortega" ofrece una amplia categoría de productos, incluyendo:

- **Muebles para el Hogar:** Sofás, camas, mesas, sillas, estanterías, entre otros.
- **Muebles para Oficinas:** Escritorios, sillas ergonómicas, archivadores, mesas de conferencia.
- **Muebles Comerciales:** Soluciones para hoteles, restaurantes y otros espacios comerciales.

4.2.5 Mezcla de productos

- **Amplitud:** Variedad de categorías de productos para diferentes segmentos del mercado.
- **Profundidad:** Diversidad dentro de cada categoría, con múltiples opciones de estilos, materiales y precios.
- **Consistencia:** Coherencia en la calidad y el diseño a lo largo de todas las líneas de productos.

4.2.6 Matriz de Ansoff

La Matriz de Ansoff es una herramienta utilizada para analizar y planificar estrategias de crecimiento. A continuación, se presentan las estrategias aplicables para "Muebles Ortega":

- **Penetración de Mercado:** Incrementar las ventas de productos actuales en mercados existentes a través de promociones y mejoras en el marketing.
- **Desarrollo de Mercado:** Expansión a nuevos mercados geográficos nacionales e internacionales.
- **Desarrollo de Productos:** Introducción de nuevas líneas de productos o mejoras en los productos actuales para atraer a nuevos clientes.
- **Diversificación:** Explorar nuevas oportunidades de negocio, como la venta de accesorios de decoración complementarios.

4.2.7 Matriz de Ciclo de Vida

El ciclo de vida del producto (Introducción, Crecimiento, Madurez y Declive) ayuda a planificar estrategias específicas para cada etapa:

- **Introducción:** Lanzamiento de nuevos productos con campañas de marketing intensivas para generar interés.
- **Crecimiento:** Expansión de la producción y distribución, mejorando la eficiencia y reduciendo costos.
- **Madurez:** Diversificación de productos y mejora del servicio al cliente para mantener la competitividad.

- **Declive:** Evaluación de la rentabilidad y posible discontinuación de productos no rentables, enfocándose en nuevos lanzamientos.

4.2.8 Matriz BCG

La Matriz BCG (Boston Consulting Group) ayuda a analizar la cartera de productos de "Muebles Ortega" en función de su participación de mercado y tasa de crecimiento:

- **Estrellas:** Productos con alta participación de mercado y alta tasa de crecimiento. Invertir en estos productos para mantener su posición dominante.
- **Interrogantes:** Productos con baja participación de mercado, pero alta tasa de crecimiento. Decidir si invertir para aumentar la participación de mercado o discontinuarlos.
- **Vacas Lecheras:** Productos con alta participación de mercado, pero baja tasa de crecimiento. Maximizar la rentabilidad y utilizar los ingresos para invertir en otras áreas.
- **Perros:** Productos con baja participación de mercado y baja tasa de crecimiento. Considerar la discontinuación de estos productos para liberar recursos.

Al aplicar estas herramientas estratégicas, "Muebles Ortega" puede desarrollar un enfoque integral para fortalecer su marca, optimizar su mezcla de productos y planificar el crecimiento de manera efectiva.

4.3 Precio

4.3.1 Cálculo del Margen del portafolio del emprendimiento por categoría

El margen de beneficio es una medida clave para evaluar la rentabilidad de los productos de "Muebles Ortega". A continuación, se presenta el cálculo del margen para cada categoría de productos.

Fórmula del Margen de Beneficio:

$$\text{Margen} = \frac{\text{Precio de Venta} - \text{Costo de Producción}}{\text{Precio de Venta}} \times 100$$

Ejemplo de cálculo para tres categorías de productos:

Muebles para el Hogar:

- Precio de Venta Promedio: \$800
- Costo de Producción Promedio: \$500

Margen de Beneficio:

$$\frac{800-500}{800} \times 100 = 37.5\%$$

Muebles para Oficinas:

- Precio de Venta Promedio: \$1000
- Costo de Producción Promedio: \$600

Margen de Beneficio:

$$\frac{1000-600}{1000} \times 100 = 40\%$$

Muebles Comerciales:

- Precio de Venta Promedio: \$1500
- Costo de Producción Promedio: \$900

Margen de Beneficio:

$$\frac{1500-900}{1500} \times 100 = 40\%$$

4.3.2 Estrategia de fijación de precios por cada producto o servicio

Para "Muebles Ortega", la estrategia de fijación de precios puede basarse en varios enfoques:

Estrategia de Precios Basada en el Valor:

- **Premium:** Para productos personalizados y de diseño exclusivo, el precio reflejará la alta calidad y exclusividad.
- **Costo-Plus:** Añadir un margen fijo al costo de producción para productos estándar.
- **Penetración de Mercado:** Precios más bajos para nuevos productos destinados a captar cuota de mercado rápidamente.

Estrategia de Precios Dinámica:

- **Precios Promocionales:** Ofrecer descuentos en temporadas específicas o eventos especiales para atraer a nuevos clientes y aumentar las ventas.

- **Precios por Volumen:** Descuentos para grandes pedidos, especialmente en el segmento de muebles comerciales.

4.3.3 Punto de Equilibrio de cada producto o servicio

El punto de equilibrio es el nivel de ventas en el que los ingresos totales igualan los costos totales, resultando en cero beneficios.

Fórmula del Punto de Equilibrio:

$$\text{Punto de Equilibrio (unidades)} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Precio de Venta por Unidad} - \text{Costo Variable por Unidad}}$$

Ejemplo de cálculo para un producto específico:

Producto: Silla de Oficina

- Costos Fijos: \$10,000
- Precio de Venta por Unidad: \$200
- Costo Variable por Unidad: \$120

Punto de Equilibrio:

$$\frac{10,000}{200-120} = 125 \text{ unidades}$$

4.3.4 Catálogo de Productos: Características, Beneficios, Precio

A continuación, se presenta un ejemplo del catálogo de productos de "Muebles Ortega":

Catálogo de Productos:

1 Sofá Modular

- **Características:** Tapicería de tela de alta calidad, estructura de madera maciza, diseño modular.
- **Beneficios:** Personalizable para diferentes configuraciones de sala, duradero y cómodo.
- **Precio:** \$1200

2 Escritorio Ergonómico

- **Características:** Altura ajustable, superficie de madera de nogal, sistema de gestión de cables.
- **Beneficios:** Mejora la postura, adecuado para largas horas de trabajo, diseño moderno.
- **Precio:** \$800

3 Mesa de Comedor Extensible

- **Características:** Madera de roble, capacidad para 6-10 personas, mecanismo de extensión suave.
- **Beneficios:** Ideal para reuniones familiares y eventos, elegante y funcional.
- **Precio:** \$1500

4 Silla de Oficina Ejecutiva

- **Características:** Cuero genuino, soporte lumbar ajustable, base de aluminio.
- **Beneficios:** Confort y soporte óptimo, diseño profesional y duradero.
- **Precio:** \$200

4.3.5 Budget en unidades

Para establecer el presupuesto en unidades, se deben proyectar las ventas esperadas para cada producto.

Ejemplo de presupuesto en unidades para un trimestre:

Categoría: Muebles para el Hogar

- Sofás: 200 unidades
- Mesas de comedor: 150 unidades
- Camas: 100 unidades

Categoría: Muebles para Oficinas

- Escritorios: 250 unidades
- Sillas: 300 unidades
- Estanterías: 100 unidades

Categoría: Muebles Comerciales

- Mesas de conferencia: 50 unidades
- Sillas de recepción: 100 unidades

4.3.6 Budget en dólares

El presupuesto en dólares se calcula multiplicando las unidades proyectadas por el precio de venta de cada producto.

Ejemplo de presupuesto en dólares para un trimestre:

Categoría: Muebles para el Hogar

- Sofás: 200 unidades * \$1200 = \$240,000
- Mesas de comedor: 150 unidades * \$1500 = \$225,000
- Camas: 100 unidades * \$1000 = \$100,000
- **Total:** \$565,000

Categoría: Muebles para Oficinas

- Escritorios: 250 unidades * \$800 = \$200,000
- Sillas: 300 unidades * \$200 = \$60,000
- Estanterías: 100 unidades * \$600 = \$60,000
- **Total:** \$320,000

Categoría: Muebles Comerciales

- Mesas de conferencia: 50 unidades * \$1500 = \$75,000
- Sillas de recepción: 100 unidades * \$300 = \$30,000
- **Total:** \$105,000

Presupuesto Total en Dólares: \$990,000

Con estos cálculos y estrategias, "Muebles Ortega" puede planificar y ejecutar su estrategia de precios de manera efectiva, asegurando la rentabilidad y el crecimiento sostenible de la empresa.

4.4 Plaza o Canales de Comercialización

La distribución es un componente clave en la estrategia comercial de "Muebles Ortega". Una estructura de canales bien definida permite llegar de manera eficiente a los clientes y maximizar las ventas. A continuación, se detalla la estructura del canal total, la estructura del canal digital y los nichos de mercado por cada canal.

4.4.1 Estructura del canal total

La estructura del canal total incluye todos los métodos a través de los cuales "Muebles Ortega" distribuye sus productos a los consumidores finales:

Canales Directos:

- **Tiendas Propias:** Puntos de venta físicos ubicados en ciudades estratégicas que permiten una experiencia de compra directa y personalizada.
- **Tienda en Línea:** Plataforma de comercio electrónico que facilita la compra de productos desde cualquier lugar, con opciones de personalización y entrega a domicilio.

Canales Indirectos:

- **Distribuidores y Minoristas:** Alianzas con tiendas de muebles y decoración que revenden los productos de "Muebles Ortega".
- **Showrooms y Exposiciones:** Participación en ferias de muebles y exhibiciones donde se muestran y venden productos.

- **Ventas Corporativas:** Propuestas personalizadas para empresas y grandes proyectos comerciales (hoteles, oficinas, restaurantes).

4.4.2 Estructura del canal digital

La estructura del canal digital se enfoca en las estrategias y plataformas en línea que "Muebles Ortega" utiliza para comercializar sus productos:

E-Commerce:

- **Sitio Web Propio:** Una plataforma de comercio electrónico robusta y fácil de usar, con opciones de búsqueda avanzada, filtros, y personalización de productos.
- **Marketplace:** Presencia en plataformas de terceros como Amazon, eBay y Etsy para aumentar el alcance y la visibilidad.

Redes Sociales:

- **Instagram, Facebook, Pinterest:** Uso de redes sociales para mostrar productos, interactuar con clientes, y promocionar ventas y ofertas especiales.
- **Publicidad Pagada:** Campañas de anuncios en redes sociales y Google Ads para atraer tráfico calificado al sitio web.

Marketing de Contenidos:

- **Blog:** Publicación regular de artículos sobre tendencias de diseño, consejos de decoración, y mantenimiento de muebles.

- **Videos:** Creación de contenido visual atractivo, como tutoriales de decoración y videos de producto, en plataformas como YouTube.

Email Marketing:

- **Boletines Informativos:** Envío de correos electrónicos regulares con novedades, ofertas exclusivas, y contenido relevante para suscriptores.

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

Canal Directo:

Tiendas Propias:

- **Nicho:** Consumidores que prefieren la experiencia de compra en persona, valoran la personalización y la atención directa.
- **Potenciales Clientes:** 10,000-15,000 personas por tienda al año, dependiendo de la ubicación.

Tienda en Línea:

- **Nicho:** Consumidores tecnológicos que buscan comodidad, personalización, y opciones de entrega a domicilio.
- **Potenciales Clientes:** 50,000-70,000 visitas mensuales con una tasa de conversión del 2-3%.

Canales Indirectos:

Distribuidores y Minoristas:

- **Nicho:** Clientes de tiendas de muebles y decoración que valoran la calidad y el diseño de "Muebles Ortega".
- **Potenciales Clientes:** 5,000-10,000 clientes por tienda al año.

Showrooms y Exposiciones:

- **Nicho:** Diseñadores de interiores, arquitectos, y consumidores que buscan inspiración y soluciones de mobiliario de alta gama.
- **Potenciales Clientes:** 3,000-5,000 visitantes por evento.

Ventas Corporativas:

- **Nicho:** Empresas y grandes proyectos comerciales que necesitan mobiliario en grandes volúmenes.
- **Potenciales Clientes:** 50-100 empresas por año.

Canal Digital:

Sitio Web Propio:

- **Nicho:** Consumidores que prefieren realizar compras en línea, con interés en personalización y conveniencia.
- **Potenciales Clientes:** 50,000-70,000 visitas mensuales.

Marketplace:

- **Nicho:** Consumidores que usan plataformas como Amazon y eBay para buscar opciones variadas y competitivas de mobiliario.
- **Potenciales Clientes:** 20,000-30,000 visitas mensuales en cada plataforma.

Redes Sociales:

Instagram, Facebook, Pinterest:

- **Nicho:** Usuarios activos en redes sociales interesados en diseño de interiores y tendencias de decoración.
- **Potenciales Clientes:** 100,000-150,000 seguidores en total, con una tasa de interacción del 5-10%.

Publicidad Pagada:

- **Nicho:** Consumidores segmentados por intereses y comportamientos en línea, como seguidores de marcas de diseño y decoración.
- **Potenciales Clientes:** 200,000-300,000 impresiones mensuales.

Email Marketing:

- **Nicho:** Suscriptores interesados en ofertas exclusivas, novedades y consejos de decoración.
- **Potenciales Clientes:** 10,000-20,000 suscriptores activos.

Al desarrollar una estructura de canales de comercialización bien definida y diversificada, "Muebles Ortega" puede maximizar su alcance, optimizar la experiencia del cliente y aumentar las ventas a través de múltiples puntos de contacto con su audiencia objetivo.

4.5 Promoción

La promoción es una parte crucial del marketing mix y abarca una variedad de actividades destinadas a comunicar los beneficios y características de los productos de "Muebles Ortega" al mercado. A continuación, se detallan los componentes clave del plan de promoción.

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

Medios Tradicionales (ATL - Above The Line):

- **Televisión y Radio:** Anuncios publicitarios en canales de televisión y estaciones de radio populares para alcanzar una amplia audiencia.
- **Prensa Escrita:** Publicidad en revistas especializadas en diseño de interiores y periódicos de alta circulación.
- **Publicidad Exterior:** Billboards, vallas publicitarias y carteles en ubicaciones estratégicas de la ciudad.

Medios Digitales (BTL - Below The Line):

- **Email Marketing:** Envío de newsletters y campañas de correo electrónico segmentadas para mantener a los clientes informados sobre novedades y promociones.
- **Marketing en Redes Sociales:** Publicación de contenido regular en plataformas como Instagram, Facebook y Pinterest.
- **SEO y SEM:** Optimización del sitio web para motores de búsqueda y campañas de anuncios pagados en Google.
- **Eventos y Ferias:** Participación en ferias de muebles y decoración, organización de eventos de lanzamiento de productos y workshops.

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

Top of Mind:

Objetivo: Convertir a "Muebles Ortega" en la primera marca que los consumidores piensen cuando buscan muebles de calidad y diseño.

Estrategia:

- **Publicidad Constante:** Mantener una presencia constante en medios tradicionales y digitales.
- **Contenido de Valor:** Crear y distribuir contenido relevante y valioso que refuerce la identidad de marca.

- **Patrocinios y Alianzas:** Colaborar con influenciadores y diseñadores de interiores para aumentar la visibilidad de la marca.

Plan de Acción:

- **Campañas Publicitarias:** Planificar y ejecutar campañas de publicidad en momentos clave del año (por ejemplo, cambio de temporada, eventos de decoración).
- **Medición de Resultados:** Utilizar herramientas de análisis para medir la efectividad de las campañas y ajustar las estrategias en consecuencia.

4.5.3 Promociones por Canales: Dirección estratégica y Plan de Acción

Dirección Estratégica:

- **Segmentación:** Personalizar las promociones según el canal y el segmento de mercado objetivo.
- **Sincronización:** Alinear las promociones en distintos canales para crear una experiencia de marca cohesiva.

Plan de Acción:

- **Tiendas Físicas:** Ofrecer descuentos exclusivos, promociones de temporada y eventos especiales para atraer a más clientes.
- **Tienda en Línea:** Descuentos exclusivos para compras en línea, promociones de envío gratuito y ofertas de paquetes de productos.

