

Pregrado

Carrera: Administración

Asignatura (UIC): Emprendimiento 4.0

Trabajo de titulación previo a la obtención del

Título en: Tecnólogo Superior en administración

**Tema: Plan de negocio digital para la
comercialización de galletas saludables en la tienda
en línea “delicias saludables” en la ciudad de manta**

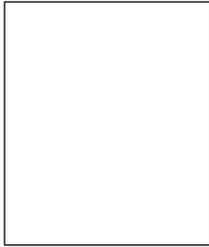
Autor/s: Leonery Daniel Alonzo Indarte

Tutor: Aguaiza Loja Patricia Estefanía

Fecha: 05/09/2024



Autor:



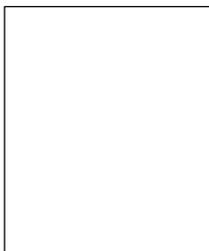
Leonery Daniel Alonzo Indarte

Título a obtener: Administración de Empresas

Matriz: Sangolquí -Ecuador

Correo electrónico: Leonery.alonzo@ister.edu.ec

Dirigido por:



Aguaiza Loja Patricia Estefanía

Título: Mg. Neuromarketing e investigación de Mercados

Matriz: Sangolquí -Ecuador

Correo electrónico: patricia.aguaiza@ister.edu.ec

Todos los derechos reservados.

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la Ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra para fines comerciales, sin contar con autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual. Se permite la libre difusión de este texto con fines académicos investigativos por cualquier medio, con la debida notificación a los autores.

©2024 Tecnológico Universitario Rumiñahui

SANGOLQUÍ – ECUADOR

ALONZO INDARTE LEONERY DANIEL

Plan de negocio digital para la comercialización de galletas saludables en la tienda en línea

“delicias saludables” en la ciudad de manta

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

CT-ANX-2024-ISTER-6-6.3

Sangolquí, 06 de noviembre del 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, ALONZO INDARTE LEONERY DANIEL, declaro y acepto en forma expresa lo siguiente: Ser autor del trabajo de titulación denominado “PLAN DE NEGOCIO DIGITAL PARA LA COMERCIALIZACION DE GALLETAS SALUDABLES EN LA CIUDAD DE MANTA.”, de la Tecnología Superior en Administración; 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,



ALONZO INDARTE LEONERY DANIEL
C.I.: 1313211839

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

CT-ANX-2024-ISTER-1

CARRERA: TECNOLOGIA SUPERIOR EN ADMINISTRACION

AUTOR: LEONERY DANIEL ALONZO INDARTE

TUTOR: MS. PATRICIA AGUAIZA LOJA

CONTACTO ESTUDIANTE: 0989257450

CORREO ELECTRÓNICO:

leonery.alonzo@gmail.com

leonerydaniel@gmail.com

TEMA:

PLAN DE NEGOCIO DIGITAL PARA LA COMERCIALIZACION DE GALLETAS SALUDABLES EN LA TIENDA EN LINEA “DELICIAS SALUDABLES” DE LA CIUDAD DE MANTA.

OPCIÓN DE TITULACIÓN:

UNIDAD DE INTEGRACION CURRICULAR

RESUMEN EN ESPAÑOL:

La creciente conciencia sobre la importancia de adoptar hábitos alimenticios saludables ha generado una demanda en aumento de productos nutritivos y deliciosos. En este contexto, la oferta de galletas saludables se presenta como una oportunidad estratégica para satisfacer las necesidades del mercado local.

El análisis de mercado revela que existe una demanda latente de opciones de snacks saludables en la región, respaldada por la preocupación por la salud y el bienestar. La ausencia de una oferta consolidada en el ámbito local brinda una oportunidad estratégica para "Delicias Saludables" de posicionarse como un referente en el mercado de galletas saludables en la ciudad de Manta. Asimismo, la implementación de estrategias digitales permitirá llegar a un público más amplio, aprovechando la accesibilidad y conveniencia que ofrece el comercio electrónico.

En este contexto, el plan de negocio digital se fundamenta en la creación de una plataforma en línea atractiva y fácil de usar, que destaque la calidad y variedad de las galletas saludables ofrecidas. Se integrarán estrategias de marketing digital para generar conciencia de marca, captar clientes potenciales y fomentar la fidelización. Además, se establecerán alianzas con proveedores locales de ingredientes saludables para garantizar la frescura y calidad de los productos.

En resumen, el plan de negocio digital para la comercialización de galletas saludables en la tienda en línea "Delicias Saludables" se basa en la oportunidad de satisfacer la creciente demanda de productos saludables en la ciudad de Manta, aprovechando las tendencias de consumo y la preferencia por las compras en línea.

PALABRAS CLAVE:

Digital, comercialización, galletas saludables, salud, bienestar, compras en línea.

ABSTRACT:

Growing awareness about the importance of adopting healthy eating habits has created an increasing demand for nutritious and delicious products. In this context, the offer of healthy cookies is presented as a strategic opportunity to satisfy the needs of the local market.

The market analysis reveals that there is a latent demand for healthy snack options in the region, supported by concern for health and well-being. The absence of a consolidated offer at the local level provides a strategic opportunity for "Delicias Saludables" to position itself as a benchmark in the healthy cookies market in the city of Manta. Likewise, the implementation of digital strategies will allow us to reach a broader audience, taking advantage of the accessibility and convenience that electronic commerce offers.

In this context, the digital business plan is based on the creation of an attractive and easy-to-use online platform that highlights the quality and variety of healthy cookies offered. Digital marketing strategies will be integrated to generate brand awareness, attract potential customers and promote loyalty. In addition, alliances will be established with local suppliers of healthy ingredients to guarantee the freshness and quality of the products.

In summary, the digital business plan for the marketing of healthy cookies in the online store "Delicias Saludables" is based on the opportunity to satisfy the growing demand for healthy products in the city of Manta, taking advantage of consumer trends and preference for online shopping.

PALABRAS CLAVE:

Digital, marketing, healthy cookies, health, wellness, online shopping

SOLICITUD DE PUBLICACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CT-ANX-2024-ISTER-2
Sangolquí, 06 de noviembre 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 “PLAN DE NEGOCIO DIGITAL PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE GALLETAS SALUDABLES EN LA CIUDAD DE MANTA a estudiante: Leonery Daniel Alonzo Indarte, con C.I.:1313211839 alumno de la Carrera TECNOLOGIA SUPERIOR EN ADMINISTRACION.

Atentamente,



Firma del Estudiante
C.I.:131211839

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 ____ / ____ / ____

MATRIZ SANGOLQUÍ: Av. Atahualpa 1701 y 8 de Febrero

Telf: 0960052734 / 023524576 / 022331628

 www.ister.edu.ec / info@ister.edu.ec

Dedicatoria:

A mis queridos padres, cuyo amor y apoyo incondicional han sido el cimiento de todos mis logros: a mi familia, por su constante aliento y comprensión a lo largo de este viaje académico y a mis amigos, por ser una fuente constante de inspiración y por sus valiosos consejos que han enriquecido este trabajo.

A todos los emprendedores y visionarios que han demostrado que, con pasión y determinación, es posible transformar ideas en realidades concretas y por supuesto, a los futuros clientes de “Delicias Saludables”, quienes con su entusiasmo y preferencia contribuirán a que este proyecto sea un éxito. Este trabajo es el reflejo de sus enseñanzas, su apoyo y su confianza en mí. Gracias por ser parte fundamental de esta aventura.

Agradecimientos:

Quisiera expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas y entidades que hicieron posible la realización de esta tesis sobre el plan de negocio digital para la comercialización de galletas saludables en la tienda en línea "Delicias Saludables".

A mi profesora y mentor, por su guía, sabiduría y apoyo constante a lo largo de este proceso, sus valiosas enseñanzas y críticas constructivas han sido fundamentales para el desarrollo y la mejora de este proyecto.

A mis familiares, cuyo amor y aliento han sido mi mayor fuente de fortaleza, a mis padres por su confianza inquebrantable y por ser mi inspiración constante.

A los profesionales del sector de la alimentación y el comercio electrónico que generosamente compartieron sus conocimientos y experiencias, brindando perspectivas valiosas que enriquecieron este plan de negocio.

Finalmente, a todos los futuros clientes de "Delicias Saludables", quienes con su preferencia y entusiasmo contribuirán al éxito de este proyecto; este trabajo está dedicado a ofrecerles una alternativa deliciosa y saludable en el mercado de las galletas.

Resumen:

El plan de negocio digital para la comercialización de galletas saludables en la tienda en línea "Delicias Saludables" tiene como objetivo establecer una estrategia integral para el lanzamiento y gestión de una plataforma de comercio electrónico especializada en productos de repostería saludable. El proyecto se centra en ofrecer una gama de galletas elaboradas con ingredientes nutritivos y de alta calidad, dirigidas a consumidores conscientes de su salud y bienestar.

Para alcanzar estos objetivos, el plan de negocio abarca un análisis exhaustivo del mercado, identificando las tendencias actuales y las oportunidades dentro del segmento de alimentos saludables; se incluyen estudios de competencia, segmentación del público objetivo y estrategias de posicionamiento que permitirán a "Delicias Saludables" destacarse en un entorno competitivo.

Además, se desarrolla un modelo financiero que proyecta los costos, ingresos y rentabilidad esperada para asegurar la viabilidad y sostenibilidad del negocio.

El componente digital del plan se enfoca en la creación y optimización de una tienda en línea eficiente y amigable para el usuario. Se detallan las estrategias de marketing digital, incluyendo el uso de redes sociales, publicidad en línea y técnicas de SEO para atraer y retener clientes. También se establece un plan de logística para garantizar la entrega oportuna y segura de los productos, así como una estrategia de atención al cliente que garantice una experiencia satisfactoria.

Finalmente, el plan de negocio presenta una serie de recomendaciones para la implementación y el crecimiento continuo del negocio. Se sugieren fases de expansión y diversificación de productos, así como la incorporación de innovaciones tecnológicas para mejorar la operación y la experiencia del usuario. Con una visión clara y una estrategia bien definida, "Delicias Saludables" está posicionada para convertirse en un referente en el mercado de galletas saludables en línea.

Palabras claves:

Estrategia, Saludables y Digital

Abstract:

The digital business plan for the marketing of healthy cookies in the online store "Delicias Saludables" aims to establish a comprehensive strategy for the launch and management of an e-commerce platform specialized in healthy pastry products. The project focuses on offering a range of cookies made with high-quality and nutritious ingredients, aimed at consumers conscious of their health and well-being.

To achieve these objectives, the business plan encompasses a thorough analysis of the market, identifying current trends and opportunities within the healthy food segment; Competition studies, target audience segmentation and positioning strategies are included that will allow "Delicias Saludables" to stand out in a competitive environment. In addition, a financial model is developed that projects the costs, income and expected profitability to ensure the viability and sustainability of the business.

The digital component of the plan focuses on the creation and optimization of an efficient and user-friendly online store. Digital marketing strategies are detailed, including the use of social media, online advertising, and SEO techniques to attract and retain customers. A logistics plan is also established to guarantee the timely and safe delivery of products, as well as a customer service strategy that guarantees a satisfactory experience.

Finally, the business plan presents a series of recommendations for the implementation and continued growth of the business. Phases of expansion and diversification of products are suggested, as well as the incorporation of technological innovations to improve operation and user experience. With a clear vision and a well-defined strategy, "Delicias Saludables" is positioned to become a benchmark in the online healthy cookies market.

Keywords:

Strategy, Healthy and Digital

Índice de contenido:

Planteamiento del problema

Problema científico.....

Preguntas científicas o directrices

Objetivos específicos.....

Justificación.....

ANEXO DE LA ESTRUCTURA DEL PROYECTO DE UIC

I. CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO DIGITAL

- 1.1 Antecedentes
- 1.2 Problema
- 1.3 Contexto
- 1.4 Justificación.....
- 1.5 Objetivos
- 1.5.1 Objetivo General.....
- 1.5.2 Objetivos Específicos
- 1.6 Impacto.....
- 1.7 Tendencias Digitales por grupo generacional.....
- 1.8 Modelo de Negocio Digital: B2B, B2C

CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO

- 2.1 Datos importantes de la actividad de la empresa
- 2.1.1 Nombre Comercial
- 2.1.2 Logotipo
- 2.1.3 Isotipo
- 2.1.4 Slogan
- 2.1.5 Historia de la Marca
- 2.1.6 Core Business
- 2.1.7 Filosofía empresarial
- 2.2 Investigación de Mercado
- 2.2.1 Resumen del estudio de Mercado: Metodología, Muestra, Encuesta
- 2.2.2 Presentación de resultados gráficos
- 2.2.3 Análisis de Resultados y Estadística Descriptiva
- 2.2.4 Conclusiones
- 2.3 Propuesta de Valor Digital.....
- 2.4 Posicionamiento
- 2.4.1 SEO: explicar a que hace referencia el posicionamiento SEO
- 2.4.2 SEM: explicar a que hace referencia el posicionamiento SEM
- 2.4.3 Posicionamiento en Redes Sociales: explicar que redes sociales utilizara para lograr el posicionamiento
- 2.4.4 Posicionamiento WEB: colocar las plataformas que utilizara para

	posicionarse en la web.	
2.5	Segmentación digital para los diferentes productos o servicios de la Empresa	
2.5.1	Creación Públicos Objetivos 1	
2.5.2	Creación Públicos Objetivos 2	
2.6	Canales de Promoción en Redes Sociales	
2.6.1	Creación de perfil en FanPage	
2.6.2	Creación de perfil en Instagram	
2.6.3	Creación de perfil en WhatsApp Business.....	
2.6.4	Creación de perfil en Tik Tok	
2.6.5	Creación de perfil den LinkedIn.....	
2.6.6	Creación de perfil en Twitter.....	
2.6.7	Creación de perfil en Youtube.....	
2.7	Canales de Promoción en WEB	
2.7.1	Creación de sitio y perfil de Negocio con Google My business	
2.7.2	Creación de página WEB Corporativa (Wix o canva)	
2.7.3	Creación de Landing Page con Wix	

CAPÍTULO III: ESTUDIO TÉCNICO.....

3.1	Ventaja competitiva de la presencia en Internet	
3.2	Tienda On-line	
3.2.1	Creación de la tienda online por: Ecwid.....	
3.2.2	Diseño del sitio	
3.2.3	Catálogo de Productos, incluyendo nombre, descripción, precio, imágenes.	
3.2.4	Palabras Claves	
3.2.5	Pasarela de pagos, métodos de pago que aceptarás en tu tienda, como tarjetas de crédito, PayPal, transferencia bancaria, etc.	
3.2.6	Proceso Logístico de salida: (tarifas de envío basadas en el peso, la ubicación y otras variables, entrega Producto o Servicio)	
3.3	Impuesto al valor agregado	
3.4	Presentación de la tienda online en la web.....	

CAPÍTULO IV: ESTUDIO ORGANIZATIVO Y LEGAL

4.1	Normativa del Comercio electrónico en Ecuador
4.2	Normativa Tributaria para tiendas en línea en Ecuador
4.3	Organización del Departamento de Inbound Marketing
4.4	Puestos claves del Departamento
4.5	Funciones del Departamento
4.6	Organigrama Orgánico-Funcional
4.7	Implementar campañas con Inbound Marketing: Metodología
4.7.1	Buyer Persona.....
4.7.2	Buyer's Journey.....
4.7.3	Sales Process.....
4.7.4	Estrategia de Atracción (3)
4.7.5	Estrategias de Conversión (3)
4.7.6	Estrategias de Automatización.....
4.7.7	Oferta comercial
4.8	Planificación del cronograma de contenido (trello – 6 semanas- 3 contenidos).....
4.9	Planificación del cronograma de anuncios (trello – 6 semanas 2 publicidades).....

CAPÍTULO V: ESTUDIO FINANCIERO E INVERSIÓN

5.1	Cálculo de las ventas y determinación de costos y gastos.....
5.2	Calculo y análisis del punto de equilibrio.....
5.3	Budget de Ventas en unidades. Mes y Total Año
5.4	Budget de Ventas en dólares. Mes y Total Año
5.5	Gastos de Promoción. Mes y Total Año
5.6	Estrategias Puntuales del Marketing Mix en Fechas Importantes:
5.6.1	Producto.....
5.6.2	Precio
5.6.3	Plaza.....
5.6.4	Promoción.....
5.7	Campañas pagadas#1 en Redes Sociales por FacebookAds:
5.7.1	Objetivo de la campaña:
5.7.2	Nombre de la campaña:
5.7.3	Segmentación.....
5.7.4	Ubicación.....

5.7.5	Presupuesto
5.7.6	Fechas
5.7.7	Simulación pago con Tarjeta de Crédito.....
5.7.8	Diseño del Anuncio:
5.8	Campañas pagadas#2 en Redes Sociales por FacebookAds:
5.8.1	Objetivo de la campaña:
5.8.2	Nombre de la campaña:
5.8.3	Segmentación.....
5.8.4	Ubicación.....
5.8.5	Presupuesto
5.8.6	Fechas
5.8.7	Simulación pago con Tarjeta de Crédito.....
5.9	Campañas pagadas#1 en Motores de búsqueda por GoogleAds:.....
5.9.1	Objetivo de la campaña:
5.9.2	Nombre de la campaña:
5.9.3	Segmentación.....
5.9.4	Ubicación.....
5.9.5	Presupuesto
5.9.6	Fechas
5.9.7	Simulación pago con Tarjeta de Crédito.....
5.10	Campañas pagadas#2 en Motores de búsqueda por GoogleAds:.....
5.10.1	Objetivo de la campaña:
5.10.2	Nombre de la campaña:
5.10.3	Segmentación.....
5.10.4	Ubicación.....
5.10.5	Presupuesto
5.10.6	Fechas
5.10.7	Simulación pago con Tarjeta de Crédito.....

CAPÍTULO VI: INTEGRACIÓN DE LA TIENDA ONLINE.....

6.1	ROI DIGITAL.....
6.2	Presentar la tienda online actualizada e integrada con todos los sitios web y las redes sociales. Resumen de links
II.	CONCLUSIONES.....
III.	RECOMENDACIONES.....
IV.	LISTA DE REFERENCIAS.....

V. ANEXOS

CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO DIGITAL

1.1 Antecedentes

Frecuentemente escuchamos a varias personas expresar el deseo de llevar una vida saludable, asociándola con diversas acciones necesarias para alcanzar ese objetivo. Según la definición de la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2018), la salud se describe como "un estado de completo bienestar físico, mental y social". En este contexto, una vida saludable implica la adopción de diversos hábitos y estilos de vida que contribuyan a lograr ese estado integral, prolongando así la esperanza de vida. Este enfoque está estrechamente vinculado con la alimentación (siguiendo una dieta equilibrada), la actividad física, la higiene, el descanso, la recreación, y también incluye el equilibrio espiritual y con el medio ambiente.

En relación con la alimentación, la creciente preocupación sobre los procesos de producción y el alto contenido químico de los alimentos actuales ha llevado a muchas personas a buscar alternativas más saludables. Entre ellas, se destacan los productos naturales, ecológicos u orgánicos, que no solo promueven y mejoran la salud individual, sino también la del agroecosistema, la biodiversidad y los ciclos biológicos. Esto contribuye a un equilibrio con el entorno circundante (Herrera, 2014).

Los alimentos naturales, ecológicos y orgánicos se consideran una opción de alimentación saludable, ya que no solo son ricos en nutrientes, sino que también ofrecen beneficios en la prevención de enfermedades. Además, demuestran un compromiso real con la sociedad y el ecosistema desde su producción, en un contexto donde la responsabilidad ambiental se ha vuelto casi obligatoria para todas las empresas.

La tendencia mundial hacia un aumento en el consumo de alimentos saludables, orgánicos y naturales es evidente. Los efectos perjudiciales para la salud asociados con el consumo de alimentos con productos químicos y malos hábitos alimenticios han despertado un interés creciente en este tipo de productos. En el país, se cuenta con 1,518 productores

agroecológicos y diversas empresas que elaboran productos con atributos saludables y de calidad. A pesar de esta oferta de calidad, es necesario que siga creciendo y mejorando en los próximos años.

En los últimos años, ha habido un aumento en la cantidad de tiendas que ofrecen alimentos saludables, orgánicos y naturales. Estas tiendas son más populares en los sectores socioeconómicos medios y altos, abarcando a niños, jóvenes y adultos mayores de 4 años, aunque los precios de sus productos suelen ser relativamente elevados. Por tanto, resulta crucial para este negocio diferenciarse mediante estrategias que aborden aspectos sociales, ecológicos y económicos, en línea con las actuales tendencias de consumidores que buscan atributos de valor más allá de la calidad intrínseca del producto.

La creciente conciencia sobre la importancia de adoptar hábitos alimenticios saludables ha generado una demanda en aumento de productos nutritivos y deliciosos. En este contexto, la oferta de galletas saludables se presenta como una oportunidad estratégica para satisfacer las necesidades del mercado local.

El análisis de mercado revela que existe una demanda latente de opciones de snacks saludables en la región, respaldada por la preocupación por la salud y el bienestar. La ausencia de una oferta consolidada en el ámbito local brinda una oportunidad estratégica para "Delicias Saludables" de posicionarse como un referente en el mercado de galletas saludables en la ciudad de Manta. Asimismo, la implementación de estrategias digitales permitirá llegar a un público más amplio, aprovechando la accesibilidad y conveniencia que ofrece el comercio electrónico.

En este contexto, el plan de negocio digital se fundamenta en la creación de una plataforma en línea atractiva y fácil de usar, que destaque la calidad y variedad de las galletas saludables ofrecidas. Se integrarán estrategias de marketing digital para generar conciencia de marca, captar clientes potenciales y fomentar la fidelización. Además, se establecerán alianzas

con proveedores locales de ingredientes saludables para garantizar la frescura y calidad de los productos.

En resumen, el plan de negocio digital para la comercialización de galletas saludables en la tienda en línea "Delicias Saludables" se basa en la oportunidad de satisfacer la creciente demanda de productos saludables en la ciudad de Manta, aprovechando las tendencias de consumo y la preferencia por las compras en línea.

1.2 Problema

Radica en la necesidad de enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades únicas del ecosistema digital al introducir un negocio de venta en línea especializado en productos alimenticios saludables, en este caso, galletas. La ciudad de Manta sirve como escenario para este proyecto, y la investigación se centra en cómo optimizar la presencia digital y resolver cuestiones clave que podrían impactar el éxito del negocio en el entorno en línea.

En primer lugar, el desafío principal es identificar y comprender las preferencias del mercado local de Manta en el ámbito digital. Esto implica investigar las tendencias de consumo en línea, la demanda del mercado para productos saludables y la competencia existente en el entorno digital. También es crucial analizar las expectativas de los consumidores locales respecto a la compra de galletas saludables en línea, así como los factores culturales y regionales que podrían influir en su aceptación digital.

Otro aspecto crítico es el diseño e implementación del plan de negocios digital. Esto incluye la evaluación y selección de las plataformas de comercio electrónico más efectivas para la comercialización de galletas saludables, el desarrollo de estrategias de marketing digital que incluyan SEO, publicidad en redes sociales y campañas de email marketing, y la creación de una experiencia de compra en línea fluida y segura. La logística de entrega y la gestión del inventario en el ecosistema digital también son esenciales para garantizar la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente en el entorno en línea.

Además, la investigación debe abordar los desafíos regulatorios y legales asociados con la venta de productos alimenticios en línea en Manta. Esto incluye cumplir con los estándares de seguridad alimentaria y normativas de etiquetado digital, así como cualquier otro requisito legal relevante para la operación de un negocio en el entorno digital. Resolver estos desafíos contribuirá al éxito sostenible del negocio "Delicias Saludables" en el ecosistema digital y en la comunidad local.

1.3 Contexto

Análisis Externo - Pestel

Es una herramienta descriptiva que permite analizar los factores externos no controlables que podrían interferir con el éxito u operación de un negocio, a fin de detectar riesgos por mitigar o cambios a los cuales adaptarse. Las siglas hacen referencia a los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, económicos y legales del mercado.

1.4 Justificación

Como emprendedores digitales, enfrentamos continuamente el desafío de desarrollar estrategias efectivas que proporcionen resultados significativos y fiables, a pesar de las limitaciones frecuentes en cuanto a tiempo, recursos y acceso al mercado objetivo.

Al igual que los investigadores enfrentan restricciones de tiempo, en este plan de negocio digital, los plazos ajustados y las fechas límite inminentes pueden dificultar la implementación de estrategias exhaustivas de marketing digital o logística en línea; el lanzamiento rápido de la tienda en línea puede exigir decisiones rápidas y eficientes sobre el diseño de la estrategia digital, priorizando un enfoque más focalizado inicialmente en el marketing y la promoción digital.

La limitación de recursos también tiene un paralelo con los estudios de investigación, donde los costos asociados a personal, tecnología y herramientas pueden ser significativos; en el contexto del comercio electrónico, esto afecta la gestión del presupuesto, influyendo en la

variedad de productos ofrecidos, las estrategias publicitarias y la implementación de tecnologías digitales.

Las restricciones logísticas, la segmentación del mercado y la adaptación a las preferencias locales en línea pueden complicar la identificación y alcance de una audiencia más amplia. Por ejemplo, comprender las preferencias y comportamientos de compra de los consumidores locales a través de análisis de datos digitales puede requerir ajustes en las estrategias de marketing y en la personalización de campañas.

A pesar de estas limitaciones, es crucial abordar estos retos con una metodología sólida, en el plan de negocio digital, esto puede significar emplear estrategias de marketing digital selectivas, utilizar técnicas avanzadas de análisis de datos para interpretar el comportamiento del consumidor en una muestra más pequeña, y planificar la expansión de las operaciones y la variedad de productos en el futuro conforme se disponga de más recursos. Adaptarse a estas limitaciones se presenta como una solución práctica y viable para avanzar en el entorno digital y lograr resultados significativos, incluso cuando las circunstancias son desafiantes.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo General

Crear un Plan de Negocio Digital integral para comercializar galletas saludables a través de la tienda en línea "Delicias Saludables" en Manta, Ecuador, que aborde aspectos estratégicos, operativos y de marketing digital, garantizando la viabilidad y el éxito sostenible del negocio en el entorno digital y el mercado local.

1.5.2 Objetivos Específicos

- Identificar las preferencias y comportamientos de consumo relacionados con productos alimenticios saludables, específicamente galletas, en la población de Manta, mediante encuestas y análisis de datos de mercado.

- Evaluar la competencia local en el ámbito de productos saludables y determinar las fortalezas y debilidades de "Delicias Saludables" en comparación con otras ofertas disponibles en la ciudad.

- Diseñar una estrategia de marketing digital personalizada que incluya la creación y gestión de perfiles en redes sociales, publicidad en línea y otras tácticas digitales para aumentar la visibilidad y atraer a la audiencia objetivo.

- Desarrollar un plan operativo que abarque la logística de entrega, la gestión de inventario y la selección de plataformas en línea para la tienda, asegurando una experiencia de compra eficiente y satisfactoria.

- Realizar un análisis financiero para determinar la inversión inicial requerida, los costos operativos y proyectar el retorno de inversión a corto y largo plazo del negocio de comercialización de galletas saludables en la tienda en línea "Delicias Saludables".

- Evaluar la factibilidad legal y regulatoria del negocio, asegurándose de cumplir con todas las normativas relacionadas con la venta de productos alimenticios en línea en la ciudad de Manta.

Estos objetivos específicos contribuirán al logro del objetivo general, permitiendo la formulación de un Plan de Negocio Digital sólido y adaptado a las características del mercado local en Manta.

1.6 Impacto

la investigación contribuirá directamente al éxito y sostenibilidad de "Delicias Saludables". Proporcionará información detallada sobre las preferencias del mercado local, permitiendo la adaptación precisa de la oferta de productos y estrategias de marketing. Esto maximizará las posibilidades de aceptación y demanda por parte de los consumidores, mejorando así las perspectivas de crecimiento y rentabilidad del negocio.

Además, el plan de negocio digital desarrollado a partir de la investigación

proporcionará una guía estratégica para la gestión operativa y comercialización en línea de "Delicias Saludables". Esto no solo facilitará la eficiencia interna, sino que también fortalecerá la presencia en línea de la tienda, aumentando la visibilidad y accesibilidad de la marca a nivel local y posiblemente a nivel nacional.

En términos económicos, el impacto de la investigación se extenderá a la generación de empleo y al estímulo de la actividad económica en la ciudad de Manta. La creación y operación de una tienda en línea exitosa no solo beneficiará al emprendimiento en sí, sino que también contribuirá al desarrollo de la comunidad al proporcionar empleo directo e indirecto, fortaleciendo así el tejido económico local.