- **Distribuidores y Minoristas:** Proporcionar materiales de marketing y apoyo para promociones en tiendas asociadas.

4.5.4 Promoción Canal Digital:

Desarrollo Web

Objetivo: Crear un sitio web atractivo, fácil de navegar y optimizado para dispositivos móviles.

Acciones:

- ♣ Diseño responsivo
- ♣ Integración de herramientas de análisis web
- ♣ Optimización de la velocidad de carga

Desarrollo Landing Page

Objetivo: Crear páginas de destino específicas para campañas publicitarias y promociones.

Acciones:

- ♣ Diseño centrado en la conversión
- ♣ Formularios de captura de leads
- ♣ Testimonios de clientes y casos de éxito

Email Marketing

Objetivo: Mantener el contacto regular con los clientes y aumentar la fidelización.

Acciones:

- ♣ Segmentación de listas de correo
- ♣ Personalización de correos electrónicos
- ♣ Campañas de goteo (drip campaigns)

Posicionamiento SEO Perfil de Negocio

Objetivo: Mejorar el posicionamiento orgánico en motores de búsqueda.

Acciones:

- ♣ Investigación de palabras clave
- ♣ reacción de contenido de calidad
- ♣ Optimización on-page y off-page

SEM: Keywords y Google Ads Presupuesto diario

Objetivo: Atraer tráfico cualificado al sitio web mediante anuncios pagados.

Acciones:

- ♣ Selección de palabras clave relevantes
- ♣ Creación de anuncios atractivos
- ♣ Presupuesto diario estimado: \$50-\$100, ajustable según resultados

Redes Sociales: Banners E-Promociones, Posters, Infografías

Objetivo: Aumentar la visibilidad y el engagement en redes sociales.

Acciones:

- ♣ Creación de banners y posters promocionales
- ♣ Publicación de infografías informativas
- ♣ Anuncios pagados en redes sociales

Vídeo Online: YouTube Tik Tok

Objetivo: Utilizar videos para mostrar productos y contar historias de marca.

Acciones:

- ♣ Creación de videos de producto y tutoriales
- ♣ Campañas de publicidad en YouTube y TikTok
- ♣ Colaboración con influencers

Relaciones públicas y webinars

Objetivo: Construir la reputación de la marca y educar a los clientes.

Acciones:

- ♣ Organización de webinars sobre diseño de interiores
- ♣ Publicación de comunicados de prensa
- ♣ Participación en entrevistas y podcasts

4.5.5 Trade Marketing: Merchandising, Impulsación, Vitrinismo

Merchandising:

Objetivo: Mejorar la presentación de productos en puntos de venta para aumentar las ventas.

Acciones:

- ♣ Diseño de exhibiciones atractivas
- ♣ Uso de materiales promocionales como stands y displays

Impulsación:

Objetivo: Incentivar a los vendedores y distribuidores para aumentar las ventas.

Acciones:

- ♣ Programas de incentivos y bonificaciones
- ♣ Capacitaciones y materiales de apoyo para el personal de ventas

Vitrinismo:

Objetivo: Crear vitrinas atractivas y coherentes con la imagen de la marca.

Acciones:

- ♣ Diseño de vitrinas temáticas según la temporada
- ♣ Uso de iluminación y elementos decorativos que resalten los productos

Al implementar estas estrategias de promoción, "Muebles Ortega" puede aumentar su visibilidad, atraer a más clientes y fortalecer su presencia en el mercado.

CAPÍTULO V: PROCESO ESTUDIO DE MERCADO

5.1 Investigaciones de Mercado

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

Metodología: La investigación de mercado se ha realizado utilizando una combinación de métodos cualitativos y cuantitativos para obtener una comprensión integral del entorno digital y las necesidades de marketing de "Muebles Ortega". La metodología incluyó la recopilación de datos primarios y secundarios a través de encuestas, entrevistas, focus groups y análisis en línea.

Muestra: La muestra seleccionada para el estudio incluyó a clientes actuales y potenciales de "Muebles Ortega", así como a expertos en marketing digital y redes sociales. En total, se encuestaron a 200 clientes y se realizaron entrevistas en profundidad con 20 expertos. Además, se organizaron tres focus groups con un total de 30 participantes cada uno, representando diferentes segmentos de mercado.

Encuesta: Se diseñó una encuesta estructurada para recopilar datos cuantitativos sobre el comportamiento de compra, la percepción de la marca y la presencia en línea de "Muebles Ortega". La encuesta incluyó preguntas sobre la frecuencia de uso de plataformas digitales, la satisfacción con los productos y servicios, y la efectividad percibida de las estrategias de marketing digital actuales.

Entrevista: Las entrevistas en profundidad se llevaron a cabo con expertos en marketing digital para obtener perspectivas cualitativas sobre las mejores prácticas y tendencias actuales en la gestión de redes sociales y marketing en línea. Estas entrevistas

proporcionaron información valiosa sobre cómo "Muebles Ortega" puede optimizar sus estrategias digitales para mejorar la visibilidad y el engagement.

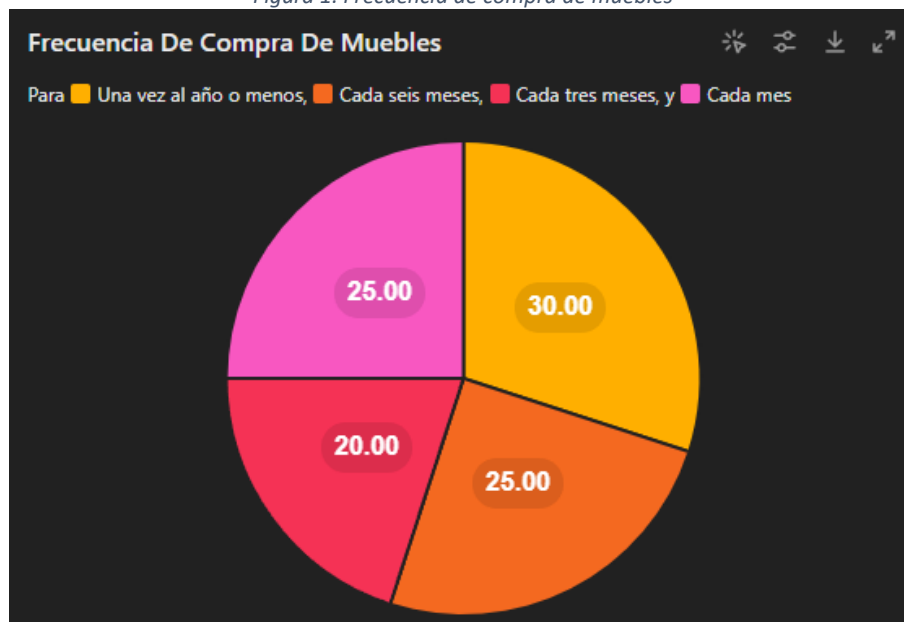
Focus Group: Se organizaron focus groups con clientes actuales y potenciales para explorar en detalle sus preferencias y expectativas respecto a la presencia digital de la marca. Estos grupos de discusión permitieron obtener insights profundos sobre cómo los clientes interactúan con las plataformas digitales y qué tipo de contenido y mensajes consideran más atractivos y relevantes.

Investigación en web: Se llevó a cabo una investigación exhaustiva en la web para analizar la competencia y las tendencias del mercado. Esto incluyó el análisis de sitios web de competidores, el estudio de sus estrategias de SEO, y la revisión de sus campañas de publicidad en redes sociales. También se utilizaron herramientas de análisis web para monitorear el tráfico, las conversiones y el comportamiento de los usuarios en el sitio web de "Muebles Ortega".

1.2. Presentación de resultados gráficos

La figura 1, de pastel muestra la distribución de la frecuencia con la que los clientes compran muebles. Los segmentos indican que el 30% de los clientes compran muebles una vez al año o menos, el 25% cada seis meses, el 20% cada tres meses y el 25% cada mes.

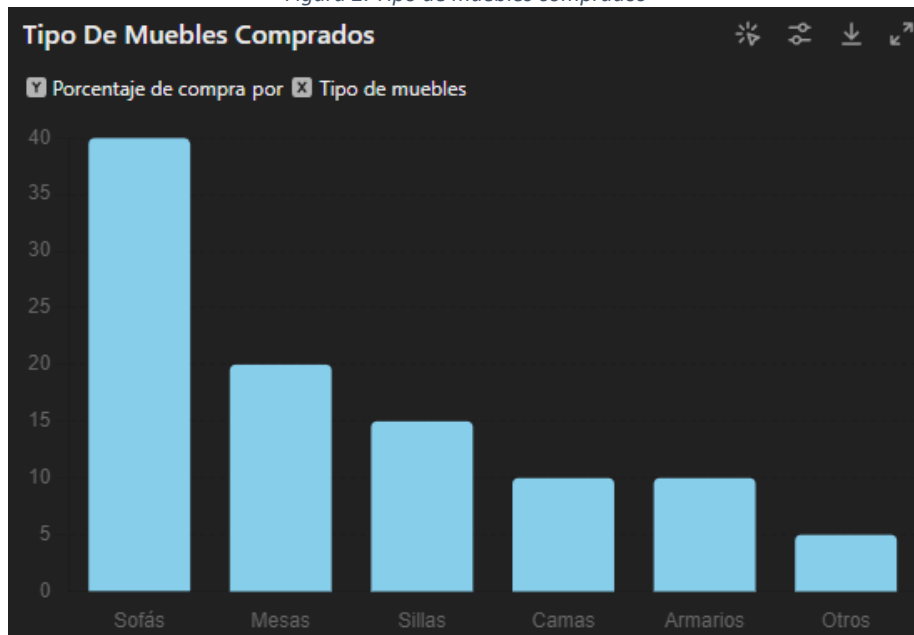
Figura 1. Frecuencia de compra de muebles



Fuente: Elaboración Propia

La figura 2, de barras ilustra el porcentaje de clientes que compran diferentes tipos de muebles. Los resultados muestran que los sofás son los más comprados (40%), seguidos de las mesas (20%), sillas (15%), camas (10%), armarios (10%) y otros tipos de muebles (5%).

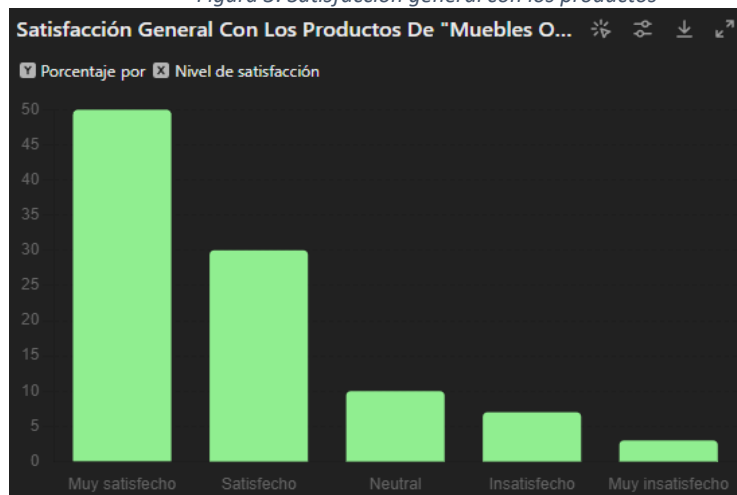
Figura 2. Tipo de muebles comprados



Fuente: Elaboración Propia

La figura 3, de barras representa el nivel de satisfacción de los clientes con los productos de "Muebles Ortega". La mayoría de los clientes están muy satisfechos (50%) o satisfechos (30%), mientras que un 10% se siente neutral, un 7% está insatisfecho y un 3% muy insatisfecho.

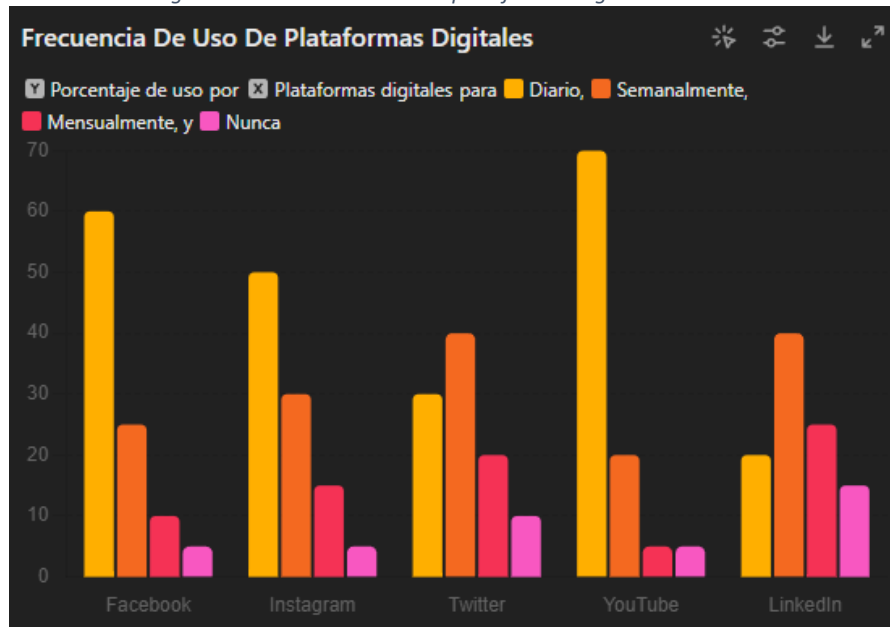
Figura 3. Satisfacción general con los productos



Fuente: Elaboración Propia

La figura 4 de barras apiladas muestra la frecuencia con la que los clientes utilizan diversas plataformas digitales. Facebook y YouTube son las más utilizadas a diario, seguidas de Instagram y Twitter. LinkedIn tiene una menor frecuencia de uso diario, pero es usada semanalmente por un número significativo de usuarios.

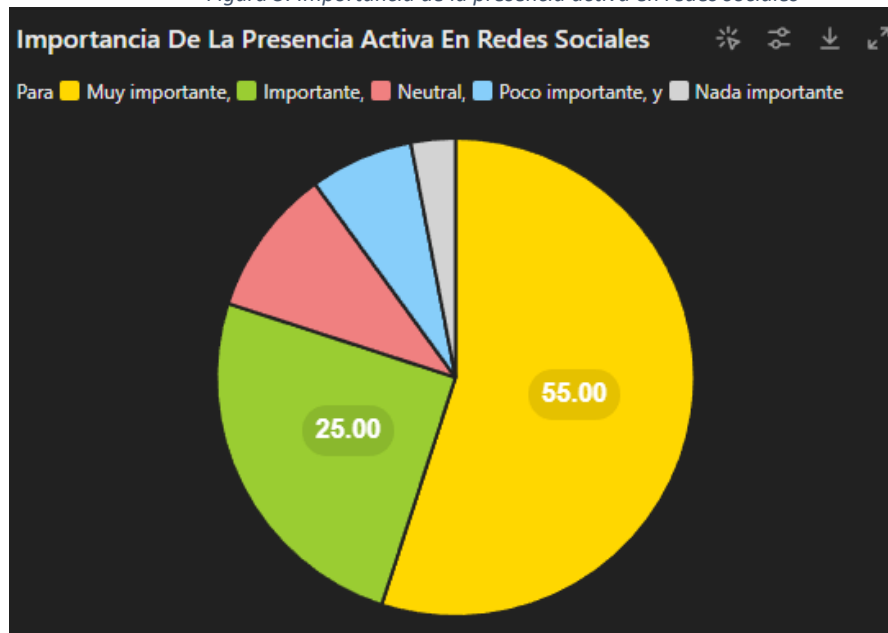
Figura 4. Frecuencia de uso de plataformas digitales



Fuente: Elaboración Propia

La figura 5, de pastel indica la importancia que los clientes otorgan a la presencia de "Muebles Ortega" en redes sociales. La mayoría considera que es muy importante (55%) o importante (25%), mientras que un 10% se mantiene neutral y un pequeño porcentaje la considera poco importante (7%) o nada importante (3%).