Además, al ofrecer productos saludables y promover hábitos alimenticios conscientes, "Delicias Saludables" podría tener un impacto positivo en la salud de la comunidad. Al proporcionar opciones de galletas nutritivas y deliciosas, la tienda en línea podría contribuir a la mejora de la calidad de vida de los consumidores, fomentando un estilo de vida más saludable.

Finalmente, la investigación podría servir como modelo para otros emprendedores locales interesados en incursionar en el comercio electrónico de productos saludables. Al compartir las lecciones aprendidas, estrategias exitosas y desafíos superados, el impacto se extiende más allá de "Delicias Saludables", influenciando positivamente el entorno empresarial local y promoviendo la adopción de prácticas comerciales digitales innovadoras en la ciudad de Manta. En resumen, el impacto de la investigación no solo radica en el éxito individual de "Delicias Saludables" sino también en su contribución al desarrollo económico, la salud comunitaria y la inspiración para futuros emprendedores en la ciudad de Manta.

1.7 Tendencias Digitales por grupo generacional

El análisis de las tendencias digitales por grupo generacional es esencial para el éxito de un plan de negocio digital, especialmente en el contexto de la comercialización de

productos en línea. En la ciudad de Manta, Ecuador, la diversidad generacional juega un papel crucial en la definición de estrategias efectivas para llegar a diferentes segmentos de la población.

La generación Z, nacida después de mediados de la década de 1990, es conocida por su conexión intrínseca con la tecnología. Estos consumidores digitales prefieren la accesibilidad móvil y la interacción en plataformas como Instagram, TikTok y otras redes sociales. Por lo tanto, estrategias de marketing visual, contenido atractivo y la presencia en estas plataformas serán esenciales para atraer a este grupo hacia la tienda en línea "Delicias Saludables".

La generación del milenio, también activa en el ámbito digital, valora la autenticidad y la transparencia en las marcas. Estrategias de marketing que resalten los valores de salud, sostenibilidad y la historia detrás de "Delicias Saludables" resonarán especialmente con este grupo. Plataformas como Facebook y YouTube, donde se busca información y contenido de calidad, pueden ser canales clave para llegar a la generación del milenio en Manta.

Las generaciones X y baby boomers, aunque menos orientadas digitalmente que las más jóvenes, están adoptando gradualmente las compras en línea. Estrategias que enfatizan la facilidad de uso, la seguridad y la calidad del producto serán fundamentales para ganar la confianza de estos consumidores. Campañas de correo electrónico y presencia en plataformas de compra en línea consolidadas podrían ser canales efectivos para llegar a este grupo demográfico.

El análisis de estas tendencias digitales permitirá personalizar la estrategia de marketing y la experiencia en línea de "Delicias Saludables" para satisfacer las expectativas específicas de cada grupo generacional en Manta. Además, el seguimiento continuo de las tendencias y la adaptación ágil de las estrategias garantizarán la relevancia continua de la tienda en línea en un entorno digital en constante evolución.

1.8 Modelo de Negocio Digital: B2B, B2C

El modelo de negocio digital para la comercialización de galletas saludables en la tienda en línea "Delicias Saludables" en la ciudad de Manta se desarrollará principalmente bajo dos enfoques clave: Business-to-Consumer (B2C) y Business-to-Business (B2B). Estos modelos desempeñarán roles específicos para asegurar la eficiencia operativa y maximizar el alcance del negocio en el entorno digital.

En el modelo B2C, "Delicias Saludables" se dirigirá directamente a los consumidores finales en la ciudad de Manta. A través de la tienda en línea, los clientes podrán explorar y comprar una variedad de galletas saludables. Este enfoque implica la implementación de estrategias de marketing digital dirigidas a segmentos específicos de la población, destacando los beneficios de los productos, la experiencia de compra en línea fácil y segura, y la entrega eficiente de los productos directamente a los hogares de los clientes. Este modelo B2C es esencial para construir una sólida base de clientes locales y maximizar la participación de mercado en el ámbito de consumidores individuales interesados en opciones de galletas saludables.

En paralelo, el modelo B2B será crucial para establecer colaboraciones estratégicas con empresas y organizaciones locales. Esto podría incluir acuerdos con cafeterías, gimnasios, empresas de catering saludable u otros establecimientos que busquen ofrecer opciones de snacks nutritivos a sus clientes o empleados. A través de este modelo, "Delicias Saludables" podría vender sus productos al por mayor, beneficiándose de volúmenes de ventas más altos y expandiendo su presencia a través de asociaciones empresariales. Esta estrategia contribuirá a diversificar los canales de venta y establecer relaciones a largo plazo con otros actores clave en el mercado local.

Ambos modelos, B2C y B2B, se complementarán para proporcionar una estrategia integral en la comercialización de galletas saludables. Mientras el B2C se centra en llegar directamente a

los consumidores individuales, el B2B abrirá oportunidades para expandir la presencia de "Delicias Saludables" en el mercado local, aprovechando colaboraciones estratégicas para aumentar la visibilidad y la distribución de sus productos. La integración de estos modelos en el plan de negocio digital fortalecerá la posición de "Delicias Saludables" en el mercado de Manta, ofreciendo flexibilidad y adaptabilidad en un entorno comercial dinámico.

CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Datos importantes de la actividad de la empresa

La actividad de la empresa "Delicias Saludables" se sustentará en una serie de datos clave que abarcarán aspectos esenciales para el desarrollo y el éxito de la tienda en línea especializada en la comercialización de galletas saludables en la ciudad de Manta.

La identificación precisa de las preferencias y comportamientos de consumo de la población local será fundamental. Datos demográficos, hábitos alimenticios y tendencias de salud proporcionarán información valiosa para personalizar la oferta de productos de manera que se alinee con las necesidades específicas de la comunidad mantense. Esto incluirá la evaluación de ingredientes preferidos, tamaños de porción ideales y preferencias de sabores, asegurando que la selección de galletas saludables responda directamente a la demanda local.

Además, la investigación recopilará datos sobre la competencia local en el mercado de productos alimenticios saludables. Evaluar las estrategias utilizadas por otros actores en la industria permitirá a "Delicias Saludables" diferenciarse y destacarse. Datos sobre precios, presentación de productos y canales de distribución de competidores proporcionarán información crucial para la fijación de precios y la estrategia de marketing de la tienda en línea.

La actividad de la empresa también estará respaldada por análisis de datos relacionados con el entorno digital. Esto incluirá el uso de plataformas de redes sociales, preferencias de interacción en línea y comportamientos de compra digital. Conocer cómo la

población de Manta se relaciona con las tecnologías digitales permitirá a "Delicias Saludables" adaptar sus estrategias de marketing digital para maximizar la visibilidad y participación en línea.

Asimismo, la investigación recopilará datos sobre la logística de entrega y la infraestructura necesaria para garantizar un servicio eficiente. Datos sobre proveedores locales, costos de envío y tiempos de entrega contribuirán a la planificación operativa y logística, asegurando una experiencia de compra sin contratiempos para los clientes.

En resumen, la recopilación y análisis de datos clave relacionados con las preferencias del consumidor, la competencia local, el comportamiento digital y la logística serán elementos esenciales para informar y respaldar la actividad de "Delicias Saludables". Estos datos proporcionarán una base sólida para la toma de decisiones estratégicas y el desarrollo efectivo de la tienda en línea en el mercado de Manta.

2.1.1 Nombre Comercial.

Delicias Saludables

2.1.2 Logotipo.



2.1.3 Isotipo.



2.1.4 Slogan.

"Sabor que Nutre, Delicias que te Cuidan"

2.1.5 Historia de la Marca.

Delicias Saludables nace de la pasión por brindar opciones deliciosas y nutritivas. Inspirados por el deseo de promover un estilo de vida saludable, nos embarcamos en la misión de crear galletas que no solo satisfacen tus antojos, sino que también cuidan de tu bienestar. Desde ingredientes seleccionados con cuidado hasta un proceso de elaboración que garantiza frescura y calidad, cada bocado cuenta nuestra historia de compromiso con la salud y el deleite. Bienvenido a la experiencia única de Delicias Saludables, donde cada galleta es una elección consciente y deliciosamente satisfactoria.

2.1.6 Core Business.

Se centra en la producción y comercialización de galletas saludables a través de una plataforma de tienda en línea. Nos especializamos en ofrecer productos sabrosos, nutritivos y elaborados con ingredientes de alta calidad, apuntando a satisfacer las necesidades de clientes conscientes de su salud y bienestar. Nuestra diferenciación radica en la combinación perfecta entre sabor excepcional y beneficios para la salud.

2.1.7 Filosofía empresarial.

En Delicias Saludables, nuestra filosofía se basa en la creencia de que la alimentación saludable puede ser deliciosa y accesible para todos. Nos comprometemos a ofrecer productos que no solo satisfacen los paladares más exigentes, sino que también contribuyen a un estilo de vida equilibrado. Buscamos la excelencia en cada paso, desde la elección de ingredientes hasta la entrega en tu puerta. Nuestra misión es inspirar y facilitar decisiones alimenticias conscientes, promoviendo la salud y el bienestar en la comunidad de Manta y más allá.

2.2 Investigación de Mercado

2.2.1 Resumen del estudio de Mercado: Metodología, Muestra, Encuesta

Esta investigación se fundamenta en la perspectiva positivista, la cual adopta un enfoque deductivo y emplea una metodología cuantitativa. De acuerdo con Pérez Villamar

(2015), el positivismo se caracteriza por destacar lo observable y sostiene que este tipo de conocimiento es genuino. En consecuencia, el positivismo se presenta como una teoría que considera la experiencia comprobada y verificable mediante los sentidos o muestras como el único medio válido de conocimiento. Esto implica la obtención de resultados lógicos a través de variables observables.

Se llevó a cabo utilizando una metodología basada en encuestas en línea. Esta metodología permitió evaluar a un grupo de personas seleccionadas como muestra dentro de nuestro público objetivo en Manta. Las preguntas formuladas en la encuesta fueron diseñadas de manera sencilla con el objetivo de determinar la viabilidad de posicionar la empresa en el sector objetivo.

La elección de encuestas en línea se justifica por ser una opción relativamente fácil y eficiente, que no requiere grandes recursos humanos ni económicos para recopilar la información necesaria para nuestra propuesta de negocio. Dentro de nuestro proyecto, nos hemos orientado según el modelo de investigación de mercados propuesto por Malhotra (2019), el cual consta de seis pasos, como se refleja en el gráfico.



Nota. Modelo de Investigación de mercados de Malhotra

Fuente: Elaboración propia (2024) basada en Malhotra, N, K. (1999). Marketing Research

Este enfoque metodológico nos proporcionó una estructura sólida para analizar y comprender la demanda del mercado, así como para evaluar la aceptación potencial de "Delicias Saludables" en la ciudad de Manta.

Muestra:

Para determinar la muestra se utilizó la población de la ciudad de Manta, se ha empleado la fórmula destinada al cálculo del tamaño de muestra finita, la cual se visualiza en el gráfico.

CALCULO TAMAÑO DE MUESTRA FINITA

Parámetro	Insertar valor	Tamaño de muestra "n" =
N	258,697	110
Z	1,960	
P	95,00%	
Q	5,00%	
e	3,00%	

Figura. Cálculo de la muestra finita.

2.2.2 Presentación de resultados gráficos, análisis de Resultados y Estadística

Descriptiva

Anexo 1:

Para esta investigación de mercados se ha realizado la siguiente encuesta:

PLAN DE NEGOCIO DIGITAL PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE GALLETAS SALUDABLES EN LA TIENDA EN LÍNEA "DELICIAS SALUDABLES" EN LA CIUDAD DE MANTA.

2.2.3 Análisis de Resultados y Estadística Descriptiva

La encuesta fue respondida por 110 personas, que representa el 100% de la muestra, en donde:

Tabulación de la encuesta.

Anexo 1:

2.2.4 Conclusiones

En resumen, el análisis detallado de las encuestas ha proporcionado una visión integral de las preferencias y percepciones de los participantes en relación con los productos y la tienda en línea. Los factores determinantes en la elección de productos, como la calidad y el precio, subrayan la importancia de ofrecer productos de alta calidad a precios competitivos. Las sugerencias de mejora, como la implementación de promociones y un diseño atractivo, ofrecen pautas valiosas para fortalecer la atracción de la tienda en línea y mejorar la experiencia del cliente.

En general, estos hallazgos indican áreas de fortaleza a destacar y oportunidades para el crecimiento mediante estrategias centradas en la calidad del producto, la competitividad de precios y la optimización continua de la plataforma en línea.

2.3 Propuesta de Valor Digital

Será fundamental para diferenciar y destacar la marca en el mercado. Siguiendo el ejemplo proporcionado, la propuesta de valor digital se centrará en ofrecer a los clientes una experiencia en línea única y atractiva.

En primer lugar, la plataforma en línea de "Delicias Saludables" se diseñará para ser fácil de navegar y visualmente atractiva. La presentación de productos será clara y atractiva, con imágenes de alta calidad y descripciones detalladas que destaquen los aspectos saludables y deliciosos de las galletas. La personalización de productos se presentará de manera intuitiva, permitiendo a los clientes crear sus propias combinaciones de ingredientes.

La propuesta de valor digital también incorporará la flexibilidad en la forma de compra. Los clientes tendrán la opción de elegir entre productos prediseñados listos para su compra inmediata o personalizar sus galletas según sus preferencias. Además, se proporcionará información nutricional detallada para respaldar la decisión de compra consciente y saludable.

Para mejorar la experiencia del cliente, se implementará un sistema de recomendaciones personalizadas basado en el historial de compras y preferencias del cliente. Esto no solo facilitará la navegación, sino que también fomentará compras adicionales, fortaleciendo la lealtad del cliente.

La propuesta de valor digital se alineará con la estrategia de entrega y pagos, garantizando una experiencia de compra integral. Los clientes podrán realizar pagos de manera segura en la plataforma y seguir el progreso de sus pedidos desde la compra hasta la entrega, brindando transparencia y confianza.

La Propuesta de Valor Digital para "Delicias Saludables" en Manta se basará en la combinación de una plataforma fácil de usar, opciones de personalización, información nutricional detallada y un proceso de compra transparente. Esta estrategia busca no solo captar la atención de los clientes en línea, sino también ofrecer una experiencia digital que refleje los valores de salud y calidad de la marca.

En el siguiente esquema, se pone en conocimiento lo propuesto por nuestra empresa.