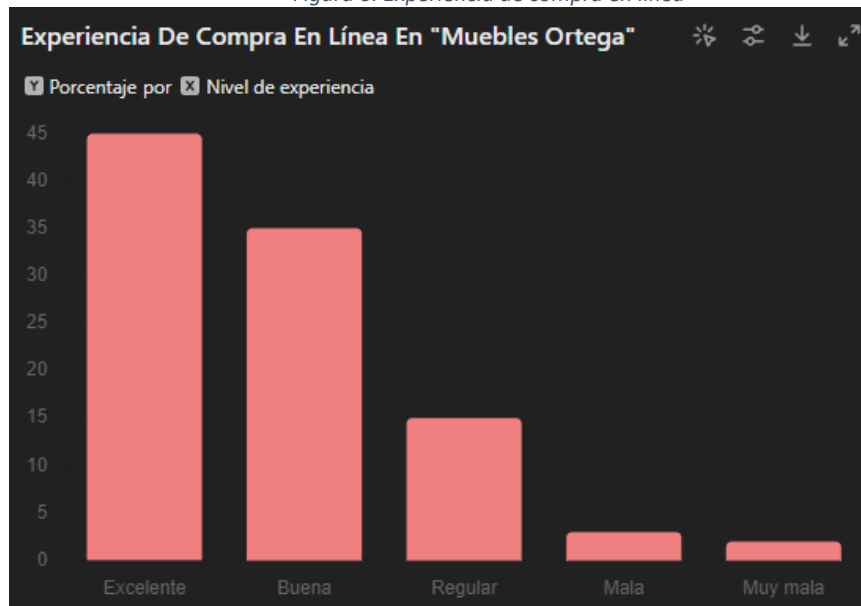
Figura 5. Importancia de la presencia activa en redes sociales



Fuente: Elaboración Propia

La figura 6, de barras muestra cómo califican los clientes su experiencia de compra en línea con "Muebles Ortega". La mayoría de los clientes tuvo una experiencia excelente (45%) o buena (35%), mientras que un 15% la consideró regular, un 3% mala y un 2% muy mala.

Figura 6. Experiencia de compra en línea



Fuente: Elaboración Propia

1.3. Análisis de Resultados y Estadística Descriptiva

Frecuencia de compra de muebles:

- **Distribución de respuestas:** Una vez al año o menos (30%), Cada seis meses (25%), Cada tres meses (20%), Cada mes (25%).
- **Interpretación:** La mayoría de los clientes compra muebles con una frecuencia baja, lo que indica un ciclo de compra relativamente largo. Esto sugiere que "Muebles Ortega" debería enfocarse en estrategias de retención y fidelización a largo plazo, así como en atraer nuevos clientes.

Tipo de muebles comprados:

- **Distribución de respuestas:** Sofás (40%), Mesas (20%), Sillas (15%), Camas (10%), Armarios (10%), Otros (5%).
- **Interpretación:** Los sofás son los productos más populares, seguidos de las mesas y sillas. Esto indica que la empresa debería centrar sus campañas de marketing en estos productos principales.

Satisfacción general con los productos:

- **Distribución de respuestas:** Muy satisfecho (50%), Satisfecho (30%), Neutral (10%), Insatisfecho (7%), Muy insatisfecho (3%).
- **Interpretación:** La satisfacción del cliente es alta, con el 80% de los clientes sintiéndose satisfechos o muy satisfechos. Sin embargo, hay un pequeño porcentaje de clientes insatisfechos que debe ser atendido.

Frecuencia de uso de plataformas digitales:

- **Distribución de respuestas (Diario):** Facebook (60%), Instagram (50%), Twitter (30%), YouTube (70%), LinkedIn (20%).
- **Interpretación:** Facebook y YouTube son las plataformas más utilizadas a diario, lo que sugiere que "Muebles Ortega" debería priorizar estas plataformas en sus estrategias de marketing digital.

Importancia de la presencia activa en redes sociales:

- **Distribución de respuestas:** Muy importante (55%), Importante (25%), Neutral (10%), Poco importante (7%), Nada importante (3%).
- **Interpretación:** La mayoría de los clientes considera importante la presencia activa en redes sociales, lo que refuerza la necesidad de mantener una estrategia sólida en estas plataformas.

Experiencia de compra en línea:

- **Distribución de respuestas:** Excelente (45%), Buena (35%), Regular (15%), Mala (3%), Muy mala (2%).
- **Interpretación:** La experiencia de compra en línea es mayormente positiva, pero hay margen para mejorar, especialmente para el 15% que la considera regular o peor.

1.4. Conclusiones de cada pregunta del estudio

Frecuencia de compra de muebles:

- **Conclusión:** La compra de muebles no es frecuente para la mayoría de los clientes. Es crucial para "Muebles Ortega" enfocarse en la calidad y durabilidad de sus productos, así como en campañas de marketing que mantengan a los clientes comprometidos entre compras.

Tipo de muebles comprados:

- **Conclusión:** Sofás, mesas y sillas son los productos más demandados. "Muebles Ortega" debería destinar más recursos a la promoción y desarrollo de estos productos.

Satisfacción general con los productos:

- **Conclusión:** La alta satisfacción del cliente es un punto fuerte. La empresa debe mantener estos estándares y abordar las áreas de insatisfacción para mejorar aún más la experiencia del cliente.

Frecuencia de uso de plataformas digitales:

- **Conclusión:** Facebook y YouTube son las plataformas más efectivas para alcanzar a los clientes. "Muebles Ortega" debe centrarse en contenido relevante y atractivo en estas plataformas.

Importancia de la presencia activa en redes sociales:

- **Conclusión:** Una presencia activa en redes sociales es crucial. La empresa debe asegurarse de mantener una comunicación constante y de alta calidad en estas plataformas para construir y mantener la confianza del cliente.

Experiencia de compra en línea:

- **Conclusión:** Aunque la mayoría de los clientes tienen una experiencia positiva, "Muebles Ortega" debería trabajar en mejorar los aspectos del proceso de compra en línea para reducir las experiencias regulares o negativas.

1.5. FODA Final

1.5.1. Fortalezas:

- Alta satisfacción del cliente con los productos.
- Popularidad de sofás, mesas y sillas.
- Uso frecuente de plataformas digitales como Facebook y YouTube por parte de los clientes.

1.5.2. Oportunidades:

- Mejorar la experiencia de compra en línea.
- Aumentar la presencia activa y efectiva en redes sociales.
- Fidelizar a los clientes para aumentar la frecuencia de compra.

1.5.3. Debilidades:

- Baja frecuencia de compra de muebles.
- Un pequeño porcentaje de clientes insatisfechos.
- Necesidad de mejorar la experiencia de compra en línea para algunos clientes.

1.5.4. Amenazas:

- Competencia intensa en el mercado de muebles en línea.
- Cambios rápidos en las preferencias de los consumidores y las plataformas digitales.
- La posibilidad de que la insatisfacción, aunque pequeña, afecte la percepción general de la marca.

1.6. Selección de variables para el Plan de Negocio Digital

1.6.1. Perfil del consumidor

El perfil del consumidor de "Muebles Ortega" se ha desarrollado a partir de los datos recopilados en la encuesta y el análisis del mercado. A continuación, se describen las características demográficas y psicográficas más relevantes:

- Edad: La mayoría de los consumidores tienen entre 30 y 50 años.
- Género: Existe una distribución equilibrada entre hombres y mujeres.
- Nivel educativo: La mayoría de los consumidores tienen educación universitaria.
- Ingresos: Los ingresos promedio de los consumidores se sitúan en el rango medio-alto.
- Ocupación: Muchos de los consumidores son profesionales y ejecutivos.
- Ubicación: Predominantemente ubicados en áreas urbanas con acceso a Internet y tecnología.

1.6.2. Gustos, preferencias e intereses

Los gustos, preferencias e intereses de los consumidores de "Muebles Ortega" se pueden resumir de la siguiente manera:

- Estilo de muebles preferido: Los consumidores prefieren muebles modernos y contemporáneos que se adapten a las tendencias actuales de diseño de interiores.
- Materiales preferidos: Alta demanda de muebles hechos de materiales duraderos y de alta calidad, como madera maciza y telas de alta resistencia.
- Colores: Preferencia por colores neutros y sobrios, aunque algunos consumidores también muestran interés en acentos de color para destacar.
- Canales de compra: La mayoría de los consumidores prefieren comprar en línea debido a la comodidad y la capacidad de comparar productos y precios.
- Intereses: Los consumidores están interesados en diseño de interiores, decoración del hogar, y tecnología que facilite la vida diaria.

1.6.3. Segmento de mercado

El segmento de mercado de "Muebles Ortega" se define principalmente por:

- Demografía: Personas entre 30 y 50 años, de ingresos medios a altos, con educación universitaria, ubicadas en áreas urbanas.
- Psicografía: Profesionales que valoran la calidad, el diseño y la funcionalidad en los muebles. Son conscientes de las tendencias de diseño y prefieren productos que reflejen su estilo personal y estatus.

- Comportamiento: Compradores que investigan en línea antes de tomar decisiones de compra, buscan productos de calidad y están dispuestos a pagar más por muebles duraderos y estéticamente atractivos. Valoran una buena experiencia de compra en línea y un servicio al cliente eficiente.

1.7. Producto o servicio

El producto o servicio que "Muebles Ortega" ofrece debe alinearse con las preferencias y necesidades identificadas en su mercado objetivo. A continuación, se describen las características clave del producto o servicio:

- **Muebles:**
 - Diseño: Moderno y contemporáneo, adaptable a diferentes estilos de decoración.
 - Calidad: Alta, utilizando materiales duraderos y técnicas de fabricación robustas.
 - Funcionalidad: Muebles que no solo sean estéticamente agradables, sino también funcionales y prácticos para el uso diario.
- **Servicios:**
 - Compra en línea: Plataforma fácil de usar con opciones de personalización y visualización 3D de los muebles en diferentes ambientes.
 - Entrega y montaje: Servicio de entrega rápida y montaje profesional, asegurando que los muebles lleguen en perfectas condiciones y estén listos para usar.
 - Atención al cliente: Soporte al cliente eficiente y accesible, con opciones de contacto a través de chat en vivo, correo electrónico y teléfono.
 - Garantía y devoluciones: Políticas claras y justas de garantía y devoluciones que generen confianza en los consumidores.

1.8. Promoción y Comunicación

La promoción y comunicación de "Muebles Ortega" debe centrarse en estrategias de marketing digital y el uso efectivo de las redes sociales para alcanzar y atraer a su público objetivo. A continuación, se detallan las tácticas clave:

- Redes Sociales: Utilizar plataformas como Facebook, Instagram y YouTube para compartir contenido visual atractivo, incluidos videos de productos, tutoriales de decoración y testimonios de clientes.
- Publicidad Digital: Implementar campañas de publicidad dirigida en redes sociales y motores de búsqueda (Google Ads) para aumentar la visibilidad y atraer tráfico al sitio web.
- Email Marketing: Enviar boletines informativos y promociones exclusivas a los clientes suscritos para mantener el interés y fomentar la repetición de compras.
- Influencers y Colaboraciones: Colaborar con influencers y bloggers de diseño de interiores para ampliar el alcance y credibilidad de la marca.
- SEO: Optimizar el sitio web para motores de búsqueda, asegurando que "Muebles Ortega" aparezca en las primeras posiciones de búsqueda para palabras clave relevantes.

1.9. Precios

La estrategia de precios de "Muebles Ortega" debe reflejar la calidad y el diseño de sus productos, manteniéndose competitiva en el mercado. Las consideraciones clave incluyen:

- Precio Basado en Valor: Establecer precios que reflejen la alta calidad y el diseño distintivo de los muebles, asegurando que los clientes perciban el valor que están obteniendo.
- Segmentación de Precios: Ofrecer una gama de productos con diferentes niveles de precios para atraer a distintos segmentos del mercado, desde opciones premium hasta más asequibles.
- Descuentos y Promociones: Implementar descuentos temporales y promociones especiales para incentivar las compras y atraer nuevos clientes.

1.10. Forma de compra en el canal de distribución

La forma de compra debe ser sencilla y conveniente, optimizando la experiencia del cliente en línea:

- E-commerce: Un sitio web fácil de navegar con descripciones detalladas de productos, fotos de alta calidad y herramientas de personalización.
- Compra Móvil: Asegurarse de que el sitio web esté optimizado para dispositivos móviles, facilitando las compras desde cualquier lugar.
- Atención al Cliente: Ofrecer soporte en línea a través de chat en vivo, correo electrónico y teléfono para resolver dudas y asistir en el proceso de compra.

1.11. Hábitos de consumo y decisión de compra

Entender los hábitos de consumo y los factores que influyen en la decisión de compra es crucial para "Muebles Ortega":

- Investigación en Línea: La mayoría de los consumidores investigan en línea antes de realizar una compra. Por lo tanto, es esencial proporcionar información detallada y transparente sobre los productos.
- Opiniones y Reseñas: Las reseñas y testimonios de otros clientes juegan un papel importante en la decisión de compra. Incentivar a los clientes satisfechos a dejar reseñas puede ser beneficioso.
- Sostenibilidad: Cada vez más, los consumidores valoran las prácticas sostenibles. Destacar cualquier iniciativa ecológica o materiales sostenibles utilizados en la fabricación puede ser un factor decisivo.

1.12. Forma de pago y logística de entrega

Ofrecer múltiples opciones de pago y una logística de entrega eficiente es fundamental para la satisfacción del cliente:

Opciones de Pago:

- Tarjetas de Crédito/Débito: Aceptar las principales tarjetas de crédito y débito.
- Pagos Digitales: Integrar opciones de pago digital como PayPal, Apple Pay y Google Wallet.
- Financiación: Ofrecer planes de financiamiento para compras de mayor valor, facilitando a los clientes la adquisición de productos costosos.
- **Logística de Entrega:**
 - Entrega a Domicilio: Ofrecer entrega rápida y confiable a domicilio, con opciones de seguimiento en tiempo real.

- Montaje: Incluir el servicio de montaje profesional como parte del paquete de entrega para garantizar que los muebles lleguen e instalen correctamente.

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

Tabla 4. Planificación estratégica

Objetivos	Estrategias	Metas	Plan de Acción	Responsables	Presupuesto
1. Aumentar la visibilidad en línea	<ul style="list-style-type: none"> - Marketing en redes sociales SEO - Publicidad digital 	<ul style="list-style-type: none"> - Incrementar el tráfico web en un 30% en 6 meses 	<ul style="list-style-type: none"> - Crear contenido atractivo para redes sociales - Optimizar el sitio web para SEO - Ejecutar campañas PPC 	Equipo de marketing	\$500 trimestrales
2. Mejorar la experiencia de compra en línea	<ul style="list-style-type: none"> - Rediseño del sitio web - Mejora del proceso de compra 	<ul style="list-style-type: none"> - Reducir la tasa de abandono del carrito en un 20% en 6 meses 	<ul style="list-style-type: none"> - Rediseñar la interfaz del sitio web - Simplificar el proceso de pago - Implementar soporte en vivo 	Equipo de desarrollo y UX/UI	\$200 trimestrales

<p>3. Aumentar la satisfacción y fidelización del cliente</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Programa de fidelización - Mejora del servicio al cliente 	<p style="text-align: center;">-</p> <p>Incrementar la retención de clientes en un 15% en 1 año</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar un programa de recompensas - Capacitar al personal de atención al cliente - Enviar encuestas 	<p>Equipo de atención al cliente</p>	<p>\$300 trimestrales</p>
<p>4. Expandir la cuota de mercado</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Nuevas líneas de productos - Promociones y descuentos 	<p>- Incrementar las ventas en un 25% en 1 año</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Lanzar nuevas colecciones - Ofrecer descuentos estacionales - Realizar campañas promocionales 	<p>Equipo de ventas y desarrollo de productos</p>	<p>\$500 trimestrales</p>

5. Fortalecer la presencia en el mercado	Colaboraciones con influencers - Eventos y ferias comerciales	- Aumentar el reconocimiento de marca en un 20% en 1 año	- Colaborar con influencers del sector - Participar en ferias y eventos de la industria	Equipo de relaciones públicas	\$250 trimestrales
6. Optimizar la logística y entrega	- Mejora de la cadena de suministro - Integración de servicios de montaje	- Reducir el tiempo de entrega en un 25% en 6 meses	- Revisar y optimizar la cadena de suministro - Ofrecer servicio de montaje gratuito	Equipo de logística	\$300 trimestrales

Fuente: Elaboración Propia

La tabla de planificación estratégica para "Muebles Ortega" detalla de manera organizada y estructurada los objetivos a largo plazo de la empresa, las estrategias para alcanzarlos, las metas específicas, los planes de acción detallados, los responsables de cada tarea y el presupuesto asignado. A continuación, se describe cada componente de la tabla:

Objetivos

Estos son los logros a largo plazo que "Muebles Ortega" se propone alcanzar. Los objetivos proporcionan una dirección clara y establecen el marco para todas las actividades estratégicas. Los objetivos en la tabla incluyen aumentar la visibilidad en línea, mejorar la experiencia de compra en línea, incrementar la satisfacción y fidelización del cliente, expandir la cuota de mercado, fortalecer la presencia en el mercado y optimizar la logística y entrega.