Nota. Propuesta de valor

Fuente: Elaboración propia

2.4 Posicionamiento

2.4.1 SEO.

Para mejorar el posicionamiento SEO de la tienda de galletas saludables, es fundamental crear y compartir contenido de alta calidad y relevante. Publicaremos imágenes atractivas de nuestras galletas, recetas saludables, consejos sobre nutrición, tendencias en alimentación y videos de preparación en plataformas digitales como TikTok, Instagram, Facebook y WhatsApp Business. Este enfoque ayudará a mantener a nuestros clientes interesados y motivados para realizar sus compras, mejorando así nuestra visibilidad en los motores de búsqueda.

2.4.2 SEM.

La tienda de galletas saludables, implementaremos una estrategia de publicidad pagada en SEM. Crearemos anuncios llamativos que destaquen nuestras galletas saludables y sus beneficios, con imágenes atractivas y textos persuasivos. Esto motivará a los usuarios a hacer clic en nuestros anuncios y ser dirigidos rápidamente a nuestra página, facilitando una experiencia de compra fluida y segura.

2.4.3 Posicionamiento en Redes Sociales.

desempeña un papel crucial para el éxito de la estrategia de marketing digital. Al igual que en el ejemplo de "Delicias Saludables" para nuestra tienda de galletas saludables, es esencial destacar en las plataformas más relevantes para nuestro público objetivo.

En primer lugar, identificaremos las redes sociales más apropiadas para nuestra audiencia, basándonos en sus preferencias y hábitos de uso. Podrían incluirse plataformas como Facebook, Instagram, TikTok y Twitter. La clave para posicionar nuestra marca será la creación de contenido valioso y relevante que atraiga la atención de nuestros clientes potenciales.

La estrategia de posicionamiento en redes sociales se centrará en comprender los intereses, gustos y actividades en línea de nuestra audiencia. Esto nos permitirá desarrollar contenido atractivo, como promociones, sorteos y resaltar los productos destacados, con el objetivo de fomentar la interacción y generar una mayor presencia en estas plataformas.

Además, tomaremos como referencia las estrategias exitosas de la competencia, analizando qué temáticas son más populares en cada red y segmento estratégico. Consideraremos también los horarios óptimos para las publicaciones y la interacción con nuestros leads. Cada publicación en redes sociales incluirá un enlace a nuestra tienda en línea, facilitando el acceso directo a nuestros productos y contribuyendo a aumentar el tráfico en nuestro sitio web.

En términos prácticos, en la página de Facebook se compartirá contenido entretenido y recomendaciones de productos, en Twitter nos enfocaremos en tendencias del momento y noticias de negocios, en Instagram se destacarán fotos de la marca y productos, y en TikTok se adoptará una temática divertida con videos promocionales y desafíos relacionados con nuestras galletas saludables. De esta manera, la estrategia de posicionamiento en redes sociales se alinearán de manera integral con el Plan de Negocio Digital para "Delicias Saludables," fortaleciendo la presencia de la marca y generando interacción con la audiencia objetivo.

2.4.4 Posicionamiento WEB.

Cuando nos referimos al posicionamiento en la web, buscamos otorgar suficiente visibilidad online a nuestra empresa y página web, con el propósito de aumentar las ventas, atraer más tráfico y generar leads adicionales. La base de este posicionamiento radica en la implementación de estrategias de SEO y SEM, que nos permiten situar nuestra página en los principales buscadores mediante prácticas inteligentes y alcanzables.

Para destacar nuestra tienda virtual, inicialmente identificaremos nuestro segmento

objetivo al que deseamos llegar. El objetivo es que este público conozca nuestra marca y, simultáneamente, logremos impulsar las ventas. Seleccionaremos cuidadosamente las palabras clave más efectivas para ser considerados como una opción destacada en los motores de búsqueda. Además, en perspectiva futura, una vez que la empresa haya consolidado su posición y se haya logrado un reconocimiento de marca, se planificará la creación de una versión móvil de la tienda. Esta versión móvil se diseñará de manera ligera, evitando la lentitud en la carga de información para evitar que los clientes la cierren antes de completar su visualización. La finalidad de este enfoque es estar siempre disponible y accesibles para nuestros clientes cuando lo requieran.

2.5 Segmentación digital para los diferentes productos o servicios de la Empresa

2.5.1 Creación Públicos Objetivos 1.

Personas de 18 a 65 años, consideradas dentro de la población económicamente activa, constituyen el público objetivo. Enfoque estratégico será implementado en plataformas como Facebook, Instagram, Twitter y TikTok, con todos los productos prediseñados y los posibles productos personalizables, acompañados de contenido adicional como frases motivadoras, noticias empresariales y novedades.

2.5.2 Creación Públicos Objetivos 2.

Individuos con edades comprendidas entre los 18 y 40 años son el foco de interés. Se emplearán de manera exclusiva las plataformas de Facebook, Instagram y TikTok para este segmento, destacando las galletas saludables personalizadas y ofreciendo consejos prácticos para abordar diversas necesidades.

2.5.3 Creación Públicos Objetivos 3

Corporaciones privadas especializadas en recursos humanos, adquisiciones y marketing, que requieran artículos promocionales para eventos especiales. Se emplearán las

plataformas de Twitter, Facebook e Instagram exclusivamente para este segmento, presentando productos promocionales empresariales.

2.6 Canales de Promoción en Redes Sociales

2.6.1 Creación de perfil en FanPage.

Link: <https://www.facebook.com/profile.php?id=61556914442083>

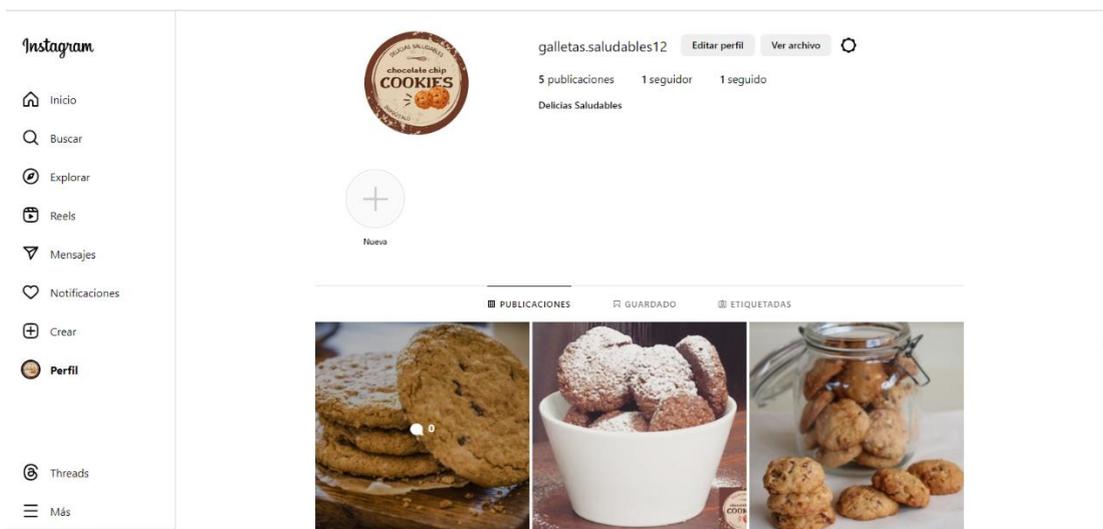


Nota. Diseño de FanPage Facebook

Fuente: FanPage Facebook Delicias Saludables

2.6.2 Creación de perfil en Instagram.

Link: <https://www.instagram.com/galletas.saludables12/>

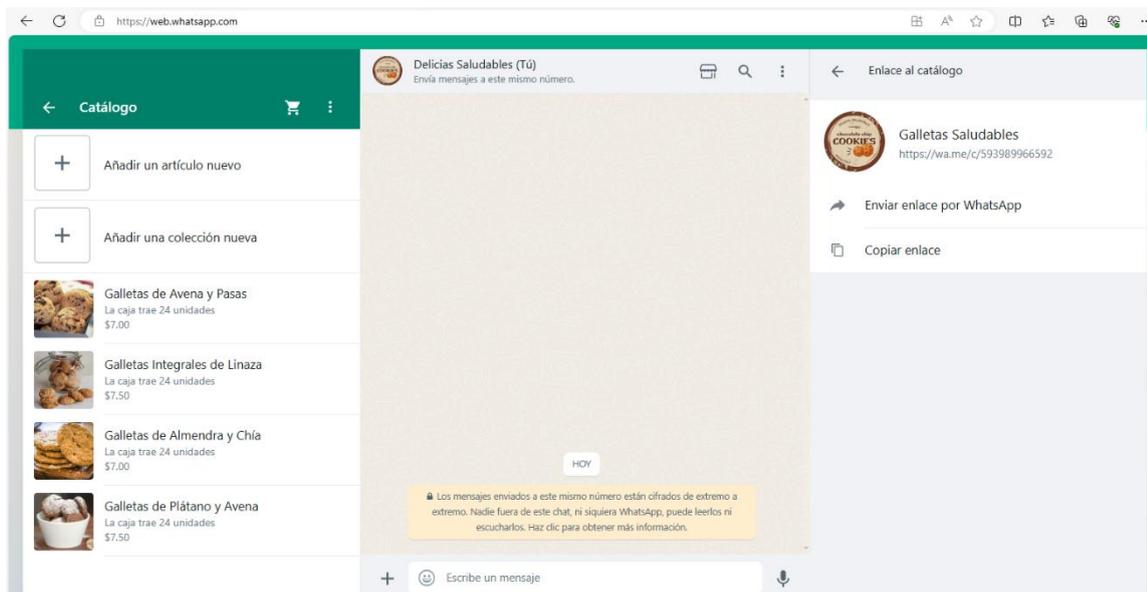


Nota. Perfil de Instagram.