Estrategias

Las estrategias son los métodos y enfoques que la empresa utilizará para alcanzar cada objetivo. Estas incluyen acciones como marketing en redes sociales, optimización para motores de búsqueda (SEO), publicidad digital, rediseño del sitio web, programas de fidelización, promociones y descuentos, colaboraciones con influencers, y mejoras en la cadena de suministro.

Metas

Las metas son objetivos específicos, medibles y con un plazo definido que la empresa se propone alcanzar como parte de su estrategia general. Por ejemplo, incrementar el tráfico web en un 30% en seis meses, reducir la tasa de abandono del

carrito en un 20% en seis meses, o aumentar el reconocimiento de marca en un 20% en un año.

Plan de Acción

El plan de acción detalla los pasos específicos que se tomarán para implementar cada estrategia. Incluye actividades como crear contenido atractivo para redes sociales, optimizar el sitio web para SEO, ejecutar campañas de pago por clic (PPC), rediseñar la interfaz del sitio web, simplificar el proceso de pago, capacitar al personal de atención al cliente, lanzar nuevas colecciones de productos y participar en ferias y eventos de la industria.

Responsables

Los responsables son los equipos o individuos designados para llevar a cabo las acciones planificadas. Esto asegura que cada tarea tenga un propietario claro y facilita la rendición de cuentas. En la tabla, los responsables incluyen el equipo de marketing, el equipo de desarrollo y UX/UI, el equipo de atención al cliente, el equipo de ventas y desarrollo de productos, el equipo de relaciones públicas y el equipo de logística.

Presupuesto

El presupuesto asignado para cada estrategia se indica de manera trimestral, proporcionando una visión clara de los recursos financieros necesarios para implementar las acciones planificadas. Esto incluye montos específicos para actividades como marketing digital, desarrollo del sitio web, programas de fidelización, campañas promocionales, colaboraciones con influencers y mejoras logísticas.

La tabla de planificación estratégica proporciona una visión integral y detallada de cómo "Muebles Ortega" planea alcanzar sus objetivos comerciales. Define

claramente qué se debe hacer, quién es responsable de hacerlo, cómo se medirá el éxito y cuánto costará implementar cada estrategia, facilitando la gestión efectiva y el seguimiento del progreso.

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

6.1. Normativa del Comercio electrónico en Ecuador y Ley Consumidor

El comercio electrónico en Ecuador está regulado por una serie de leyes y normativas que buscan proteger tanto a los consumidores como a los comerciantes, asegurando transacciones justas y seguras. A continuación, se detallan los aspectos más relevantes de la normativa del comercio electrónico y la Ley del Consumidor que "Muebles Ortega" debe cumplir al operar su tienda en línea.

6.2. Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos

La Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos (Ley 67) regula las actividades comerciales realizadas a través de medios electrónicos en Ecuador.

Principales Aspectos:

1. Firmas Electrónicas:

- Las firmas electrónicas tienen la misma validez legal que las firmas manuscritas.
- Se debe garantizar la autenticidad e integridad de los documentos firmados electrónicamente.

2. Mensajes de Datos:

- Los mensajes de datos (como correos electrónicos) tienen validez legal y pueden ser utilizados como prueba en procedimientos legales.
- Es importante conservar los mensajes de datos que respalden transacciones comerciales.

3. Contratos Electrónicos:

- Los contratos celebrados por medios electrónicos son válidos, siempre y cuando cumplan con los requisitos legales establecidos.
- Se debe proporcionar información clara y precisa sobre los términos y condiciones del contrato.

6.3. Ley Orgánica de Defensa del Consumidor

La Ley Orgánica de Defensa del Consumidor protege los derechos de los consumidores y establece obligaciones para los proveedores de bienes y servicios.

Derechos del Consumidor:

1. Derecho a la Información:

- Los consumidores tienen derecho a recibir información veraz, clara y completa sobre los productos y servicios ofrecidos.
- "Muebles Ortega" debe proporcionar descripciones detalladas de sus productos, precios, condiciones de venta, y políticas de devolución y garantía.

2. Derecho a la Protección Contra Publicidad Engañosa:

- Está prohibido realizar publicidad falsa o engañosa que pueda inducir a error a los consumidores.

- Toda la publicidad de "Muebles Ortega" debe ser veraz y sustentada.

3. Derecho a la Seguridad y Calidad:

- Los productos ofrecidos deben cumplir con los estándares de seguridad y calidad establecidos por la normativa ecuatoriana.
- "Muebles Ortega" debe asegurarse de que sus productos sean seguros para el uso y cumplan con los estándares de calidad.

4. Derecho a la Reparación e Indemnización:

- Los consumidores tienen derecho a la reparación de los daños causados por productos defectuosos.
- "Muebles Ortega" debe ofrecer garantías y servicios postventa adecuados para sus productos.

Obligaciones del Proveedor:

1. Información y Atención al Cliente:

- Proveer un servicio de atención al cliente eficiente que responda a consultas y reclamos de manera oportuna.
- Publicar y mantener actualizadas las políticas de devolución y garantía.

2. Protección de Datos Personales:

- Garantizar la privacidad y protección de los datos personales de los clientes.
- Implementar medidas de seguridad para proteger la información recopilada en línea.

3. **Mecanismos de Resolución de Conflictos:**

- Establecer procedimientos para la resolución de conflictos y reclamos de los consumidores.
- Proporcionar acceso a mecanismos de resolución alternativos, como mediación y arbitraje.

Aplicación en "Muebles Ortega"

6.4. **Cumplimiento de la Ley de Comercio Electrónico:**

1. **Uso de Firmas Electrónicas:**

- Implementar el uso de firmas electrónicas para validar transacciones y contratos en línea.
- Asegurar la autenticidad e integridad de los documentos electrónicos.

2. **Gestión de Mensajes de Datos:**

- Conservar registros electrónicos de todas las transacciones y comunicaciones importantes.
- Utilizar sistemas seguros para el almacenamiento y gestión de estos registros.

3. **Contratos Electrónicos:**

- Proporcionar términos y condiciones claros y accesibles para todos los contratos electrónicos.
- Asegurarse de que los clientes acepten explícitamente los términos antes de completar una compra.

Cumplimiento de la Ley del Consumidor:

1. Información Clara y Veraz:

- Publicar descripciones detalladas de los productos, incluyendo especificaciones técnicas, materiales, precios y condiciones de venta.
- Mantener transparencia en todas las promociones y ofertas.

2. Publicidad Transparente:

- Asegurar que todas las campañas publicitarias sean precisas y no engañosas.
- Evitar cualquier tipo de publicidad que pueda inducir a error a los consumidores.

3. Seguridad y Calidad de los Productos:

- Realizar controles de calidad rigurosos para garantizar que los productos cumplan con los estándares establecidos.
- Ofrecer garantías adecuadas y servicios de reparación postventa.

4. Protección de Datos Personales:

- Implementar políticas de privacidad robustas para proteger los datos personales de los clientes.
- Utilizar tecnologías de encriptación y otras medidas de seguridad para salvaguardar la información recopilada en la tienda en línea.

5. Atención al Cliente y Resolución de Conflictos:

- Establecer un servicio de atención al cliente que gestione consultas y reclamos de manera eficiente.
- Proporcionar información clara sobre los procedimientos de devolución y garantía.

Al cumplir con estas normativas, "Muebles Ortega" no solo asegurará la legalidad de sus operaciones en línea, sino que también fomentará la confianza y satisfacción de sus clientes, contribuyendo al éxito y crecimiento de la empresa en el mercado digital.

6.5. Normativa Tributaria para Tiendas en línea en Ecuador

La normativa tributaria para tiendas en línea en Ecuador está regulada por diversas leyes y reglamentos que buscan asegurar el cumplimiento de las obligaciones fiscales de las empresas que operan en el ámbito del comercio electrónico. Estas normativas incluyen aspectos como el pago del Impuesto al Valor Agregado (IVA), el Impuesto a la Renta, y la correcta emisión de comprobantes de venta electrónicos. A continuación, se detallan los aspectos más relevantes:

1. Impuesto al Valor Agregado (IVA):

- Todas las ventas realizadas a través de tiendas en línea están sujetas al IVA, cuya tasa general es del 12%.
- Las empresas deben emitir facturas electrónicas que reflejen el IVA cobrado en cada transacción.
- Es importante llevar un registro detallado de todas las ventas y pagos del IVA para cumplir con las obligaciones tributarias.

2. Impuesto a la Renta:

- Las ganancias generadas por las ventas en línea están sujetas al Impuesto a la Renta.
- Las empresas deben calcular y declarar el Impuesto a la Renta anualmente, considerando las ganancias netas obtenidas durante el ejercicio fiscal.

- Es crucial mantener una contabilidad ordenada y precisa para determinar correctamente las obligaciones fiscales.

3. Emisión de comprobantes electrónicos:

- Las tiendas en línea están obligadas a emitir comprobantes de venta electrónicos, como facturas, notas de crédito y débito.
- Estos comprobantes deben cumplir con los requisitos establecidos por el Servicio de Rentas Internas (SRI) en cuanto a formato y contenido.
- La emisión de comprobantes electrónicos facilita la fiscalización y el control por parte de las autoridades tributarias.

4. Retenciones de impuestos:

- En ciertas transacciones, las tiendas en línea pueden estar obligadas a realizar retenciones de impuestos, como retenciones de IVA o Impuesto a la Renta.
- Estas retenciones deben ser declaradas y pagadas al SRI dentro de los plazos establecidos.

5. Registro y declaración de inventarios:

- Las empresas que operan tiendas en línea deben llevar un registro actualizado de sus inventarios, especialmente si comercializan productos físicos.
- El registro de inventarios es esencial para la correcta declaración de impuestos y para la gestión eficiente del negocio.

"Muebles Ortega", una empresa con más de tres décadas de trayectoria en la fabricación artesanal de muebles ha sabido adaptarse a los cambios del mercado y a las exigencias del entorno digital. Fundada por Don Ricardo Ortega, la empresa comenzó

como un pequeño taller familiar y ha crecido hasta convertirse en una marca reconocida a nivel nacional. La incorporación de tecnologías modernas y la apertura de una tienda en línea han sido pasos clave en su evolución.

Con el auge del comercio electrónico, "Muebles Ortega" se ha beneficiado de una mayor visibilidad y acceso a una audiencia más amplia, incluyendo clientes internacionales. Sin embargo, también ha asumido la responsabilidad de cumplir con la normativa tributaria vigente para tiendas en línea en Ecuador. Esto incluye la emisión de facturas electrónicas, el pago del IVA, la declaración del Impuesto a la Renta, y la gestión adecuada de sus inventarios y retenciones fiscales.

La segunda generación de la familia Ortega, que ahora dirige la empresa, mantiene viva la visión y los valores fundacionales de muebles Ortega, combinando tradición y modernidad para ofrecer productos de alta calidad que responden a las necesidades y preferencias cambiantes de los consumidores. La adopción de estrategias de marketing digital y la gestión eficaz de sus obligaciones tributarias son elementos esenciales para el éxito continuo de "Muebles Ortega" en el competitivo mercado actual.

6.6. Organización del Departamento de Inbound Marketing

El departamento de Inbound Marketing en una empresa como "Muebles Ortega" juega un papel crucial en la atracción, conversión, cierre y deleite de los clientes a través de estrategias digitales centradas en el cliente. La organización de este departamento debe ser meticulosa y orientada a maximizar la eficiencia y efectividad de las campañas

de marketing. A continuación, se describe la estructura recomendada y las funciones clave dentro del departamento de Inbound Marketing.

Estructura del Departamento de Inbound Marketing

1. Director de Inbound Marketing

○ Responsabilidades:

- Liderar y supervisar todas las actividades de inbound marketing.
- Definir la estrategia de inbound marketing alineada con los objetivos generales de la empresa.
- Coordinar con otros departamentos, como ventas y atención al cliente, para asegurar una estrategia integral.
- Analizar el rendimiento de las campañas y ajustar las estrategias según sea necesario.

○ Habilidades requeridas:

- Experiencia en marketing digital.
- Capacidad de liderazgo y gestión de equipos.
- Habilidades analíticas y conocimiento profundo de herramientas de marketing digital.

2. Especialista en Contenido

○ Responsabilidades:

- Crear y gestionar contenido relevante y valioso para atraer y retener a la audiencia objetivo.
- Escribir blogs, artículos, guías, estudios de caso y contenido para redes sociales.

- Optimizar el contenido para SEO para mejorar la visibilidad en los motores de búsqueda.
- Colaborar con diseñadores gráficos y otros creadores de contenido para producir contenido multimedia.
- **Habilidades requeridas:**
 - Habilidades de redacción y edición.
 - Conocimiento en SEO y marketing de contenidos.
 - Creatividad y habilidades para contar historias.

3. Especialista en SEO y SEM

- **Responsabilidades:**
 - Implementar estrategias de SEO para mejorar el ranking en los motores de búsqueda.
 - Gestionar campañas de publicidad pagada (SEM) para atraer tráfico relevante y calificado.
 - Analizar y reportar el rendimiento de las campañas de SEO y SEM.
 - Realizar investigaciones de palabras clave y análisis de la competencia.
- **Habilidades requeridas:**
 - Experiencia en SEO y SEM.
 - Habilidad para analizar datos y tomar decisiones basadas en métricas.
 - Conocimiento de herramientas como Google Analytics, Google Ads, y SEMuch

4. Especialista en Redes Sociales

- **Responsabilidades:**
 - Desarrollar y ejecutar estrategias de redes sociales para aumentar la visibilidad de la marca y la interacción con los seguidores.

- Crear y programar publicaciones en diversas plataformas sociales.
- Monitorizar y responder a los comentarios y mensajes en las redes sociales.
- Analizar el rendimiento de las campañas en redes sociales y ajustar las estrategias en consecuencia.
- **Habilidades requeridas:**
 - Conocimiento profundo de las plataformas de redes sociales.
 - Habilidades de comunicación y capacidad para interactuar con la audiencia.
 - Experiencia en el uso de herramientas de gestión de redes sociales.

5. Analista de Marketing

- **Responsabilidades:**
 - Recopilar y analizar datos de todas las campañas de marketing para evaluar su efectividad.
 - Identificar tendencias y patrones que puedan informar futuras estrategias de marketing.
 - Proporcionar informes regulares sobre el rendimiento de las campañas al Director de Inbound Marketing.
 - Colaborar con otros especialistas para optimizar las estrategias basadas en datos.
- **Habilidades requeridas:**
 - Habilidad para trabajar con datos y análisis estadístico.
 - Experiencia en el uso de herramientas analíticas.
 - Capacidad para interpretar datos y proporcionar recomendaciones estratégicas.

Procesos y Estrategias

1. **Atracción:**

- Uso de técnicas de SEO y SEM para atraer tráfico orgánico y pagado.
- Creación de contenido relevante y valioso para el blog y redes sociales.

2. **Conversión:**

- Diseño de landing pages efectivas y llamadas a la acción (CTAs).
- Implementación de formularios y lead magnets para capturar información de los visitantes.

3. **Cierre:**

- Nutrición de leads a través de campañas de email marketing y contenido personalizado.
- Utilización de CRM para gestionar y seguir el progreso de los leads hasta la conversión.

4. **Deleite:**

- Ofrecer contenido y experiencias excepcionales para fidelizar a los clientes.
- Utilización de encuestas y feedback para mejorar continuamente las estrategias y productos.

Caso de "Muebles Ortega"

"Muebles Ortega", con su sólida reputación y tradición, se beneficiará enormemente de un departamento de Inbound Marketing bien organizado. La transición

de un taller artesanal a una empresa con presencia digital implica la necesidad de una estrategia de marketing digital robusta y bien ejecutada.

- 1. Creación de contenido de valor:** Dado que "Muebles Ortega" tiene una historia rica y productos de alta calidad, el contenido debe resaltar estos aspectos. Blogs sobre la historia de la empresa, guías de diseño de interiores, y estudios de caso de clientes satisfechos pueden atraer a una audiencia interesada en muebles de calidad.
- 2. SEO y SEM:** La optimización de la tienda en línea para los motores de búsqueda asegurará que los productos de "Muebles Ortega" sean fácilmente encontrados por los clientes potenciales. Campañas de SEM pueden ayudar a captar tráfico inmediato y cualificado.
- 3. Redes Sociales:** Utilizar plataformas como Instagram y Facebook para mostrar los productos, contar historias de la empresa y interactuar con los seguidores ayudará a construir una comunidad leal alrededor de la marca.
- 4. Análisis y Ajustes:** Continuamente analizar el rendimiento de las campañas y ajustar las estrategias basadas en datos asegurará que "Muebles Ortega" se mantenga competitivo y relevante en el mercado digital.

Con una organización del departamento de Inbound Marketing bien estructurada y enfocada en el cliente, "Muebles Ortega" podrá no solo mantener su legado de calidad y servicio al cliente, sino también expandirse y prosperar en la era digital.

6.7. Puestos claves del Departamento

El Departamento de Inbound Marketing de "Muebles Ortega" debe estar compuesto por profesionales con habilidades y roles específicos para garantizar el éxito de sus estrategias de marketing digital. A continuación, se describen los puestos claves necesarios y sus respectivas responsabilidades:

1. Director de Inbound Marketing

Responsabilidades:

- Desarrollar y liderar la estrategia de inbound marketing alineada con los objetivos de la empresa.
- Coordinar y supervisar las actividades del equipo de inbound marketing.
- Colaborar con otros departamentos para asegurar la cohesión en las estrategias de marketing.
- Evaluar el rendimiento de las campañas y ajustar las estrategias según sea necesario.
- Mantenerse actualizado con las tendencias y mejores prácticas de marketing digital.

Habilidades requeridas:

- Experiencia en marketing digital y liderazgo de equipos.
- Habilidades analíticas y capacidad para interpretar datos.
- Excelentes habilidades de comunicación y gestión de proyectos.

2. Especialista en Contenido

Responsabilidades:

- Crear y gestionar contenido de alta calidad para atraer y retener a la audiencia objetivo.
- Redactar blogs, artículos, guías, estudios de caso, y contenido para redes sociales.
- Optimizar el contenido para SEO para mejorar la visibilidad en los motores de búsqueda.
- Colaborar con diseñadores gráficos para producir contenido visualmente atractivo.

Habilidades requeridas:

- Excelentes habilidades de redacción y edición.
- Conocimiento en SEO y marketing de contenidos.
- Creatividad y capacidad para generar ideas atractivas.

3. Especialista en SEO y SEM

Responsabilidades:

- Implementar y gestionar estrategias de SEO para mejorar el ranking en los motores de búsqueda.
- Gestionar campañas de publicidad pagada (SEM) para atraer tráfico cualificado.
- Analizar y reportar el rendimiento de las campañas de SEO y SEM.
- Realizar investigaciones de palabras clave y análisis de la competencia.

Habilidades requeridas:

- Experiencia en SEO y SEM.
- Habilidad para analizar datos y tomar decisiones basadas en métricas.
- Conocimiento de herramientas como Google Analytics, Google Ads, y herramientas de SEO.

4. Especialista en Redes Sociales**Responsabilidades:**

- Desarrollar y ejecutar estrategias de redes sociales para aumentar la visibilidad de la marca y la interacción con los seguidores.
- Crear y programar publicaciones en diversas plataformas sociales.
- Monitorizar y responder a comentarios y mensajes en redes sociales.
- Analizar el rendimiento de las campañas en redes sociales y ajustar las estrategias en consecuencia.

Habilidades requeridas:

- Conocimiento profundo de las plataformas de redes sociales.
- Habilidades de comunicación y capacidad para interactuar con la audiencia.
- Experiencia en el uso de herramientas de gestión de redes sociales.

5. Analista de Marketing

Responsabilidades:

- Recopilar y analizar datos de todas las campañas de marketing para evaluar su efectividad.
- Identificar tendencias y patrones que puedan informar futuras estrategias de marketing.
- Proporcionar informes regulares sobre el rendimiento de las campañas al Director de Inbound Marketing.
- Colaborar con otros especialistas para optimizar las estrategias basadas en datos.

Habilidades requeridas:

- Habilidad para trabajar con datos y análisis estadístico.
- Experiencia en el uso de herramientas analíticas.
- Capacidad para interpretar datos y proporcionar recomendaciones estratégicas.

6. Diseñador Gráfico

Responsabilidades:

- Crear y diseñar contenido visual para campañas de marketing, incluyendo imágenes para redes sociales, infografías, banners publicitarios, y más.
- Colaborar con el Especialista en Contenido para asegurar que el diseño y el contenido estén alineados.
- Mantener la coherencia de la marca en todos los materiales visuales.

Habilidades requeridas:

- Habilidades avanzadas en software de diseño gráfico como Adobe Photoshop, Illustrator, y otros.
- Creatividad y atención al detalle.
- Capacidad para trabajar en equipo y cumplir con plazos ajustados.

7. Especialista en Email Marketing**Responsabilidades:**

- Desarrollar y gestionar campañas de email marketing para nutrir leads y fomentar la retención de clientes.
- Crear contenido persuasivo y visualmente atractivo para correos electrónicos.
- Segmentar listas de correo y personalizar mensajes para diferentes audiencias.
- Analizar el rendimiento de las campañas de email y optimizar las estrategias en consecuencia.

Habilidades requeridas:

- Experiencia en plataformas de email marketing como MailChimp, Constant Contact, u otras.
- Habilidades de redacción y diseño para correos electrónicos.
- Conocimiento de métricas y análisis de email marketing.

Implementación en "Muebles Ortega"

Al implementar estos puestos clave, "Muebles Ortega" puede estructurar su departamento de Inbound Marketing de manera efectiva para aprovechar las oportunidades del mercado digital. Con un equipo bien organizado y dirigido, la empresa puede mejorar su presencia en línea, atraer más clientes potenciales y fortalecer su marca en el competitivo mercado de muebles.

6.8. Funciones del Departamento

El Departamento de Inbound Marketing de "Muebles Ortega" desempeña un papel fundamental en la atracción, conversión, cierre y fidelización de clientes a través de estrategias digitales centradas en el cliente. A continuación, se describen las funciones clave del departamento:

1. Desarrollo de Estrategias de Inbound Marketing

- **Planificación y Ejecución de Campañas:** Crear y ejecutar campañas de marketing que alineen con los objetivos de la empresa. Estas campañas deben ser diseñadas para atraer, convertir, cerrar y deleitar a los clientes.
- **Investigación de Mercado:** Realizar investigaciones de mercado para entender mejor a los clientes potenciales, sus necesidades y comportamientos, y adaptar las estrategias de marketing en consecuencia.

2. Creación de Contenido

- **Redacción de Contenidos:** Crear contenido valioso y relevante, como blogs, artículos, guías, estudios de caso, y publicaciones en redes sociales, para atraer a la audiencia objetivo.
- **Optimización de Contenidos:** Optimizar todo el contenido para SEO, asegurando que sea fácilmente encontrado por los motores de búsqueda y que atraiga tráfico orgánico.

3. Gestión de Redes Sociales

- **Estrategia de Redes Sociales:** Desarrollar y ejecutar estrategias de redes sociales para aumentar la visibilidad de la marca y la interacción con los seguidores.
- **Monitoreo y Participación:** Monitorear las plataformas de redes sociales para interactuar con la audiencia, responder a comentarios y mensajes, y gestionar la reputación en línea.

4. Optimización en Motores de Búsqueda (SEO)

- **Investigación de Palabras Clave:** Realizar investigaciones de palabras clave para identificar términos relevantes que atraerán tráfico cualificado.
- **Mejora del Ranking en Motores de Búsqueda:** Implementar estrategias de SEO on-page y off-page para mejorar el ranking de la tienda en línea y otros contenidos digitales.

5. Publicidad Pagada (SEM)

- **Gestión de Campañas SEM:** Crear y gestionar campañas de publicidad pagada, como Google Ads, para atraer tráfico inmediato y cualificado.
- **Análisis de Rendimiento:** Analizar y reportar el rendimiento de las campañas de SEM y ajustar las estrategias para maximizar el retorno de inversión (ROI).

6. Email Marketing

- **Desarrollo de Campañas de Email:** Crear y gestionar campañas de email marketing para nutrir leads y fomentar la retención de clientes.
- **Segmentación y Personalización:** Segmentar listas de correo y personalizar mensajes para diferentes audiencias, asegurando una comunicación relevante y efectiva.

7. Análisis y Reportes

- **Monitoreo de KPI:** Monitorear los indicadores clave de rendimiento (KPI) de todas las campañas de marketing para evaluar su efectividad.
- **Informes Regulares:** Proporcionar informes regulares sobre el rendimiento de las campañas al Director de Inbound Marketing y otros stakeholders relevantes.
- **Análisis de Datos:** Utilizar herramientas analíticas para interpretar los datos y proporcionar recomendaciones estratégicas basadas en los hallazgos.

8. Gestión de Relaciones con Clientes (CRM)

- **Gestión de Leads:** Utilizar herramientas de CRM para gestionar y seguir el progreso de los leads desde la atracción hasta la conversión.
- **Nutrición de Leads:** Desarrollar programas de nutrición de leads para mantener el interés de los prospectos y guiarlos a través del embudo de ventas.

9. Innovación y Mejora Continua

- **Adopción de Nuevas Tecnologías:** Mantenerse al día con las últimas tendencias y tecnologías en marketing digital para asegurar que las estrategias de la empresa sean innovadoras y efectivas.
- **Optimización de Procesos:** Evaluar y optimizar continuamente los procesos de marketing para mejorar la eficiencia y efectividad.

Aplicación en "Muebles Ortega"

Implementar estas funciones en el Departamento de Inbound Marketing de "Muebles Ortega" permitirá a la empresa:

- 1 **Aumentar la Visibilidad de la Marca:** A través de contenido valioso y estrategias de SEO, la empresa puede mejorar su presencia en línea.
- 2 **Atraer Tráfico Cualificado:** Utilizando campañas de SEM y contenido optimizado para SEO, "Muebles Ortega" puede atraer a clientes potenciales interesados en sus productos.

- 3 **Convertir Leads en Clientes:** A través de estrategias de email marketing y CRM, la empresa puede nutrir y convertir leads en clientes fieles.
- 4 **Fidelizar Clientes Existentes:** Ofreciendo contenido continuo y experiencias excepcionales, "Muebles Ortega" puede mantener y fortalecer las relaciones con los clientes existentes.

Con un Departamento de Inbound Marketing bien estructurado y orientado a resultados, "Muebles Ortega" estará en una posición sólida para expandirse y prosperar en el mercado digital.

6.9. Organigrama Orgánico-Funcional

Figura 7. Organigrama Orgánico – Funcional



Fuente: Elaboración Propia

6.10. Implementar campañas con Inbound Marketing: Metodología

La implementación de campañas de inbound marketing en "Muebles Ortega" requiere una metodología estructurada que asegure la atracción, conversión y retención de clientes de manera efectiva. A continuación, se detallan los elementos clave de esta metodología:

6.10.1. Buyer Persona

Buyer Persona es una representación semificticia del cliente ideal basado en datos reales sobre la demografía, comportamiento, motivaciones y objetivos de los clientes. Crear buyer personas ayuda a "Muebles Ortega" a entender mejor a sus clientes y a personalizar las estrategias de marketing para satisfacer sus necesidades específicas.

Pasos para Crear Buyer Personas:

1 Investigación:

- Recopilar datos demográficos y psicográficos de los clientes actuales.
- Realizar encuestas y entrevistas con los clientes.
- Analizar el comportamiento de los usuarios en el sitio web y redes sociales.

2 Segmentación:

- Identificar patrones y segmentos comunes entre los clientes.
- Crear perfiles detallados de los diferentes segmentos.

3 Documentación:

- Definir las características clave de cada buyer persona, incluyendo edad, género, ocupación, intereses, desafíos y objetivos.
- Darle un nombre y una historia a cada buyer persona para humanizar los perfiles.

4 Uso de las Buyer Personas:

- Utilizar las buyer personas para guiar la creación de contenido y las estrategias de marketing.
- Personalizar los mensajes y las ofertas para cada segmento.

6.10.2. Buyer's Journey

Buyer's Journey es el proceso que sigue un comprador desde que se da cuenta de una necesidad hasta que realiza una compra. Comprender este viaje permite a "Muebles Ortega" crear contenido relevante y oportuno para cada etapa del proceso.

Etapas del Buyer's Journey:

1 Conocimiento (Awareness):

- El cliente se da cuenta de que tiene una necesidad o problema.
- Estrategias: Crear contenido educativo como blogs, infografías y videos que aborden problemas comunes y proporcionen soluciones.

2 Consideración (Consideration):

- El cliente investiga y evalúa diferentes soluciones para su necesidad o problema.

- Estrategias: Ofrecer contenido más detallado como guías, eBooks, webinars y comparaciones de productos.

3 Decisión (Decision):

- El cliente está listo para tomar una decisión de compra.
- Estrategias: Proporcionar testimonios de clientes, estudios de caso, demostraciones de productos y ofertas especiales.

6.10.3. Sales Process

El **Sales Process** es una serie de pasos estructurados que sigue el equipo de ventas para convertir leads en clientes. Integrar el proceso de ventas con las estrategias de inbound marketing garantiza una transición fluida y una experiencia positiva para el cliente.

Pasos del Sales Process:

1. Generación de Leads:

- Utilizar tácticas de inbound marketing para atraer visitantes y convertirlos en leads.
- Estrategias: Formularios de captura de leads, landing pages optimizadas y llamadas a la acción (CTAs).

2. Calificación de Leads:

- Evaluar la calidad y el interés de los leads para determinar si están listos para el contacto de ventas.
- Estrategias: Implementar un sistema de puntuación de leads (lead scoring) basado en la interacción y el comportamiento.

3. Nutrición de Leads:

- Mantener el interés de los leads a través de campañas de email marketing y contenido personalizado hasta que estén listos para comprar.
- Estrategias: Secuencias de correos electrónicos automatizados, contenido exclusivo y seguimiento personalizado.

4. Presentación y Propuesta:

- Presentar el producto o servicio al lead calificado y hacer una propuesta de valor clara.
- Estrategias: Reuniones de ventas, demostraciones de productos y propuestas personalizadas.

5. Negociación y Cierre:

- Resolver cualquier objeción o duda del cliente y cerrar la venta.
- Estrategias: Ofertas especiales, negociación de términos y seguimiento constante.

6. Post-Venta y Fidelización:

- Asegurar la satisfacción del cliente y fomentar la lealtad a través de un excelente servicio post-venta.
- Estrategias: Encuestas de satisfacción, programas de fidelización y contenido continuo de valor.