Fuente: Perfil Instagram Delicias Saludables

2.6.3 Creación de perfil en WhatsApp Business

Link: <https://wa.me/c/593989966592>

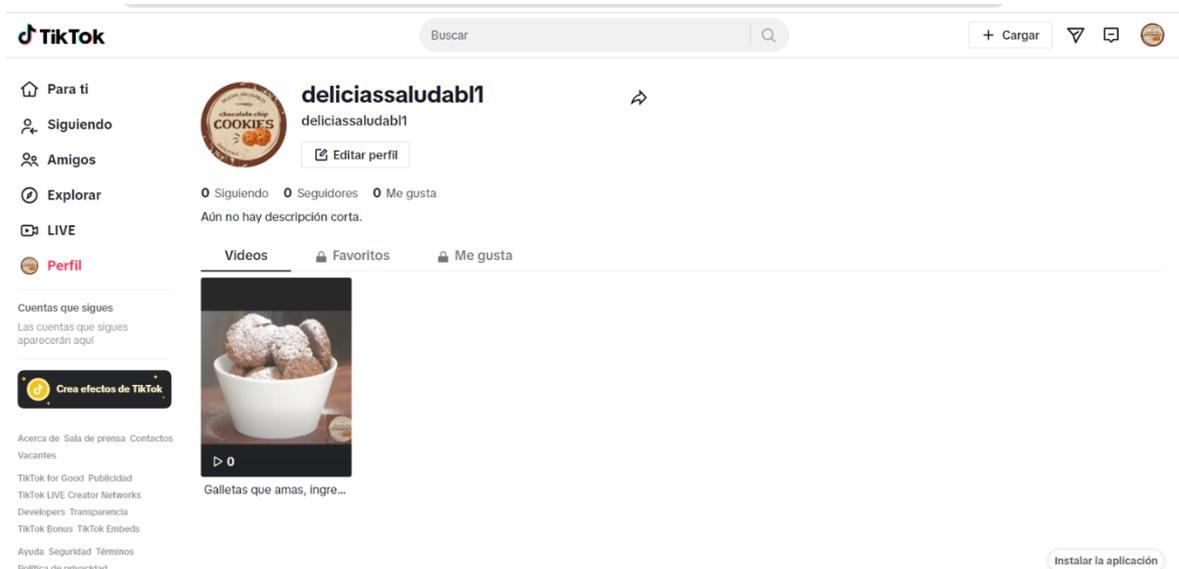


Nota. Perfil de whatsapp business

Fuente: Perfil Whatsapp Business Delicias Saludables

2.6.4 Creación de perfil en TikTok.

Link: <https://www.tiktok.com/@deliciassaludabl1>

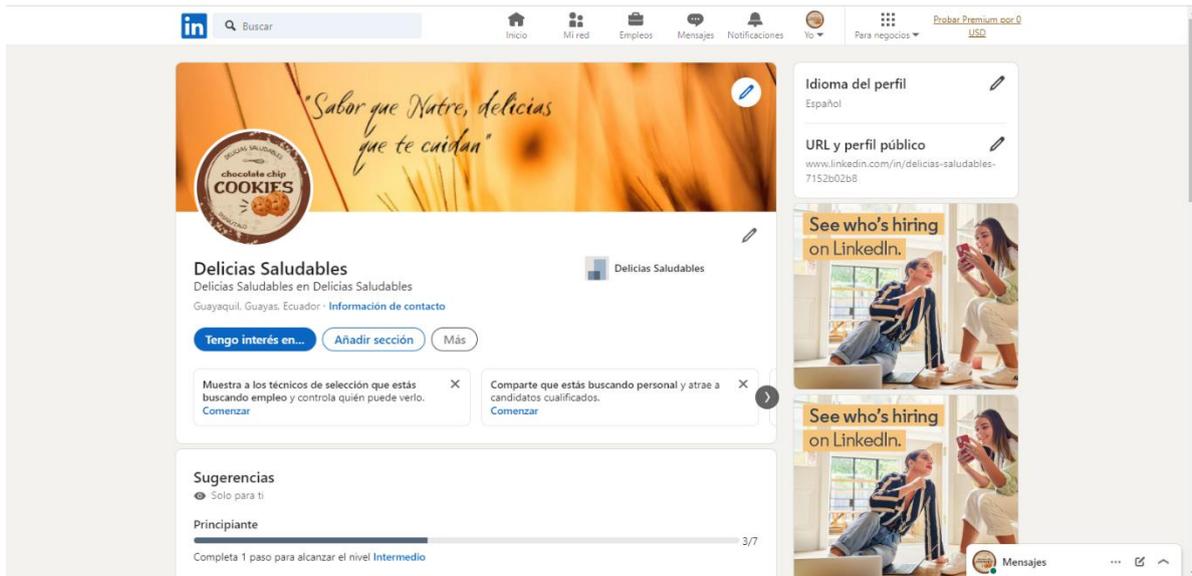


Nota. Perfil de Tik Tok

Fuente: Perfil de Tik Tok Delicias Saludables

2.6.5 Creación de perfil den LinkedIn

Link: <https://www.linkedin.com/in/delicias-saludables-7152b02b8/>

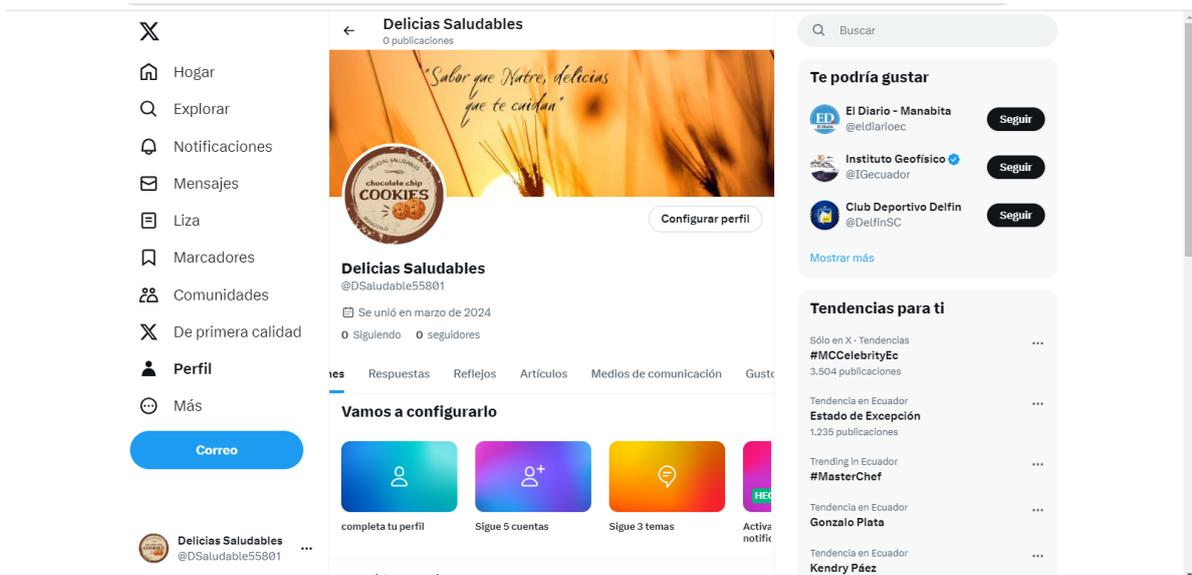


Nota. Perfil de LinkedIn

Fuente: Perfil de LinkedIn Delicias Saludables

2.6.6 Creación de perfil en Twitter

Link: <https://twitter.com/DSaludable55801>

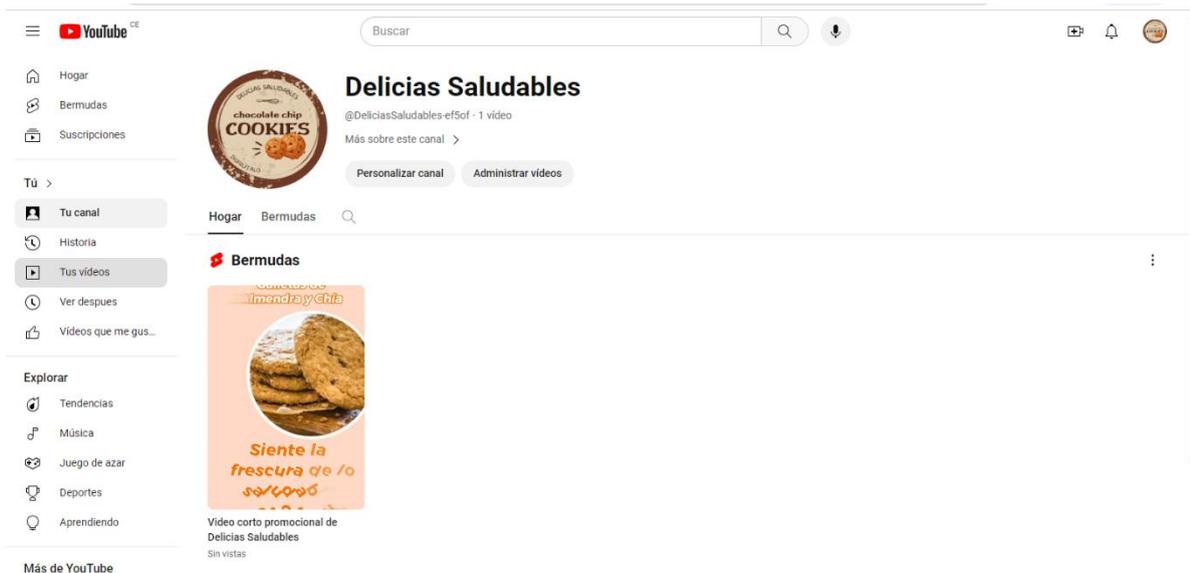


Nota. Perfil de Twitter

Fuente: Perfil de Twitter Delicias Saludables

2.6.7 Creación de perfil en Youtube

Link: <https://www.youtube.com/shorts/nGn9aOepwJs>



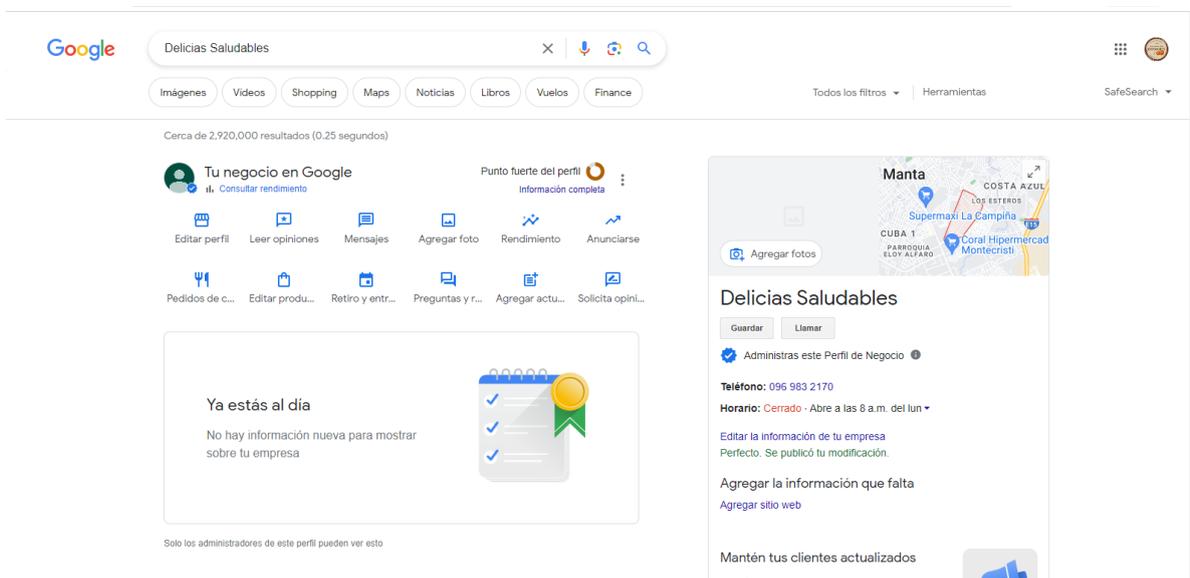
Nota. Perfil de Youtube

Fuente: Perfil de Youtube Delicias Saludables

2.7 Canales de Promoción en WEB

2.5.1 Creación de sitio y perfil de Negocio con Google My business.

Link: <https://maps.app.goo.gl/e6V7Xq1DARsJcNvY7>



Nota. Perfil de Negocio Google My Business

Fuente: Perfil de Negocio Google My Business Delicias Saludables

2.7.3 Creación de página WEB Corporativa (Wix o Word Press)

Link: <https://galletassaludables5.wixsite.com/delicias-saludables>



Delicias Saludables

Tu Tienda Virtual Exclusiva de Galletas. Descubre la comodidad de navegar por nuestra plataforma en línea y disfrutar de una amplia variedad de galletas irresistibles. Con solo unos clics, podrás explorar, seleccionar y recibir nuestras deliciosas creaciones directamente en tu puerta. Bienvenido a la experiencia de compra virtual de galletas más deliciosa.



Nota. Página WEB Corporativa creada con Wix
Fuente: Página WEB Corporativa Wix empresa Delicias Saludables

CAPÍTULO III: ESTUDIO TÉCNICO

3.1 Ventaja competitiva de la presencia en Internet

Debido a los cambios y avances en el ámbito tecnológico y, por ende, en los medios digitales, las empresas se ven compelidas a comprender la importancia de utilizar plataformas de Internet y redes sociales. Esta necesidad surge para mantenerse al tanto de las tendencias del mercado, impulsando así su crecimiento y desarrollo. En la actualidad, las empresas han decidido establecer una presencia online activa con el objetivo de abordar diversos segmentos, ampliar su base de clientes y aumentar las ventas, eliminando las restricciones geográficas para llegar a consumidores.

La empresa “Delicias Saludables” cuenta con diversas herramientas que proporcionarán una ventaja competitiva sobre competidores locales. La implementación de estrategias SEO y SEM permitirá incrementar la visibilidad de la tienda y la página web en internet. Además, se garantizará una logística de entrega eficiente para que los clientes reciban sus productos en la comodidad de sus hogares.

La empresa ofrecerá diversas opciones de pago seguras para generar confianza durante

el proceso de compra. A pesar de que la interacción con la empresa se realice principalmente a través de redes sociales o la página web, se brindará una atención personalizada para que los clientes perciban su importancia para la empresa.

Se desarrollarán estrategias de marketing centradas en descuentos, cupones, promociones, entre otras, con el objetivo de fidelizar a los clientes. La empresa pondrá énfasis en la gestión de su presencia online, buscando expandir su mercado y llegar de manera efectiva a un público más amplio. Este enfoque incluirá mejorar la comunicación, analizar a la competencia y consolidar la posición de la marca en la mente de los consumidores.

3.2 Tienda OnLine

3.2.1 Creación de la tienda online por: Wix

Tras evaluar diversas plataformas virtuales con nuestro equipo de colaboradores, hemos optado por Wix para la configuración de la tienda en línea “Delicias Saludables”. En nuestra opinión, esta plataforma resulta más intuitiva tanto para la empresa como para los consumidores. Su facilidad de diseño es especialmente beneficiosa, considerando que no contamos con un desarrollador de páginas web. Wix nos brinda la capacidad de exhibir de manera efectiva nuestra amplia gama de productos y facilita la realización de compras de forma instantánea.

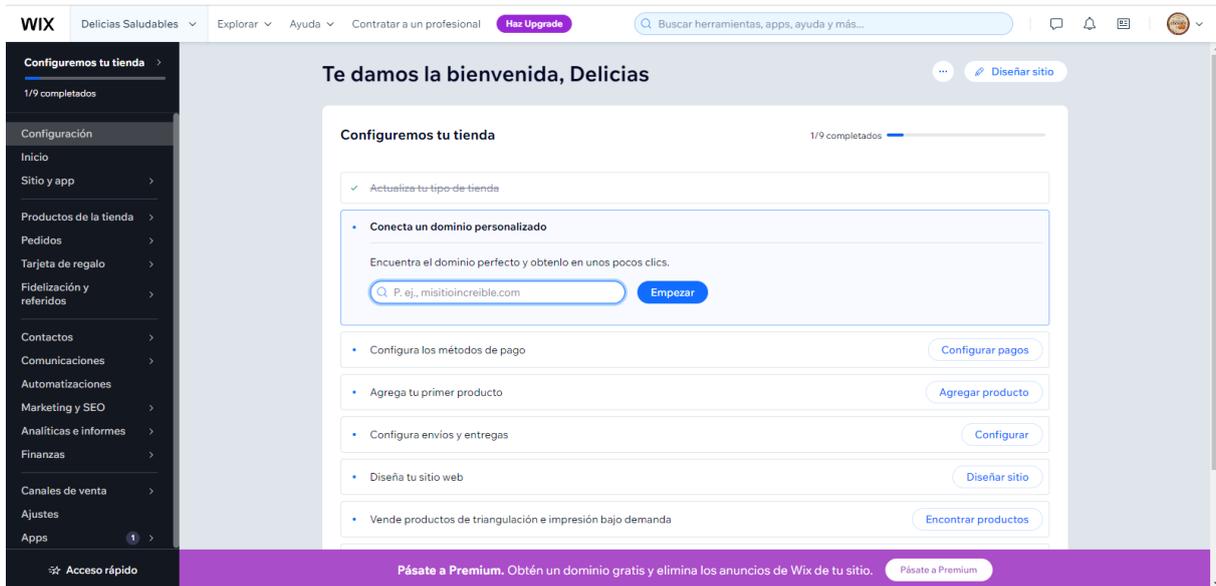
Link: <https://galletasaludables5.wixsite.com/delicias-saludables>

3.2.2 Diseño del sitio

En esta sección, obtendremos una breve vista preliminar de nuestra tienda en línea, es decir, la visualización anticipada de la página de inicio que presenta información fundamental, como el nombre de la empresa, la portada, datos de contacto, detalles sobre los productos, cómo comunicarse con nosotros y los términos y condiciones de la tienda en línea.

Para realizar ajustes en la página, accedemos al panel de control, desde donde se despliegan las opciones para agregar productos, cambiar métodos de pago y toda la

información de contacto disponible. De esta manera, podemos apreciar cómo se presenta la tienda en línea de “Delicias Saludables”.

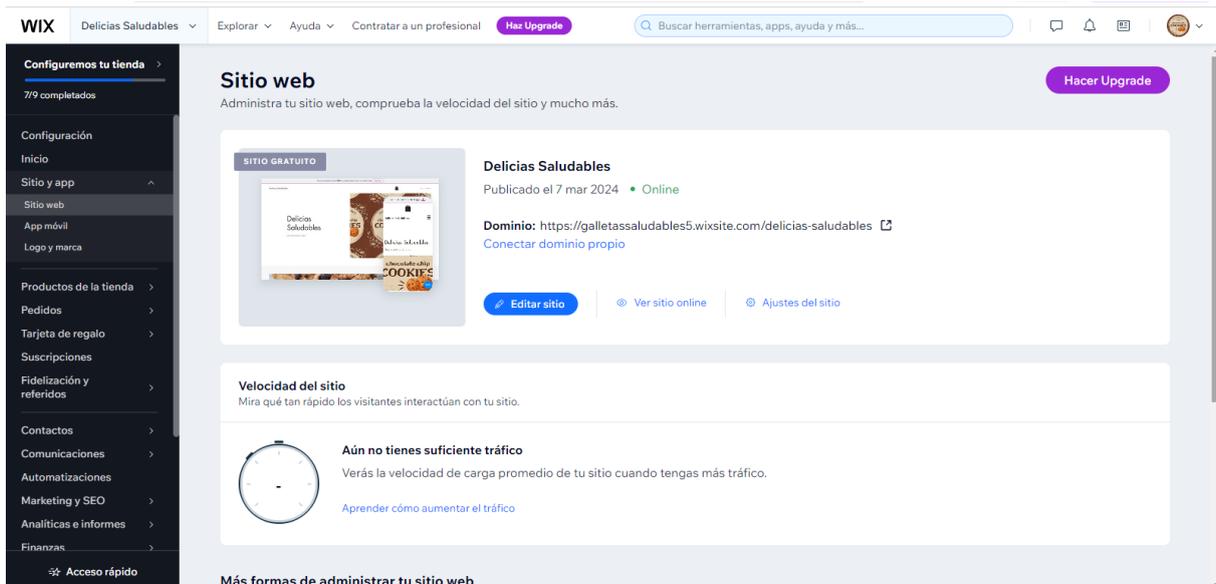


Nota. Sitio Web empresa Delicias Saludables

Fuente. Vista previa del sitio web en Wix

3.2.3 Datos básicos de la tienda virtual

En este espacio, nuestros clientes tienen acceso a datos esenciales sobre nosotros, como nuestro nombre, historia, identidad, ubicación, información de contacto, entre otros detalles.



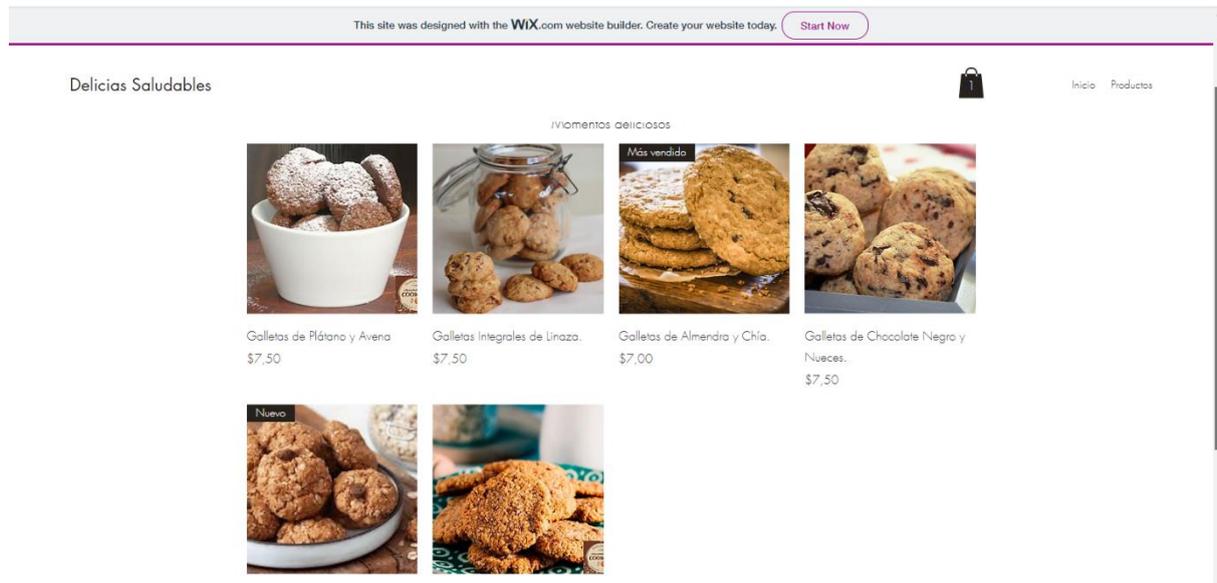
Nota. Datos básicos tienda virtual

Fuente: Tienda virtual empresa Delicias Saludables

3.2.4 Catálogo de Productos

En nuestra selección de productos, ofrecemos una variedad de opciones de galletas saludables, cada una con sus respectivos precios (Delicias Saludables, 2022).

Link: <https://galletassaludables5.wixsite.com/delicias-saludables/blank-1>



Nota. Catálogo de Productos empresa Delicias Saludables

Fuente: Tienda virtual empresa Delicias Saludables

3.2.5 Precios

En esta sección, se presenta el costo final de nuestros productos, establecido mediante un análisis de precios de mercado para asegurar competitividad. Se han evaluado detalladamente los costos asociados a cada producto, y se ha aplicado la siguiente fórmula:

$$\text{Precio} = \frac{\text{Costo}}{1 - \% \text{ margen deseado}}$$

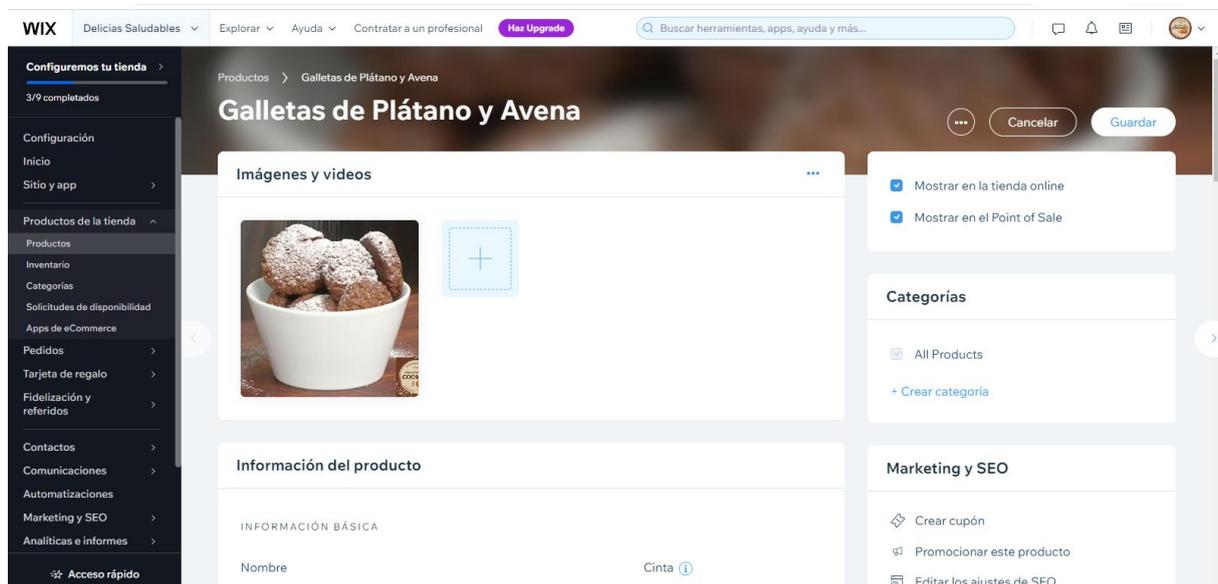
Esta es la razón por la cual, por ejemplo, al establecer el precio de una camiseta básica con diseño predefinido, se ha observado que el costo promedio en el mercado es de 15 dólares. Tras analizar que los costos asociados a la producción de esta camiseta básica con diseño predefinido son de 6 dólares, se determina aplicar un margen de ganancia del 60%. La fórmula se implementaría de la siguiente manera:

$$\text{Precio} = \frac{6}{1 - \% 60} = 15 \text{ dólares}$$

Esta práctica nos posibilita mantener tarifas competitivas de acuerdo con el mercado, lo que resulta en la elección de los clientes debido a nuestra atención personalizada, calidez humana y servicio.

3.2.6 Características

En cada artículo con diseño predefinido que presentamos en nuestra página web, proporcionamos un desglose de las especificaciones de nuestros productos. Este enfoque tiene como objetivo informar al cliente sobre las propiedades y calidad de cada artículo que ofrecemos, permitiéndole evaluar si cumple con sus criterios de compra.



Nota. Características de los productos en página web

Fuente: Tienda virtual empresa Delicias Saludables

3.2.7 Beneficios

Ofrece beneficios significativos para el crecimiento y éxito del emprendimiento. La presencia digital permitirá llegar a un público más amplio, eliminando las barreras geográficas y brindando acceso a consumidores fuera de la ubicación física de la tienda. Esto no solo aumenta la visibilidad de la marca, sino que también amplía el alcance potencial de clientes interesados en opciones de galletas saludables.

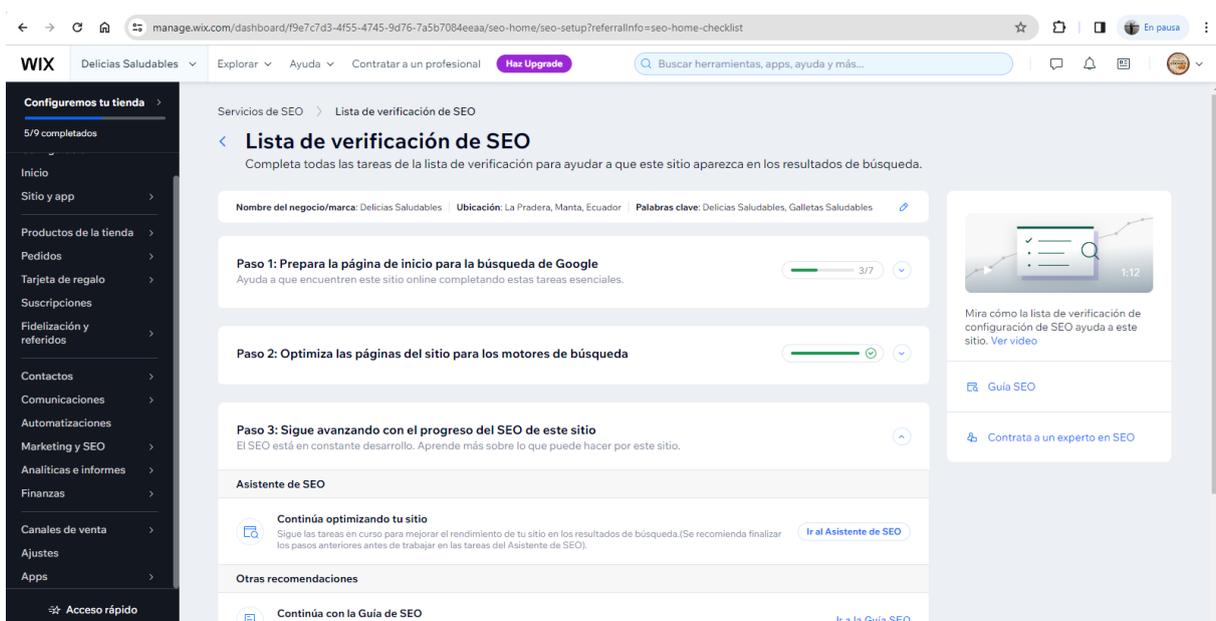
Uno de los beneficios clave de este plan radica en la capacidad de adaptarse a las tendencias y demandas del mercado digital actual. La tienda en línea "Delicias Saludables"

podrá ajustar rápidamente su catálogo de productos, incorporando nuevas variedades de galletas saludables según las preferencias cambiantes de los consumidores. La flexibilidad ofrecida por la plataforma digital permite una rápida adaptación a las necesidades del mercado, asegurando la relevancia constante de la tienda en el mundo digital.

La optimización para motores de búsqueda (SEO) y la presencia activa en redes sociales serán aspectos cruciales de este plan. Al posicionarse estratégicamente en los resultados de búsqueda y mantener una presencia dinámica en plataformas como Facebook, Instagram y TikTok, "Delicias Saludables" aumentará su visibilidad y atraerá la atención de potenciales clientes. Este enfoque no solo generará tráfico hacia la tienda en línea, sino que también contribuirá al fortalecimiento de la marca y al reconocimiento en el mercado digital.

3.2.8 Palabras Claves

En el entorno de nuestra tienda en línea, las expresiones clave empleadas en el atributo SEO de cada producto serán idénticas al nombre del propio producto. Por ejemplo, al introducir en nuestra tienda virtual un artículo como "Delicias Saludables", las palabras clave dentro del atributo SEO se configurarán como "Delicias Saludables".



The screenshot displays the Wix dashboard for 'Delicias Saludables'. The main content area is titled 'Lista de verificación de SEO' (SEO Checklist) and includes the following elements:

- Nombre del negocio/marca:** Delicias Saludables
- Ubicación:** La Pradera, Manta, Ecuador
- Palabras clave:** Delicias Saludables, Galletas Saludables
- Paso 1:** Prepara la página de inicio para la búsqueda de Google. Progress: 3/7.
- Paso 2:** Optimiza las páginas del sitio para los motores de búsqueda. Progress: 100%.
- Paso 3:** Sigue avanzando con el progreso del SEO de este sitio. El SEO está en constante desarrollo.
- Asistente de SEO:** Continúa optimizando tu sitio. Sigue las tareas en curso para mejorar el rendimiento de tu sitio en los resultados de búsqueda.
- Otras recomendaciones:** Continúa con la Guía de SEO.

Nota. Estrategia SEO tienda virtual

Fuete: Tienda virtual Delicias Saludables

3.2.9 Carrito de compras

En esta sección, se presenta el proceso operativo de nuestro carrito de compras. Después de seleccionar un producto y definir sus especificaciones, se agrega al carrito de compras. En este punto, se decide si se desean añadir más artículos o si se procede directamente a la compra. Se especifica la cantidad deseada del producto, se elige el método de pago y se completa la transacción. Es necesario proporcionar todos los datos del cliente para continuar con la realización del pedido, y al finalizar, se ofrece la opción de imprimir el comprobante de compra.