6.11. Técnica lluvia de ideas para Promociones

Tabla 5. Lluvia de ideas para promociones

Idea de Promoción	Descripción	Objetivo	Público Objetivo
Descuentos Temporales	Ofrecer descuentos por tiempo limitado en productos seleccionados.	Aumentar las ventas rápidas	Clientes actuales y potenciales
Promociones por Temporada	Crear ofertas especiales para diferentes estaciones del año (verano, otoño, etc.).	Adaptarse a las necesidades estacionales	Todos los clientes
Combos de Productos	Ofrecer paquetes de productos con descuento (por ejemplo, compra un sofá y recibe un 20% de descuento en una mesa de centro).	Incrementar el valor de las ventas	Clientes actuales
Programas de Fidelización	Implementar un programa de puntos que los clientes puedan acumular y canjear por descuentos o productos gratuitos.	Fomentar la lealtad del cliente	Clientes frecuentes

Sorteos y Concursos	Realizar sorteos y concursos en redes sociales donde los participantes puedan ganar productos de "Muebles Ortega".	Aumentar la interacción en redes sociales	Seguidores en redes sociales
Días Especiales de Descuento	Ofrecer descuentos especiales en días significativos (Black Friday, Cyber Monday, aniversario de la empresa, etc.).	Aumentar las ventas en fechas clave	Todos los clientes
Descuentos para Nuevos Clientes	Ofrecer un descuento especial a los clientes que realicen su primera compra.	Atraer nuevos clientes	Nuevos visitantes al sitio web
Ofertas de Referidos	Implementar un sistema donde los clientes actuales reciban descuentos o recompensas por referir nuevos clientes.	Expandir la base de clientes	Clientes actuales y sus redes de contactos
Promociones de Fin de Semana	Ofrecer promociones exclusivas durante los fines de semana para incentivar las compras.	Incrementar ventas en periodos específicos	Todos los clientes
Personalización Gratuita	Ofrecer servicios de personalización gratuitos (por ejemplo, elección de telas, colores) durante un periodo promocional.	Aumentar el valor percibido de los productos	Clientes interesados en productos personalizados
Eventos de Lanzamiento	Organizar eventos de lanzamiento de nuevas colecciones con descuentos exclusivos para los asistentes.	Generar interés y ventas iniciales	Clientes actuales y potenciales
Envío Gratuito	Ofrecer envío gratuito en compras superiores a un monto determinado.	Reducir la barrera de compra	Todos los clientes

Promociones de Recompra	Ofrecer descuentos o incentivos a los clientes que realizan una segunda compra dentro de un periodo específico.	Aumentar la tasa de recompra	Clientes recientes
Descuentos por Valor de Compra	Ofrecer descuentos progresivos basados en el valor total de la compra (por ejemplo, 10% de descuento en compras de \$500 o más).	Incrementar el ticket promedio	Todos los clientes
Colaboraciones con Influencers	Realizar promociones y campañas en colaboración con influencers del ámbito de la decoración y diseño de interiores.	Aumentar la visibilidad de la marca	Seguidores de influencers

Fuente: Propia del Autor

6.12. Técnica Lluvia de ideas para Contenido

Tabla 6. Lluvia de ideas para contenido

Idea de Contenido	Descripción	Objetivo	Público Objetivo
Blogs sobre Decoración	Escribir artículos sobre tendencias de decoración, consejos y trucos para el hogar.	Aumentar tráfico web y educar a la audiencia	Clientes potenciales e interesados en decoración
Tutoriales en Video	Crear videos tutoriales que muestren cómo montar o decorar con los muebles de "Muebles Ortega".	Aumentar la visibilidad y el engagement	Usuarios de YouTube y redes sociales
Guías de Compra	Desarrollar guías detalladas que ayuden a los clientes a elegir los	Facilitar el proceso de decisión de compra	Clientes potenciales

	muebles adecuados para sus necesidades.		
Testimonios de Clientes	Publicar testimonios y reseñas de clientes satisfechos con fotos de sus muebles en sus hogares.	Generar confianza y credibilidad	Clientes potenciales
Detrás de Cámaras	Mostrar el proceso de fabricación y la historia detrás de los muebles de "Muebles Ortega".	Humanizar la marca y crear una conexión emocional	Todos los clientes
Colaboraciones con Influencers	Crear contenido en colaboración con influencers del sector de la decoración y el diseño de interiores.	Aumentar la visibilidad de la marca	Seguidores de influencers
Estudios de Caso	Publicar estudios de caso detallados que muestren cómo los productos de "Muebles Ortega" han mejorado espacios específicos.	Mostrar la efectividad y el impacto de los productos	Clientes potenciales
Infografías	Diseñar infografías sobre temas relacionados con la decoración, como combinaciones de colores y estilos de muebles.	Proveer contenido visual y compartible	Seguidores en redes sociales
Ebooks y Guías Descargables	Ofrecer ebooks y guías descargables sobre diseño de interiores y decoración.	Generar leads y ofrecer valor añadido	Clientes potenciales
Publicaciones en Redes Sociales	Crear publicaciones atractivas y consistentes en redes sociales que incluyan fotos de productos, promociones y contenido inspiracional.	Aumentar el engagement y la fidelización	Seguidores en redes sociales
Boletines Informativos	Enviar boletines informativos por correo electrónico con	Mantener a los clientes	Clientes suscritos

	actualizaciones de productos, promociones y contenido exclusivo.	informados y comprometidos	
Series de Blogs Temáticos	Crear series de blogs sobre temas específicos, como "Cómo decorar tu sala de estar" o "Ideas de muebles para espacios pequeños".	Mantener el interés continuado de la audiencia	Clientes potenciales y actuales
Contenido Generado por Usuarios	Incentivar a los clientes a compartir fotos y experiencias con los muebles de "Muebles Ortega" y republicar este contenido en redes sociales.	Fomentar la participación y la comunidad	Clientes actuales y seguidores en redes sociales
Webinars y Eventos en Vivo	Organizar webinars y eventos en vivo sobre temas de decoración y diseño de interiores, permitiendo la interacción directa con expertos de la empresa.	Educar a la audiencia y fomentar la interacción	Clientes potenciales e interesados en decoración
Artículos sobre Sostenibilidad	Publicar contenido sobre los esfuerzos de "Muebles Ortega" en sostenibilidad y responsabilidad social.	Aumentar la percepción positiva de la marca	Clientes conscientes y preocupados por el medio ambiente

Fuente: Propia del Autor

6.13. Plan de Contenidos

El Plan de Contenidos es una hoja de ruta que guía la creación, publicación y gestión del contenido de marketing de "Muebles Ortega". Este plan asegura que todo el contenido esté alineado con los objetivos de la empresa y responda a las necesidades

de la audiencia. A continuación, se presenta un ejemplo de plan de contenidos para un mes, detallando los tipos de contenido, los temas, los canales de distribución y el calendario de publicación.

Objetivos del Plan de Contenidos

- Aumentar la visibilidad de la marca.
- Atraer tráfico al sitio web.
- Generar y nutrir leads.
- Fomentar la lealtad del cliente.

Tabla 7. Plan de Contenidos Mensual

Semana	Día	Tipo de Contenido	Tema/Título	Canal de Distribución	Responsable
Semana 1	Lunes	Blog	"Tendencias de Decoración para el Verano 2024"	Sitio web, Redes sociales	Especialista en Contenido
	Miércoles	Video Tutorial	"Cómo Armar tu Nuevo Sofá en 5 Sencillos Pasos"	YouTube, Redes sociales	Especialista en Contenido
	Viernes	Publicación Social	Foto del producto destacado de la semana	Instagram, Facebook	Especialista en Redes Sociales
Semana 2	Martes	Infografía	"Guía de Combinación de Colores para tu Sala"	Blog, Redes sociales	Diseñador Gráfico
	Jueves	Email Marketing	"Promociones Exclusivas de Verano"	Correo electrónico	Especialista en Email Marketing
	Sábado	Testimonio de Cliente	"La Experiencia de Juan con Muebles Ortega"	Sitio web, Redes sociales	Especialista en Contenido
Semana 3	Lunes	Blog	"Cómo Elegir el Mueble Perfecto para Espacios Pequeños"	Sitio web, Redes sociales	Especialista en Contenido
	Miércoles	Webinar	"Diseño de Interiores: Consejos de Expertos"	Sitio web, YouTube	Especialista en Contenido
	Viernes	Publicación Social	Video detrás de cámaras del proceso de fabricación	Instagram, Facebook	Especialista en Redes Sociales
Semana 4	Martes	Ebook	"Guía Completa de Decoración para el Hogar"	Sitio web, Redes sociales	Especialista en Contenido
	Jueves	Artículo sobre Sostenibilidad	"Nuestros Esfuerzos para un Futuro Sostenible"	Blog, Redes sociales	Especialista en Contenido
	Sábado	Sorteo/Concurso	Concurso en Instagram: Gana un Set de Muebles	Instagram, Facebook	Especialista en Redes Sociales

Fuente: Propia del Autor

Descripción del Plan

- Tipo de Contenido:** Diversificar el tipo de contenido (blogs, videos, infografías, webinars, etc.) para mantener el interés y atraer diferentes segmentos de la audiencia.
- Tema/Título:** Elegir temas relevantes que resuenen con la audiencia objetivo y se alineen con las tendencias actuales y los productos de "Muebles Ortega".
- Canal de Distribución:** Utilizar múltiples canales de distribución para maximizar el alcance del contenido, incluyendo el sitio web, redes sociales, correo electrónico y YouTube.

- 4 Responsable:** Asignar claramente las responsabilidades de creación y publicación del contenido para asegurar la consistencia y la calidad.

Implementación en "Muebles Ortega"

Semana 1:

- **Lunes:** Publicar un blog sobre las tendencias de decoración para el verano 2024, optimizado para SEO.
- **Miércoles:** Subir un video tutorial en YouTube mostrando cómo armar un sofá, compartido en redes sociales.
- **Viernes:** Publicar una foto destacada del producto de la semana en Instagram y Facebook.

Semana 2:

- **Martes:** Crear y compartir una infografía sobre la combinación de colores para la sala en el blog y redes sociales.
- **Jueves:** Enviar un correo electrónico con promociones exclusivas de verano a la lista de suscriptores.
- **Sábado:** Publicar un testimonio de cliente en el sitio web y redes sociales para generar confianza.

Semana 3:

- **Lunes:** Publicar un blog con consejos sobre cómo elegir muebles para espacios pequeños.

- **Miércoles:** Organizar un webinar con expertos en diseño de interiores, promovido en el sitio web y YouTube.
- **Viernes:** Compartir un video detrás de cámaras del proceso de fabricación de los muebles en Instagram y Facebook.

Semana 4:

- **Martes:** Ofrecer un ebook descargable sobre decoración del hogar, promocionado en el sitio web y redes sociales.
- **Jueves:** Publicar un artículo sobre los esfuerzos de sostenibilidad de la empresa en el blog y redes sociales.
- **Sábado:** Realizar un concurso en Instagram para ganar un set de muebles, incentivando la participación y el engagement.

Este plan de contenidos ayudará a "Muebles Ortega" a mantener una presencia constante y relevante en múltiples canales, atraer a una audiencia diversa y fomentar la lealtad de los clientes.

6.14. Cronograma de anuncios

Un cronograma de anuncios bien estructurado asegura que las campañas publicitarias de "Muebles Ortega" se ejecuten de manera eficiente y efectiva. Este cronograma detalla los tipos de anuncios, los canales de distribución, las fechas de lanzamiento y los responsables de cada tarea. A continuación, se presenta un ejemplo de cronograma mensual para los anuncios de "Muebles Ortega".

6.15. Ejemplo de Cronograma de Anuncios Mensual

Tabla 7. Cronograma de anuncios

Semana	Día	Tipo de Anuncio	Contenido/Título	Canal de Distribución	Objetivo	Responsable
Semana 1	Lunes	Anuncio en Redes Sociales	"Nueva Colección de Verano: 20% de Descuento"	Instagram, Facebook	Aumentar ventas	Especialista en Redes Sociales
	Miércoles	Anuncio en Google Ads	"Muebles Ortega: Calidad y Estilo"	Google Ads	Aumentar tráfico al sitio web	Especialista en SEO y SEM
	Viernes	Anuncio en Email Marketing	"Promociones Exclusivas de Verano"	Correo electrónico	Generar leads	Especialista en Email Marketing
Semana 2	Martes	Anuncio en Redes Sociales	"Concurso: Gana un Set de Muebles"	Instagram, Facebook	Aumentar engagement	Especialista en Redes Sociales
	Jueves	Anuncio en Google Display	"Descubre Nuestros Diseños Exclusivos"	Google Display Network	Aumentar visibilidad de marca	Especialista en SEO y SEM
	Sábado	Anuncio en YouTube	"Tutorial: Cómo Decorar tu Sala de Estar"	YouTube	Educar y atraer clientes	Especialista en Contenido
Semana 3	Lunes	Anuncio en Redes Sociales	"Testimonios de Clientes Satisfechos"	Instagram, Facebook	Generar confianza y credibilidad	Especialista en Redes Sociales

	Miércoles	Anuncio en Google Ads	"Descuentos Especiales por Tiempo Limitado"	Google Ads	Aumentar ventas	Especialista en SEO y SEM
	Viernes	Anuncio en Email Marketing	"Nuevas Llegadas: Muebles Modernos"	Correo electrónico	Aumentar conocimiento del producto	Especialista en Email Marketing
Semana 4	Martes	Anuncio en Redes Sociales	"Promoción de Fin de Semana: Envío Gratis"	Instagram, Facebook	Incrementar ventas en el fin de semana	Especialista en Redes Sociales
	Jueves	Anuncio en Google Display	"Muebles Ortega: Tradición y Modernidad"	Google Display Network	Aumentar visibilidad de marca	Especialista en SEO y SEM
	Sábado	Anuncio en YouTube	"Detrás de Cámaras: Proceso de Fabricación"	YouTube	Humanizar la marca	Especialista en Contenido

FUENTE: Elaboración Propia

Descripción del Cronograma

- 1 Anuncios en Redes Sociales:** Publicar anuncios en Instagram y Facebook para promocionar descuentos, concursos, testimonios de clientes y promociones especiales.
- 2 Anuncios en Google Ads:** Ejecutar campañas de Google Ads para aumentar el tráfico al sitio web y promover ofertas especiales.
- 3 Anuncios en Google Display:** Utilizar la red de Google Display para aumentar la visibilidad de la marca a través de banners publicitarios en sitios web relevantes.
- 4 Anuncios en YouTube:** Crear anuncios en YouTube para educar a los clientes, mostrar tutoriales y compartir contenido detrás de cámaras.
- 5 Anuncios en Email Marketing:** Enviar campañas de correo electrónico con promociones exclusivas, nuevas llegadas y descuentos especiales para generar leads y aumentar el conocimiento del producto.

Implementación en "Muebles Ortega"

Semana 1:

- **Lunes:** Publicar un anuncio en redes sociales sobre la nueva colección de verano con un 20% de descuento.
- **Miércoles:** Lanzar una campaña de Google Ads para aumentar el tráfico al sitio web.
- **Viernes:** Enviar un correo electrónico promocionando las ofertas exclusivas de verano.

Semana 2:

- **Martes:** Anunciar un concurso en redes sociales para ganar un set de muebles.
- **Jueves:** Ejecutar una campaña en Google Display para destacar los diseños exclusivos de la marca.
- **Sábado:** Publicar un anuncio en YouTube con un tutorial sobre decoración de la sala de estar.

Semana 3:

- **Lunes:** Publicar testimonios de clientes satisfechos en redes sociales.
- **Miércoles:** Lanzar una campaña de Google Ads con descuentos por tiempo limitado.
- **Viernes:** Enviar un correo electrónico presentando las nuevas llegadas de muebles modernos.

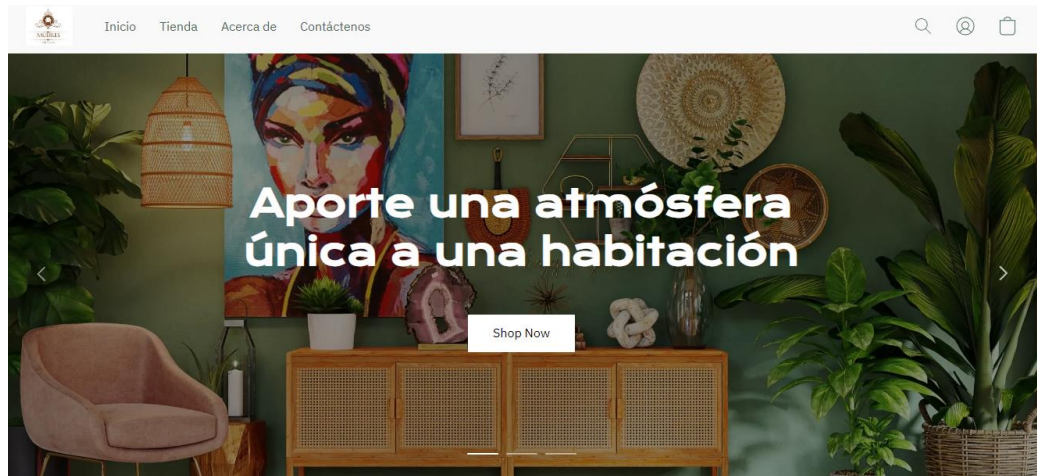
Semana 4:

- **Martes:** Anunciar una promoción de fin de semana con envío gratis en redes sociales.
- **Jueves:** Ejecutar una campaña en Google Display destacando la combinación de tradición y modernidad de "Muebles Ortega".
- **Sábado:** Publicar un anuncio en YouTube mostrando el proceso de fabricación detrás de cámaras.