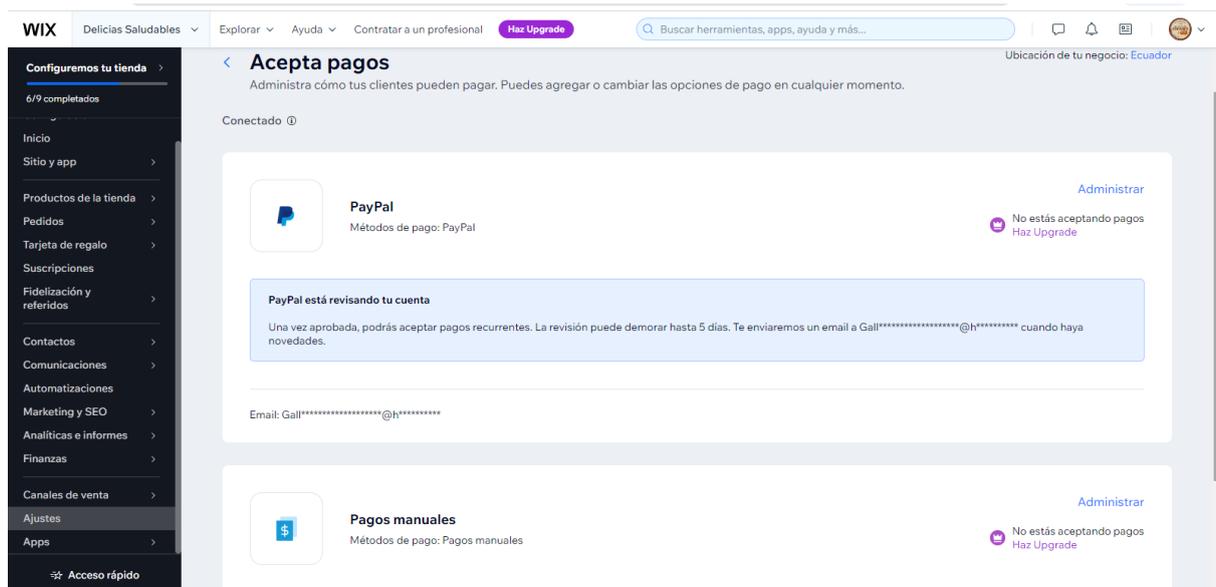


Nota. Confirmación de pedido en Wix

Fuente: Tienda virtual empresa Delicias Saludables

3.2.10 Pasarela de pagos

En la plataforma de pago que ofrecemos, presentaremos las diversas alternativas disponibles para realizar transacciones en nuestro sitio web. Nuestra empresa aceptará pagos a través de tarjetas de crédito, tarjetas de débito, efectivo, transferencias y también mediante PayPal.



Nota. Modo de pago aceptado

Fuente: Tienda virtual empresa Delicias Saludables

3.2.11 Botón de pagos

En nuestra tienda en línea, se implementará un botón de pago para facilitar la adquisición de objetos personalizados de manera virtual. Los métodos de pago disponibles en nuestra tienda incluirán la opción de tarjeta de crédito, PayPal, transferencia bancaria, depósito bancario o pago en efectivo al momento de la entrega del pedido.

3.2.12 Proceso Logístico de salida: (Entrega Producto o Servicio)

Todos los envíos realizados por Delicias Saludables serán entregados sin cargo por una persona de nuestra compañía dentro del área de cobertura. Sin embargo, si la entrega debe efectuarse fuera de dicha área, utilizaremos los servicios de Servientrega, con el cliente cubriendo los costos de envío correspondientes. Además, ofrecemos entregas gratuitas para compras que superen los \$30.00, tanto dentro de la ciudad como fuera de ella, siendo enviadas a través de Servientrega en este último caso. Después de que el pedido se registra en la página y se envía el comprobante de depósito por correo electrónico o WhatsApp, confirmamos la recepción del pago al cliente mediante correo electrónico o WhatsApp, proporcionando detalles sobre los plazos de entrega. Posteriormente, procedemos a preparar el pedido, asegurándonos de atender meticulosamente todas las especificaciones del cliente para

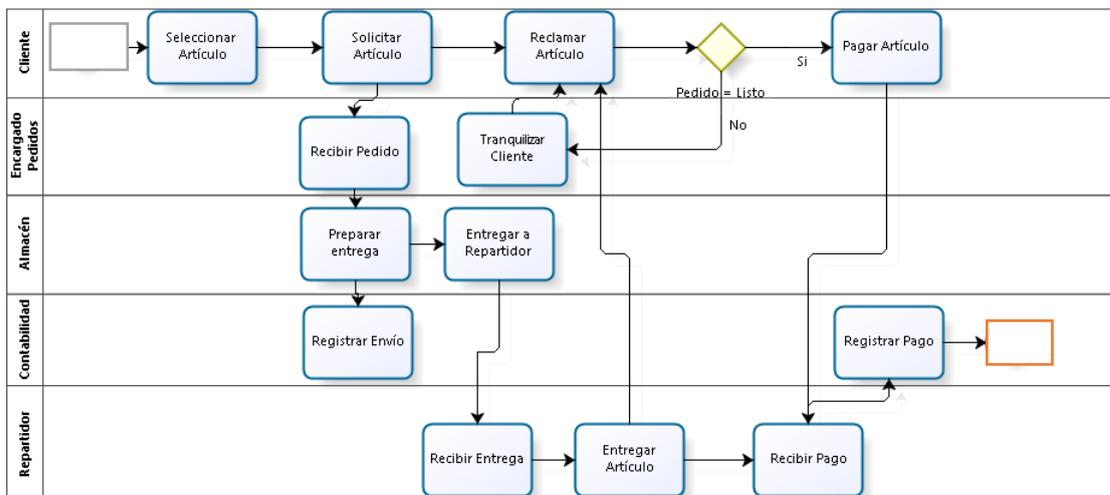
garantizar su completa satisfacción.

TIEMPOS DE ENTREGA

El plazo de entrega de todos los productos adquiridos a través de nuestra tienda en línea será de 24 horas después de recibir la solicitud del cliente, siempre y cuando se trate de modelos predefinidos. Sin embargo, para diseños personalizados, la entrega se extenderá a 72 horas, comenzando a contar desde la solicitud del cliente y la recepción del 50% del pago para iniciar la producción.

Las entregas se llevarán a cabo de lunes a domingo, entre las 8:00 y las 16:00 horas, y los sábados de 8:00 a 12:00 horas. En el caso de que la dirección proporcionada no esté disponible, el cliente deberá recoger su pedido personalmente.

A continuación, se detalla el proceso, desde la recepción del pedido hasta la entrega del producto.



Nota. Proceso de compra

Fuente: Elaboración propia

3.3 Presentación de la tienda online en la web

Aquí pueden ver el resultado final de nuestra tienda en línea.

Link: <https://galletassaludables5.wixsite.com/delicias-saludables>



Nota. Tienda online en la web

Fuente: Tienda en Wix

CAPÍTULO IV: ESTUDIO ORGANIZATIVO Y LEGAL

4.1 Normativa del Comercio electrónico en Ecuador

En Ecuador, hay diversas regulaciones relacionadas con el comercio electrónico, siendo la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos la más relevante. Hemos extraído los artículos y numerales que consideramos esenciales para nuestra tienda en línea.

LEY DE COMERCIO ELECTRÓNICO, FIRMAS ELECTRÓNICAS Y MENSAJES DE DATOS

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

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

La recopilación y utilización de datos personales estarán en concordancia con los derechos de privacidad, intimidad y confidencialidad respaldados por la Constitución Política de la República y la legislación pertinente. Estos datos solo podrán ser empleados o transferidos previa autorización del titular o mediante orden de una autoridad competente. No será requerido el consentimiento para la recolección de datos personales provenientes de fuentes públicamente accesibles, cuando se realice en el ejercicio de las funciones propias de la administración pública dentro de su ámbito de competencia. Además, tampoco será necesario el consentimiento en situaciones que involucren a personas vinculadas por relaciones de negocios, laborales, administrativas o contractuales, siempre y cuando dicha recopilación sea indispensable para el mantenimiento de dichas relaciones o el cumplimiento de contratos correspondientes.

El consentimiento a que se refiere este artículo podrá ser revocado a criterio del titular de los datos; la revocatoria no tendrá en ningún caso efecto retroactivo.

Art. 10.- Procedencia e identidad de un mensaje de datos. - Salvo prueba en contrario se entenderá que un mensaje de datos proviene de quien lo envía y, autoriza a quien lo recibe, para actuar conforme al contenido del mismo, cuando de su verificación exista concordancia entre la identificación del emisor y su firma electrónica, excepto en los siguientes casos:

a) Si se hubiere dado aviso que el mensaje de datos no proviene de quien consta como emisor; en este caso, el aviso se lo hará antes de que la persona que lo recibe actúe conforme a dicho mensaje. En caso contrario, quien conste como emisor deberá justificar plenamente que el mensaje de datos no se inició por orden suya o que el mismo fue alterado; y,

b) Si el destinatario no hubiere efectuado diligentemente las verificaciones correspondientes o hizo caso omiso de su resultado.

TÍTULO II

DE LAS FIRMAS ELECTRÓNICAS, CERTIFICADOS DE FIRMA
ELECTRÓNICA,
ENTIDADES DE CERTIFICACIÓN DE INFORMACIÓN, ORGANISMOS DE
PROMOCIÓN
DE LOS SERVICIOS ELECTRÓNICOS, Y DE REGULACIÓN Y CONTROL DE
LAS ENTIDADES DE CERTIFICACIÓN ACREDITADAS.

CAPÍTULO I

DE LAS FIRMAS ELECTRÓNICAS

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

Art. 14.- Efectos de la firma electrónica. - La firma electrónica tendrá igual validez y se le reconocerán los mismos efectos jurídicos que a una firma manuscrita en relación con los datos consignados en documentos escritos, y será admitida como prueba en juicio.

CAPÍTULO II

DE LOS CERTIFICADOS DE FIRMA ELECTRÓNICA

Art. 20.- Certificado de firma electrónica. - Es el mensaje de datos que certifica la vinculación de una firma electrónica con una persona determinada, a través de un proceso de comprobación que confirma su identidad.

Art. 21.- Uso el certificado de firma electrónica. - El certificado de firma electrónica se empleará para certificar la identidad del titular de una firma electrónica y para otros usos, de acuerdo a esta ley y su reglamento.

TÍTULO III

DE LOS SERVICIOS ELECTRÓNICOS, LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA Y
TELEMÁTICA, LOS DERECHOS DE LOS USUARIOS, E INSTRUMENTOS PÚBLICOS

CAPÍTULO III

DE LOS DERECHOS DE LOS USUARIOS O CONSUMIDORES DE SERVICIOS
ELECTRÓNICOS

Art. 48.- Consentimiento para aceptar mensajes de datos. - Previamente a que el consumidor o usuario exprese su consentimiento para aceptar registros electrónicos o mensajes de datos, debe ser informado clara, precisa y satisfactoriamente, sobre los equipos y programas que requiere para acceder a dichos registros o mensajes.

Cuando el usuario o consumidor otorga o confirma su consentimiento de manera electrónica, es fundamental que demuestre de manera razonable su capacidad para acceder a la información que es objeto de su consentimiento. En caso de que ocurran cambios posteriormente al consentimiento del consumidor o usuario, abarcando modificaciones en equipos, programas o procedimientos esenciales para mantener o acceder a registros o mensajes electrónicos, con el riesgo de que el consumidor o usuario no pueda acceder o retener registros electrónicos o mensajes de datos sobre los cuales previamente había dado su consentimiento, se requiere proporcionarle información clara, precisa y satisfactoria acerca de estos cambios. Además, se le debe informar sobre su derecho a retirar el consentimiento otorgado anteriormente, sin imposición de condiciones, costos o consecuencias.

En situaciones donde dichas modificaciones afecten los derechos del consumidor o usuario, se deben brindar los medios necesarios para evitarle perjuicios, asegurando esta asistencia hasta la conclusión del contrato o acuerdo que fue el motivo de su consentimiento inicial.

Art. 49.- Consentimiento para el uso de medios electrónicos. - De requerirse que la información relativa a un servicio electrónico, incluido el comercio electrónico, deba constar

por escrito, el uso de medios electrónicos para proporcionar o permitir el acceso a esa información, será válido si:

a) El consumidor ha consentido expresamente en tal uso y no ha objetado tal consentimiento; y,

b) El consumidor en forma previa a su consentimiento ha sido informado, a satisfacción, de forma clara y precisa, sobre:

1. Su derecho u opción de recibir la información en papel o por medios no electrónicos;

2. Su derecho a objetar su consentimiento en lo posterior y las consecuencias de cualquier tipo al hacerlo, incluidas la terminación contractual o el pago de cualquier tarifa por dicha acción;

3. Los procedimientos a seguir por parte del consumidor para retirar su consentimiento y para actualizar la información proporcionada; y,

4. Los procedimientos para que, posteriormente al consentimiento, el consumidor pueda obtener una copia impresa en papel de los registros electrónicos y el costo de esta copia, en caso de existir.

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

Cuando se refiere a la adquisición, uso o empleo de bienes o servicios a través de medios electrónicos, el proveedor debe informar detalladamente sobre todos los requisitos, condiciones y restricciones necesarios para que el consumidor pueda obtener y utilizar los bienes o servicios promocionados. La publicidad, promoción e información de servicios electrónicos mediante redes electrónicas, incluida la Internet, debe cumplir con la legislación

vigente en Ecuador, y cualquier infracción será sancionada de acuerdo con el marco legal correspondiente.

En la promoción y publicidad a través de redes electrónicas, incluida la Internet, se garantizará que el consumidor pueda acceder a toda la información disponible sobre un bien o servicio sin limitaciones, bajo las mismas condiciones y facilidades proporcionadas para la promoción del respectivo bien o servicio.

En el envío periódico de mensajes de datos que contienen información de cualquier índole, ya sea de manera individual o a través de listas de correo, directa o indirectamente mediante cadenas de mensajes, el emisor debe facilitar medios eficaces para que el destinatario pueda confirmar su suscripción o solicitar su exclusión de las listas, cadenas de mensajes o bases de datos en las que esté inscrito y que originen el envío de dichos mensajes de datos. La solicitud de exclusión será vinculante para el emisor desde el momento de su recepción. El persistente envío de mensajes periódicos no deseados de cualquier naturaleza será sancionado conforme a lo establecido en la legislación actual.

El usuario de redes electrónicas tiene la opción de decidir si desea o no recibir mensajes de datos que, de forma periódica, se envíen con el propósito de informar sobre productos o servicios de diversa índole, según lo dispuesto en la Ley de Comercio Electrónico, Firmas y Mensajes de Datos. Asimismo, se han tomado en cuenta los artículos relevantes de la Normativa Tributaria para tiendas en línea en Ecuador, considerados de suma importancia para nuestra tienda en línea.