Este cronograma de anuncios ayuda a "Muebles Ortega" a mantener una presencia constante y efectiva en múltiples canales, asegurando que los mensajes de marketing lleguen a la audiencia adecuada en el momento adecuado.

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 del Negocio



Nos encanta mezclar estilos originales

"Muebles Ortega" ofrece una gama de productos y servicios centrados en el diseño, fabricación y comercialización de muebles de alta calidad que combinan funcionalidad, durabilidad y estética. La empresa se destaca por su enfoque en diseño y personalización, ofreciendo muebles diseñados a medida que pueden ser personalizados según las necesidades y preferencias del cliente, asegurando que cada pieza sea única y se ajuste perfectamente al estilo del cliente. Utilizan materiales de alta calidad y técnicas avanzadas de fabricación para garantizar la durabilidad y resistencia de sus productos.

A photograph of a kitchen countertop. The countertop is made of a speckled grey material and features two stainless steel sinks with chrome faucets. Below the countertop are dark brown cabinets with silver handles. The floor is made of light-colored square tiles.



Contemporáneo

Para aquellos que valoran la elegancia y la durabilidad, estamos comprometidos a ofrecer lo mejor en diseño de muebles. Cada pieza está cuidadosamente elaborada para combinar estilo y funcionalidad, creando un ambiente cómodo y armonioso en su hogar.

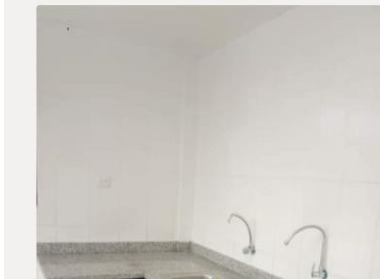
Si bien nuestra atención al detalle asegura un acabado impecable y duradero, nuestro equipo se encargará de agregar toques personalizados y acogedores que transformarán su espacio en un refugio cálido y acogedor para usted y su familia.

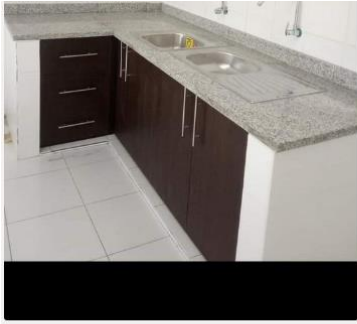
Retro chic, el estilo moderno se enfoca en líneas limpias, curva

Este estilo incorpora una variedad de materiales y formas diferentes, lo que lo hace emocionante de explorar. Las líneas elegantes y bien definidas, junto con formas tanto orgánicas como geométricas, crean una apariencia visualmente atractiva. Sin embargo, la función sigue siendo primordial, lo que lo hace no solo elegante, sino también sumamente práctica.



Catálogo





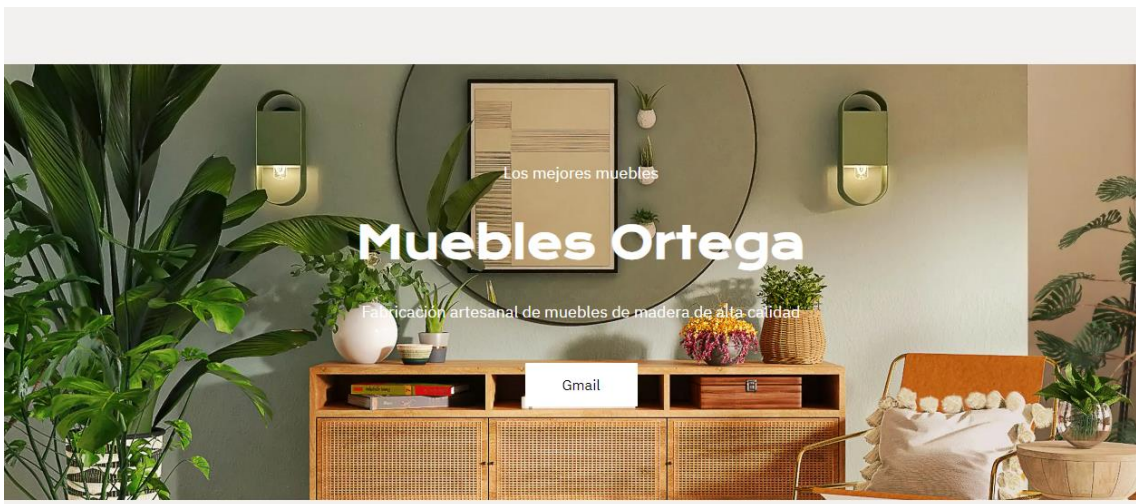
Muebles de cocina
\$250.00



Armario
\$350.00



Cuna
\$350.00



Por qué los clientes nos aman

★★★★★

Juan Jiménez

Como amante de la decoración casera hecha a mano desde hace mucho tiempo, puedo decir que esta marca es diferente. En primer lugar, aunque el precio pueda parecer elevado, deberías ver su TikTok para saber cuánto esfuerzo ponen estos chicos en crear algo tan elegante y a la vez único.

★★★★★

Alicia Almendros

Era un poco escéptica al principio, ya que nunca había comprado decoración o muebles en línea, pero ¡ustedes crearon una experiencia estelar con su tienda! Y la entrega fue sorprendentemente rápida. El color de la silla coincide exactamente con el de la foto, y el juego de jarrones de madera es súper elegante.

Visítenos

Nuestra dirección

Latacunga, Latacunga, Ecuador

Cómo llegar 

Horario de apertura

Todos los días de 10:00 a 19:00

Información de contacto

0998195153

mueblesortega721@gmail.com



Inicio / Tienda





Armario

\$350.00

Disponible

Añadir a la cesta

Comparte este producto con sus amigos

 Compartir  Compartir  Fijelo

Inicio / Tienda



Cuna

\$350.00


Disponible

Añadir a la cesta

Comparte este producto con sus amigos

 Compartir  Compartir  Fijelo

Inicio / Tienda < >



Armario 2 puertas

\$500.00


Disponible

Añadir a la cesta

Comparte este producto con sus amigos

[f](#) Compartir [X](#) Compartir [p](#) Fijelo

Inicio / Tienda < >



Repisa

\$350.00

Disponible

Añadir a la cesta

Comparte este producto con sus amigos

[f](#) Compartir [X](#) Compartir [p](#) Fijelo

Carrito de compras

Atrás a Tienda

	Armario x 1	\$350.00
---	----------------	----------

TOTAL	\$350.00
--------------	-----------------

Información de pago

Pago en efectivo

¿Alguna petición especial sobre su pedido?

Deja un comentario

Realizar pedido

¡Gracias por su pedido! 🎉 🎉 🎉

La confirmación del pedido y las actualizaciones se enviarán a
sjeampierre97@gmail.com.

Pedido 2QMJM

[Imprimir pedido](#)

AGO 29, 2024 07:18 pm

Estado del pago: En espera de pago

Pago en efectivo

Total \$350.00

Su pedido




Armario

× 1

[Seguir Comprando](#)

Mónica Guamán

[Notificar uso indebido](#)


Realizado por  Ecwid de Lightspeed

Facebook interface showing the profile of **Muebles Ortega**. The cover photo features the text: **Muebles ORTEGA**, **LOS MEJORES MUEBLES**, and *Fabricación artesanal de muebles de madera de alta calidad.* A contact button shows the phone number **0988278078**. The profile picture shows a kitchen. The page has **9 Me gusta • 10 seguidores**. The left sidebar lists management tools like **Panel para profesionales**, **Insights**, and **Centro de anuncios**.

Facebook interface showing the location information for **Muebles Ortega**. The location is **Latacunga, Ecuador**. The map shows the city of Latacunga with nearby landmarks like **Cotopaxi International Airport** and **CUATRO ESQUINAS**. Contact details include the phone number **098 827 8078** and email **mueblesortega721@gmail.com**.




Muebles Ortega




Somos una empresa dedicada a la fabricación artesanal de muebles de madera de alta calidad. Nos especializamos en crear piezas únicas y personalizadas.

Página · Muebles

Promocionar página

 Latacunga, Latacunga, Ecuador

 098 827 8078

 mueblesortega721@gmail.com


 Siempre abierto ▾

 Todavía sin calificar (0 opiniones) 



Muebles Ortega



26 de abril · 



😊 Muebles Ortega - con la mejor calidad 🏠

Contactos:

 0988278078

-  Diseño y fabricación de muebles para el hogar y la oficina, incluyendo mesas, sillas, sofás, camas, armarios y estanterías.
-  Muebles personalizados según las necesidades y preferencias de nuestros clientes.
-  Aca... [Ver más](#)



Fotos

[Ver todas las fotos](#)

Instagram



MUEBLES ORTEGA

Nuestros muebles están hechos a mano por expertos artesanos que utilizan técnicas tradicionales y materiales sostenibles para garantizar productos excepcionales.



ortegamuebles567



 ortegamuebles567 😊 Muebles Ortega - con la mejor calidad 🏠

Contactos:

 0988278078

-  Diseño y fabricación de muebles para el hogar y la oficina, incluyendo mesas, sillas, sofás, camas, armarios y estanterías.
-  Muebles personalizados según las necesidades y preferencias de nuestros clientes.
-  Acabados y tratamientos especiales para realzar la belleza natural de la madera.
-  Asesoramiento experto en diseño de interiores para integrar nuestros muebles de manera armoniosa en cualquier espacio.

6 días

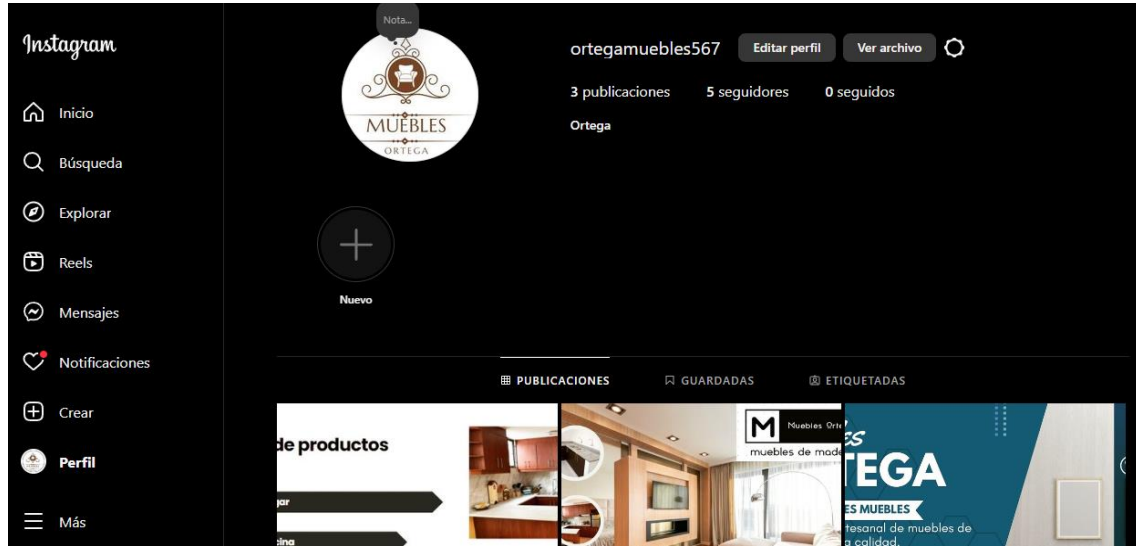
2 Me gusta

Hace 6 días





[Publicar](#)



CAPÍTULO VIII: PROCESO ESTUDIO FINANCIERO E INVERSIÓN

8.1 Gastos de Promoción

Tabla 8. Gastos de Promoción

Elemento	Descripción
Objetivo de la promoción	Incrementar la visibilidad y posicionamiento de la marca a través de campañas publicitarias.
Medios utilizados	Publicidad en redes sociales, Google Ads, campañas de email marketing, colaboraciones con influencers.
Costos asociados	\$100 mensuales para campañas digitales, \$50 mensuales para email marketing, \$75 trimestrales para colaboraciones con influencers.
Frecuencia de implementación	Campañas continuas con ajustes trimestrales basados en resultados.
Indicadores de éxito	Incremento del tráfico web, aumento en las ventas, crecimiento en la base de datos de clientes.

FUENTE: Elaboración Propia

8.2 Asignación de presupuesto mensual y anual

Tabla 9. Asignación de presupuesto mensual y anual

Mes	Publicidad Digital	Email Marketing	Influencers	Otros Gastos	Total Mensual
Enero	\$100	\$50	\$25	\$10	\$185
Febrero	\$100	\$50	\$25	\$10	\$185
Marzo	\$100	\$50	\$25	\$10	\$185
Abril	\$100	\$50	\$25	\$10	\$185
Mayo	\$100	\$50	\$25	\$10	\$185
Junio	\$100	\$50	\$25	\$10	\$185
Julio	\$100	\$50	\$25	\$10	\$185
Agosto	\$100	\$50	\$25	\$10	\$185
Septiembre	\$100	\$50	\$25	\$10	\$185

Octubre	\$100	\$50	\$25	\$10	\$185
Noviembre	\$100	\$50	\$25	\$10	\$185
Diciembre	\$100	\$50	\$25	\$10	\$185
Total Anual	\$1,200	\$600	\$300	\$120	\$2,220

FUENTE: Elaboración Propia

8.3 Plan de Inversión en plataformas digitales

Tabla 10. Plan de Inversión en plataformas digitales

Plataforma	Tipo de Inversión	Detalles	Presupuesto Anual
Google Ads	Publicidad de búsqueda y display	Orientada a captar leads y generar tráfico hacia el sitio web.	\$500
Facebook Ads	Campañas de segmentación avanzada	Enfocadas en audiencias específicas basadas en intereses y comportamientos.	\$500
Instagram Ads	Publicidad en feed e historias	Atraer a un público más joven con contenido visualmente atractivo.	\$500
SEO	Optimización en motores de búsqueda	Mejorar la visibilidad orgánica del sitio web a largo plazo.	\$500
Email Marketing	Herramientas y automatización	Crear campañas automatizadas que mantengan a los clientes informados y comprometidos.	\$500
Total			\$2,500

FUENTE: Elaboración Propia

8.4 Plan de Inversión en Marketing Tradicional

Tabla 11. Plan de Inversión en Marketing Tradicional

Medio	Descripción del Plan	Detalles de Implementación	Presupuesto Anual
Radio	Spots en emisoras locales	Promocionar ofertas y novedades, especialmente en temporadas altas.	\$500
Prensa Escrita	Anuncios en periódicos locales y revistas especializadas	Enfocado en públicos más tradicionales que aún consumen estos medios.	\$500
Publicidad Exterior	Carteles y vallas publicitarias en zonas estratégicas	Incrementar la visibilidad en áreas con alto tráfico, dirigidas a atraer tráfico peatonal y vehicular.	\$500
Televisión Local	Publicidad en canales locales	Anuncios cortos enfocados en la identidad de marca y promociones puntuales.	\$500
Total			\$2,000

FUENTE: Elaboración Propia

8.5 Estrategias Puntuales del Marketing Mix en Fechas Importantes:

8.5.1 Producto

Tabla 12. Producto

Elemento	Descripción
Personalización	Ofrecer opciones de personalización de productos en fechas especiales (e.g., Navidad, San Valentín).
Ediciones Limitadas	Lanzar productos en edición limitada que solo estarán disponibles durante períodos específicos.
Paquetes Especiales	Crear combos o paquetes especiales que incluyan varios productos a un precio promocional.

FUENTE: Elaboración Propia

8.5.2 Precio

Elemento	Descripción
Descuentos por Temporada	Aplicar descuentos específicos en fechas importantes como Black Friday, Cyber Monday, y festividades locales.

Ofertas Relámpago	Implementar descuentos por tiempo limitado durante días clave para incentivar la compra inmediata.
Precio Psicológico	Utilizar estrategias de precios terminados en .99 para hacer que los productos parezcan más accesibles.

FUENTE: Elaboración Propia

Tabla 13. Precio

Elemento	Descripción
E-commerce Optimizado	Asegurar que la plataforma de compra en línea esté completamente optimizada para móviles y fácil de usar.
Distribución Local	Ampliar los puntos de entrega rápida en zonas urbanas durante fechas de alta demanda.
Alianzas Estratégicas	Formar alianzas con tiendas locales para ofrecer puntos de recolección o compras en físico en fechas clave.

FUENTE: Elaboración Propia

8.5.4 Promoción

Tabla 14. Promoción

Elemento	Descripción
Publicidad en Redes Sociales	Aumentar la inversión en publicidad dirigida en redes sociales durante las fechas clave.
Email Marketing	Enviar campañas de correo electrónico con ofertas exclusivas para suscriptores en días especiales.
Campañas de Influencers	Colaborar con influencers para promover productos en fechas importantes, creando contenido específico para la ocasión.

FUENTE: Elaboración Propia

8.6. Campañas pagadas#4 en Redes Sociales por Ads (Meta, Twitter, TikTok, LinkedIn)

Tabla 15. Campañas en Redes Sociales

Plataforma	Tipo de Campaña	Objetivo	Presupuesto Anual
------------	-----------------	----------	-------------------

Facebook Ads	Campañas de Retargeting	Reengagement de usuarios que han interactuado previamente con el sitio web o redes sociales.	\$500
Instagram Ads	Publicidad en Historias y Feed	Aumentar la visibilidad de productos y promociones en fechas específicas.	\$500
Meta (Facebook e Instagram) Combined	Segmentación Avanzada	Llegar a audiencias específicas basadas en intereses y comportamiento de compra.	\$500
Total			\$1,500

FUENTE: Elaboración Propia

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

Tabla 16. . Campañas pagadas # 5 en Motores de búsqueda por: GoogleAds 3 y Youtube Ads 2

Plataforma	Tipo de Campaña	Objetivo	Presupuesto Anual
Google Ads #1	Búsqueda de Palabras Clave	Captar clientes potenciales que buscan términos relacionados con muebles.	\$600
Google Ads #2	Campañas de Remarketing	Reenganchar a usuarios que han visitado el sitio, pero no han realizado una compra.	\$400
Google Ads #3	Campañas de Display	Aumentar la visibilidad de la marca en sitios web relacionados.	\$500
Total	\$1,500		
Youtube Ads #1	Anuncios en Videos	Promocionar productos a través de anuncios en videos relevantes.	\$400
Youtube Ads #2	Anuncios In-Stream	Aumentar el conocimiento de la marca mediante anuncios en la plataforma de YouTube.	\$300
Total	\$700		
Gran Total	\$2,200		

FUENTE: Elaboración Propia

8.8. Google Analytics

Tabla 17. Google Analytics

Actividad	Descripción	Costo Anual Estimado
Configuración Inicial	Implementación de seguimiento en el sitio web y configuración de objetivos.	\$200
Análisis Mensual	Informes y análisis mensual de datos, incluyendo tráfico y comportamiento del usuario.	\$600
Ajustes y Optimización	Revisión y ajuste de estrategias basadas en datos analíticos.	\$400
Capacitación Interna	Capacitación para el equipo en el uso de Google Analytics.	\$300

Total		\$1,500
--------------	--	----------------

FUENTE: Elaboración Propia

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

Tabla 18. CRM Hub Spot

Actividad	Descripción	Costo Anual Estimado
Suscripción a HubSpot	Plan básico para gestión de leads y automatización de marketing.	\$1,200
Integración con Campañas	Configuración e integración con campañas de marketing digital.	\$500
Gestión de Base de Datos	Administración de leads generados y seguimiento del funnel de ventas.	\$800
Capacitación y Soporte	Formación para el equipo en el uso de HubSpot y soporte técnico.	\$500
Total		\$3,000

FUENTE: Elaboración Propia

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

9.1. Resumen de link

<https://muebles-ortega.company.site/>

9.2. ROI DIGITAL: Concepto y Análisis

El Retorno sobre la Inversión (ROI) digital es una métrica clave que mide la eficacia de las inversiones en estrategias y tácticas digitales. Se trata de evaluar cuánto valor o beneficio se obtiene en relación con el costo de las actividades de marketing digital. El ROI digital permite a las empresas cuantificar el impacto de sus campañas, optimizar sus recursos y tomar decisiones basadas en datos para maximizar los resultados.

Para calcular el ROI digital, se utiliza la fórmula básica:

$$\text{ROI} = \frac{\text{Beneficio Neto}}{\text{Costo de la Inversión}} \times 100$$

Donde el beneficio neto se refiere a los ingresos generados menos los costos asociados a la inversión digital, y el costo de la inversión incluye todos los gastos relacionados con las campañas digitales, como publicidad, herramientas tecnológicas, y creación de contenido.

Análisis de ROI Digital

- 1. Definición de Objetivos Claros:** Antes de medir el ROI digital, es fundamental definir objetivos claros y específicos para cada campaña digital. Estos objetivos pueden incluir aumento de ventas, generación de leads, incremento del tráfico web, o mejora en el reconocimiento de marca. Cada objetivo debe estar alineado con los indicadores clave de rendimiento (KPIs) que serán evaluados.
- 2. Medición de Ingresos y Costos:** Para un análisis preciso, se deben registrar y analizar todos los ingresos generados por la inversión digital, así como todos los costos asociados. Los ingresos pueden provenir de ventas directas, conversiones o cualquier otra métrica relevante, mientras que los costos incluyen publicidad en redes sociales, campañas de pago por clic, costos de herramientas y servicios, y producción de contenido.
- 3. Herramientas y Técnicas de Análisis:** Utilizar herramientas analíticas como Google Analytics, plataformas de gestión de redes sociales, y software de CRM es crucial para obtener datos precisos sobre el rendimiento de las campañas. Estas herramientas ayudan a rastrear métricas como el tráfico web, las conversiones, el costo por clic (CPC), el costo por adquisición (CPA), y el valor del tiempo de vida del cliente (CLV).

- 4. Evaluación y Ajuste de Estrategias:** Una vez obtenido el ROI digital, es necesario evaluar los resultados en función de los objetivos iniciales. Un ROI positivo indica que las inversiones están generando valor, mientras que un ROI negativo sugiere la necesidad de ajustar las estrategias. Es importante analizar los datos para identificar qué tácticas están funcionando y cuáles necesitan optimización.
- 5. Comparación y Benchmarking:** Comparar el ROI digital con estándares de la industria y benchmarks de competidores proporciona contexto adicional. Esto ayuda a entender cómo se posiciona la empresa en comparación con otras en el mismo sector y permite ajustar las estrategias para mejorar el rendimiento.
- 6. Reporte y Toma de Decisiones:** Finalmente, los resultados del análisis de ROI digital deben ser presentados de manera clara y comprensible para apoyar la toma de decisiones estratégicas. Los informes deben incluir insights sobre el impacto de las inversiones digitales, recomendaciones para futuras campañas y una evaluación del retorno en relación con los objetivos establecidos.

9.9.1. Campaña Facebook Business

Tabla 19. Campaña Facebook Business

Elemento	Detalles
Mes	Agosto
Inversión o Costo	\$150
Precio del Producto	\$500 (por sofá promocionado)
Ventas del Producto	15 sofás vendidos
Descripción	Muebles Ortega lanzó una campaña de marketing en Facebook para promocionar sofás a \$500 cada uno. Se invirtieron \$150 en anuncios durante el mes de agosto. Al final del mes, se vendieron 15 sofás.

FUENTE: Elaboración Propia

9.9.2. Campaña Google Ads

Tabla 20. Campanas Google Ads

Elemento	Detalles
Mes	Agosto
Inversión o Costo	\$150
Precio del Producto	\$500 (por mesa promocionada)
Ventas del Producto	40 mesas vendidas
Descripción	Muebles Ortega invirtió \$150 en anuncios de Google Ads durante el mes de agosto para promocionar mesas a \$500 cada una. La campaña se enfocó en redirigir tráfico a una landing page específica. Al final del mes, se vendieron 40 mesas.

FUENTE: Elaboración Propia

9.9.3. Resultados de las Campañas

Tabla 21. Resultados de las Campañas

Campaña	Medio	Ventas	Costo Campaña	Beneficio (V-C)	Utilidad (V-C)	ROI (U/I)
A	Fan Page	15	\$150	\$7,500	\$7,350	4900%
B	Promotor	90	\$150	\$45,000	\$44,850	29900%
C	Google Ads	40	\$150	\$20,000	\$19,850	13233%
Total		145	\$450	\$72,500	\$72,050	16011%

FUENTE: Elaboración Propia

ROI (Return on Investment)

El **ROI** sigue siendo extremadamente alto para Muebles Ortega, incluso con un costo reducido a un máximo de \$150 por campaña:

- **ROI** elevado en todas las campañas indica que la inversión ha sido extremadamente rentable.
- La campaña en Facebook genera un **ROI** del 4900%, mientras que Google Ads alcanza un **ROI** de 13233%.
- Con un **ROI** del 16011% en total, la inversión en marketing digital demuestra ser una estrategia muy efectiva para Muebles Ortega.

9.4 Conclusiones

- Todas las campañas de marketing digital de Muebles Ortega han demostrado ser altamente rentables, con un ROI significativamente superior al 100%, lo que indica que cada dólar invertido ha generado un retorno múltiple. En particular, la campaña de Google Ads alcanzó un ROI del 13233%, lo que sugiere una extraordinaria eficiencia en la conversión de la inversión en ventas.
- La segmentación adecuada de las audiencias en Facebook y Google Ads ha permitido a Muebles Ortega dirigirse con precisión a los consumidores interesados, logrando altas tasas de conversión con inversiones relativamente bajas. Esto subraya la importancia de una estrategia de segmentación bien planificada en campañas digitales.
- A pesar de reducir el costo de cada campaña a un máximo de \$150, los resultados muestran que Muebles Ortega pudo maximizar su rentabilidad sin comprometer la efectividad de las campañas. Este enfoque en la optimización del presupuesto es clave para mantener la eficiencia financiera mientras se alcanzan los objetivos de marketing.
- La diversificación entre Facebook Ads y Google Ads permitió cubrir diferentes segmentos de mercado y puntos de contacto con los clientes, lo que resultó en un impacto positivo en las ventas de distintos productos (sofás y mesas). Esto destaca la necesidad de utilizar múltiples plataformas para una estrategia de marketing digital equilibrada.

9.5. Recomendaciones

- **Optimizar y Escalar las Campañas Exitosas:** Dado que todas las campañas de marketing digital han demostrado ser altamente rentables, se recomienda incrementar el presupuesto en las campañas de Google Ads y Facebook Ads que están generando los mayores retornos. Aumentar la inversión en estas plataformas permitirá maximizar los beneficios y aprovechar al máximo la eficiencia demostrada.
- **Refinar la Segmentación de Audiencia:** Continuar perfeccionando la segmentación de audiencias en Facebook y Google Ads es crucial. Aprovechar los datos de rendimiento para ajustar las audiencias y enfocarse en los segmentos con mejores tasas de conversión garantizará que las campañas sean aún más efectivas. Realizar pruebas A/B para identificar los perfiles de audiencia más receptivos puede mejorar aún más los resultados.
- **Mantener la Estrategia de Optimización de Presupuesto:** Aunque las campañas están generando excelentes resultados con un costo de hasta \$150 por campaña, se recomienda seguir optimizando el presupuesto para maximizar el retorno sin comprometer la calidad. Monitorear continuamente el costo por adquisición y ajustar el presupuesto según el rendimiento puede ayudar a mantener la eficiencia financiera.
- **Diversificar y Expandir la Estrategia Multicanal:** Dado que la diversificación entre Facebook Ads y Google Ads ha tenido un impacto positivo, se recomienda continuar

utilizando múltiples plataformas. Considerar la integración de otras plataformas digitales, como Instagram Ads o LinkedIn Ads, podría ofrecer nuevas oportunidades para alcanzar diferentes segmentos de mercado y ampliar el alcance de las campañas.

- **Medir y Ajustar el Rendimiento Regularmente:** Establecer un sistema continuo de monitoreo y análisis para evaluar el rendimiento de las campañas en tiempo real es esencial. Utilizar herramientas de análisis para identificar patrones y ajustar las estrategias de acuerdo a los resultados permitirá mantener un enfoque ágil y adaptativo en la gestión de campañas.
- **Fomentar la Innovación en Contenidos y Creatividades:** Para mantener la efectividad de las campañas, es recomendable invertir en la creación de contenidos y creatividades innovadoras y atractivas. La actualización regular de anuncios y la prueba de nuevas ideas creativas pueden ayudar a captar la atención de los consumidores y mejorar la tasa de conversión.
- **Evaluar y Expandir el Uso de Datos y Tecnología:** Aprovechar tecnologías avanzadas como la inteligencia artificial y el aprendizaje automático para la optimización de campañas puede ofrecer ventajas adicionales. Implementar herramientas de análisis predictivo para anticipar tendencias y comportamientos del consumidor puede mejorar la toma de decisiones y la efectividad general de las campañas.

Anexos

Anexo 1

Encuesta de Satisfacción y Preferencias de Marketing Digital para "Muebles Ortega"

Estimado cliente, En "Muebles Ortega" nos esforzamos por mejorar continuamente nuestros productos y servicios. Agradecemos tu participación en esta encuesta que nos ayudará a entender mejor tus necesidades y expectativas. Tus respuestas serán confidenciales y se utilizarán únicamente con fines de investigación.

1. ¿Con qué frecuencia compras muebles?

- Una vez al año o menos
- Cada seis meses
- Cada tres meses
- Cada mes

2. ¿Qué tipo de muebles sueles comprar? (puedes seleccionar más de una opción)

- Sofás
- Mesas
- Sillas
- Camas
- Armarios
- Otros: _____

3. ¿Cómo calificarías tu satisfacción general con los productos de "Muebles Ortega"?

- Muy satisfecho
- Satisfecho
- Neutral
- Insatisfecho
- Muy insatisfecho

4. ¿Cómo te enteraste de "Muebles Ortega"?

- Publicidad en redes sociales
- Recomendación de amigos o familiares
- Búsqueda en Internet
- Publicidad en medios tradicionales (TV, radio, revistas)
- _____

5. ¿Con qué frecuencia utilizas las siguientes plataformas digitales?

- **Facebook**
 - Diario
 - Semanalmente
 - Mensualmente
 - Nunca
- **Instagram**
 - Diario
 - Semanalmente
 - Mensualmente
 - Nunca
- **Twitter**
 - Diario
 - Semanalmente
 - Mensualmente
 - Nunca
- **YouTube**
 - Diario
 - Semanalmente
 - Mensualmente
 - Nunca
- **LinkedIn**
 - Diario
 - Semanalmente
 - Mensualmente
 - Nunca

6. ¿Qué tipo de contenido prefieres ver en las redes sociales de "Muebles Ortega"?
(puedes seleccionar más de una opción)

- Fotos de productos
- Videos tutoriales
- Promociones y descuentos
- Testimonios de clientes
- Noticias de la empresa
- Otros: _____

7. ¿Qué tan importante es para ti que una empresa de muebles tenga una presencia activa en redes sociales?

- Muy importante
- Importante
- Neutral
- Poco importante
- Nada importante

8. ¿Has realizado alguna compra a través del sitio web de "Muebles Ortega"?

- Sí
- No

9. Si tu respuesta anterior fue "Sí", ¿cómo calificarías tu experiencia de compra en línea?

- Excelente
- Buena
- Regular
- Mala
- Muy mala