4.2 Normativa Tributaria para tiendas en línea en Ecuador

RESOLUCIÓN Nro. NAC-DGERCGC20-00000053, para “Establecer las normas para la retención del impuesto al valor agregado (IVA) generado en la importación de servicios digitales cuando los prestadores del servicio importado no actúen como agentes de percepción”

Artículo 1.- Objeto. - La presente Resolución contiene las normas para la retención, declaración y pago del IVA, generado en la importación de servicios digitales que sean prestados por sujetos sin residencia fiscal en Ecuador, en favor de residentes o establecimientos permanentes de sociedades no residentes en Ecuador.

Artículo 2.- Catastro de prestadores de servicios digitales. - El catastro de prestadores de servicios digitales será publicado en el portal web del Servicio de Rentas Internas (www.sri.gob.ec) y actualizado de forma trimestral, hasta el 15 de cada mes de enero, abril, julio y octubre del respectivo ejercicio fiscal. En caso de que esta fecha coincida con un día inhábil en Ecuador, el plazo se postergará al siguiente día hábil. En tal catastro se diferenciará a los prestadores no residentes que estén registrados ante el Servicio de Rentas Internas y a los prestadores que estén domiciliados en el país, de aquellos respecto de los cuales aplica la retención en la fuente por parte de las empresas emisoras de tarjetas de crédito o débito, en los términos previstos en esta Resolución.

Toda modificación al catastro surtirá efecto desde el primer día hábil del mes siguiente a la fecha de actualización, hasta tanto, el agente de retención deberá continuar actuando conforme al catastro anterior.

Artículo 3.- Retención en la importación de servicios digitales. - Cuando el prestador del servicio digital importado no se encuentre registrado ante el Servicio de Rentas Internas, el IVA generado será retenido por los siguientes sujetos:

1. Los intermediarios en el proceso de pago. - Son intermediarios en el proceso de pago las empresas emisoras de tarjetas de crédito o débito. En este caso las empresas emisoras de dichas tarjetas estarán obligadas a actuar como agentes de retención del IVA en la importación del servicio digital, en función del catastro de prestadores de servicios digitales que para el efecto el Servicio de Rentas Internas publique en su página web, conforme lo dispuesto en el artículo precedente.

2. El importador del servicio. - Cuando el pago se realice sin un intermediario, el IVA en la importación de servicios digitales será pagado por el importador, en calidad de contribuyente, quien además deberá efectuar una retención del 100% del IVA generado en la importación, conforme lo dispuesto en el artículo 70 de la Ley de Régimen Tributario Interno. Esta retención deberá efectuarse de manera obligatoria ante la importación de cualquier tipo de servicio digital definido en la normativa tributaria, incluso en el caso en el que el prestador del servicio digital no registrado no se encuentre en el catastro publicado por el Servicio de Rentas Internas, siendo obligación del adquirente identificar la naturaleza del servicio importado. (SERVICIO DE RENTAS INTERNAS, 2020)

4.3 Organización del Departamento de Inbound Marketing

El área de inbound marketing en nuestra tienda en línea, Delicias Saludables, estará compuesta por dos roles clave. Una persona asumirá el liderazgo del equipo con la responsabilidad de diseñar, implementar y supervisar la estrategia de la compañía. La otra persona desempeñará el papel de generador de contenido, además de tener conocimientos en diseño creativo y fotografía. El objetivo principal de este equipo es realizar la transición de las ventas convencionales a estrategias digitales con el propósito de atraer un mayor número de clientes potenciales.

4.4 Puestos claves del Departamento

- 1) Barbara Moya - Digital Marketing Manager \$ 800
- 2) Johanna Pazmiño – Content Manager \$ 600
- 3) Katherine Caiza - Diseño creativo y fotografía \$600

4.5 Funciones del Departamento

Las funciones fundamentales del departamento de Inbound Marketing en la empresa "Delicias Saludables" se proponen de la siguiente manera. Es importante destacar que estas

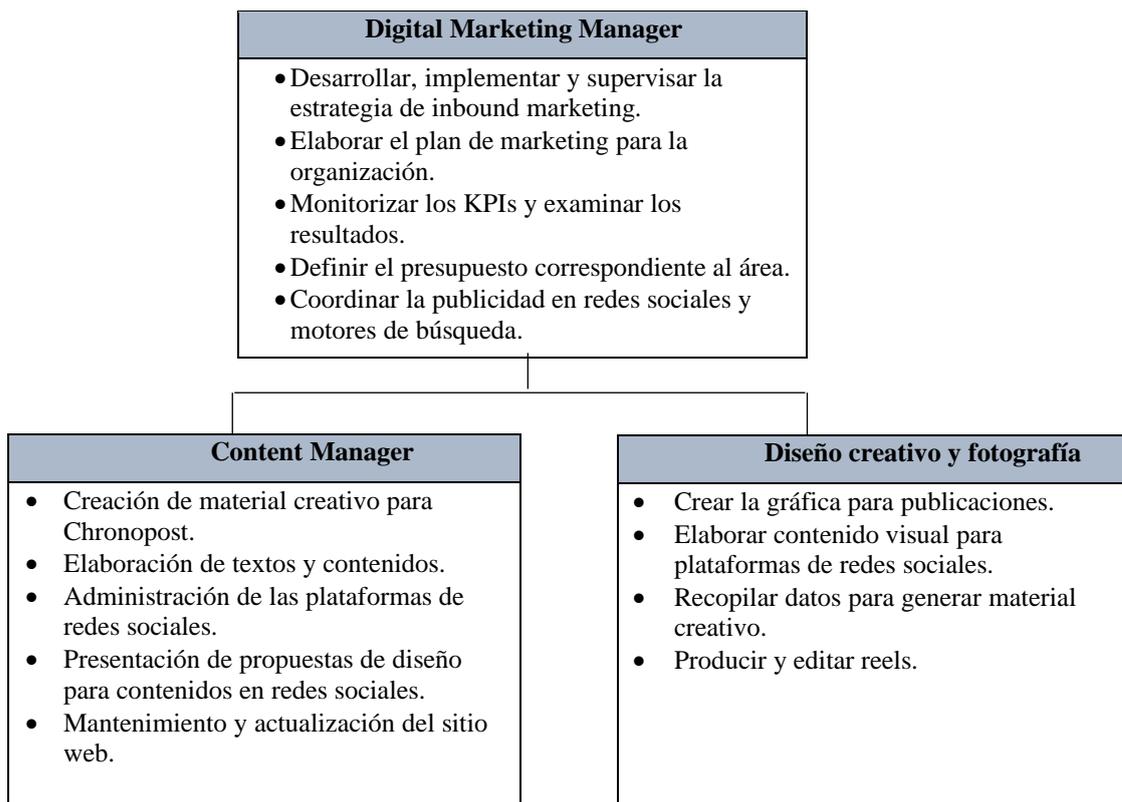
funciones no son inamovibles; por el contrario, están sujetas a ajustes, adiciones o cambios según las demandas del mercado y las estrategias institucionales.

- Realizar investigaciones de mercado en los segmentos específicos.
- Examinar el mercado, sus competidores y productos.
- Elaborar y llevar a cabo el plan estratégico de Inbound Marketing.
- Gestionar las redes sociales como Community Manager.
- Evaluar los resultados y generar pronósticos de la implementación de las

estrategias.

- Desarrollar y fortalecer el conocimiento de la marca.

4.6 Organigrama Orgánico-Funcional



Nota. Organigrama Orgánico- Funcional

Fuente: Elaboración propia

4.7 Implementar campañas con Inbound Marketing: Metodología

4.7.1 Buyer Persona

El buyer persona, comprende en las edades de 18 y 65 años, que viven en Manta, que

son autónomos y se encuentran en distintas etapas de sus vidas, ya sea como estudiantes, trabajadores o padres de familia, sin importar su raza o religión.

Es esencial considerar que nuestro buyer persona se caracteriza por ser personas llenas de luz y afecto, que aprecian los detalles en cada ocasión no por mero placer, sino por la manera en que estas acciones les generan emociones positivas. Estas personas son socialmente activas, ya sea interactuando con familiares o amigos, y tienen preferencia por mantenerse conectadas a través de internet o redes sociales. Buscan activamente información sobre diversos temas en estas plataformas, y no rechazan la tecnología; más bien, buscan formas de comunicarse, ya sea mediante aplicaciones como Facebook, Instagram y tiktok para conocer nuevos productos, precios y hacer preguntas sobre las características de los productos, o mediante llamadas telefónicas, mostrando una preferencia por una interacción directa con nosotros.

Infografía de perfil de Sandra Haro, una mujer activa y saludable que trabaja como profesora de educación física en una escuela secundaria. El perfil incluye una foto circular, un resumen biográfico, datos personales (edad, sexo, país, educación, ocupación, estado civil), intereses y comportamientos, gustos, desafíos y objetivos, redes sociales (Facebook, Instagram, TikTok) y información adicional.

SANDRA HARO	
EDAD	25 años
SEXO	Mujer
PAÍS	Administrativa
EDUCACIÓN	Universidad
OCUPACIÓN	Administrativa
ESTADO CIVIL	Soltera

BIOGRAFÍA
Jessica es una mujer activa y saludable que trabaja como profesora de educación física en una escuela secundaria. Vive en una ciudad grande y lleva un estilo de vida dinámico. Es consciente de la importancia de la alimentación saludable y busca siempre opciones que complementen su estilo de vida activo. Jessica tiene un horario apretado entre sus clases y sus entrenamientos, por lo que valora productos que sean prácticos pero que no comprometan su salud.

DESAFÍOS Y OBJETIVOS

- Mantener una dieta equilibrada mientras maneja un horario agitado.
- Encontrar snacks saludables que sean fáciles de llevar y consumir entre sus clases y entrenamientos.
- Incorporar snacks saludables y nutritivos en su dieta diaria que se alineen con sus metas de bienestar.
- Encontrar opciones que ofrezcan una combinación de sabor y beneficios nutricionales.

INTERESES Y COMPORTAMIENTOS

- ¡Salud y bienestar, entrenamiento físico, cocina saludable, y tendencias en nutrición.
- Sandra sigue blogs y redes sociales sobre salud y nutrición, y frecuentemente investiga productos antes de comprarlos. Se suscribe a newsletters de marcas de alimentos saludables y participa en grupos en línea sobre estilo de vida activo. Busca productos que se alineen con sus valores y necesidades y que ofrezcan una buena relación calidad-precio.

GUSTOS

- Alimentos: Prefiere snacks que sean naturales, orgánicos y sin edulcorantes artificiales. Le gustan las galletas que sean ricas en fibra, proteínas y otros nutrientes beneficiosos.
- Marcas: Aprecia marcas que ofrecen transparencia en la etiqueta y que tienen un compromiso con la sostenibilidad.
- Estilo de vida: Le gusta el fitness, la cocina saludable y disfrutar de actividades al aire libre como el senderismo y el yoga.

REDES SOCIALES

FACEBOOK: [Barra de progreso]

INSTAGRAM: [Barra de progreso]

TIKTOK: [Barra de progreso]

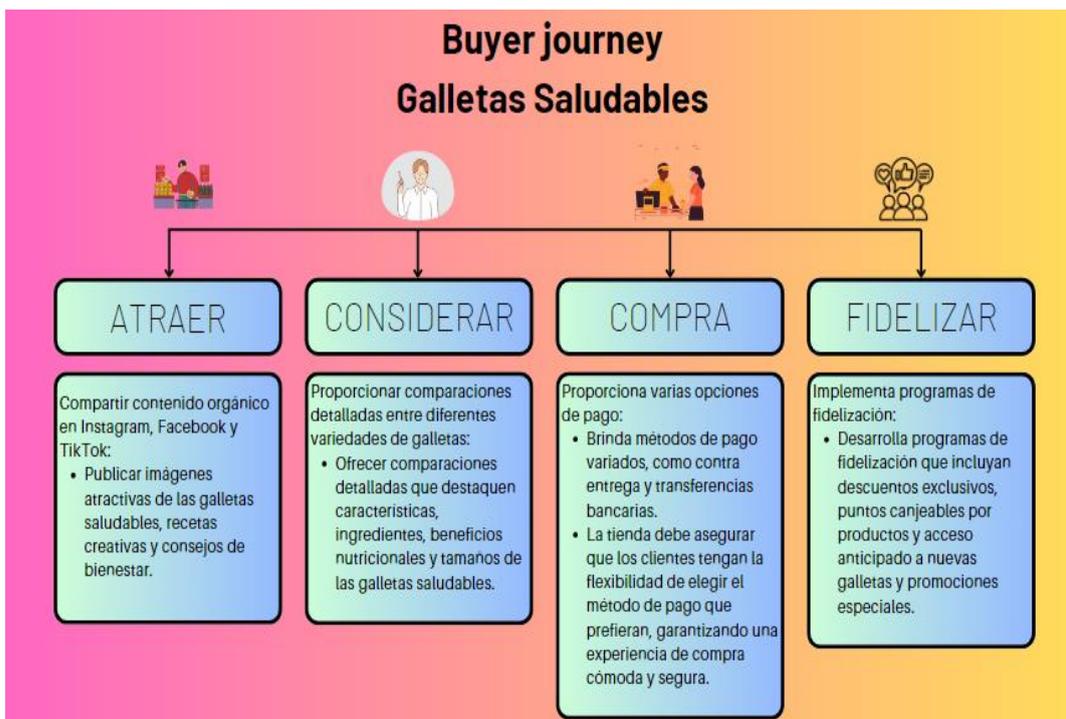
INFORMACIÓN ADICIONAL

- Prefiere comprar en tiendas en línea que ofrezcan entregas rápidas y opciones de suscripción para productos saludables. También visita tiendas especializadas en alimentos orgánicos y saludables.
- Responde bien a mensajes claros y directos sobre beneficios para la salud, ingredientes naturales, y ofertas especiales. Valora las recomendaciones de otros clientes y las reseñas positivas.

Nota. Elaborado por la investigación
Fuente: Elaboración propia

4.7.2 Buyer's Journey

Cada etapa del Buyer's Journey en Galletas Saludables está diseñada para guiar a los clientes potenciales a través del proceso de compra de manera fluida y satisfactoria, desde el momento en que descubren nuestras opciones de galletas saludables, hasta la compra final, nos aseguramos de que cada interacción sea positiva. Nuestro enfoque comienza con una experiencia de descubrimiento que destaca los beneficios de nuestros productos, sigue con un proceso de comparación y selección que facilita la elección entre nuestras variadas opciones, y culmina en una compra sencilla y eficiente. En Galletas Saludables, buscamos que cada cliente encuentre la opción perfecta para su estilo de vida saludable y disfrute de una experiencia de compra que supere sus expectativas.

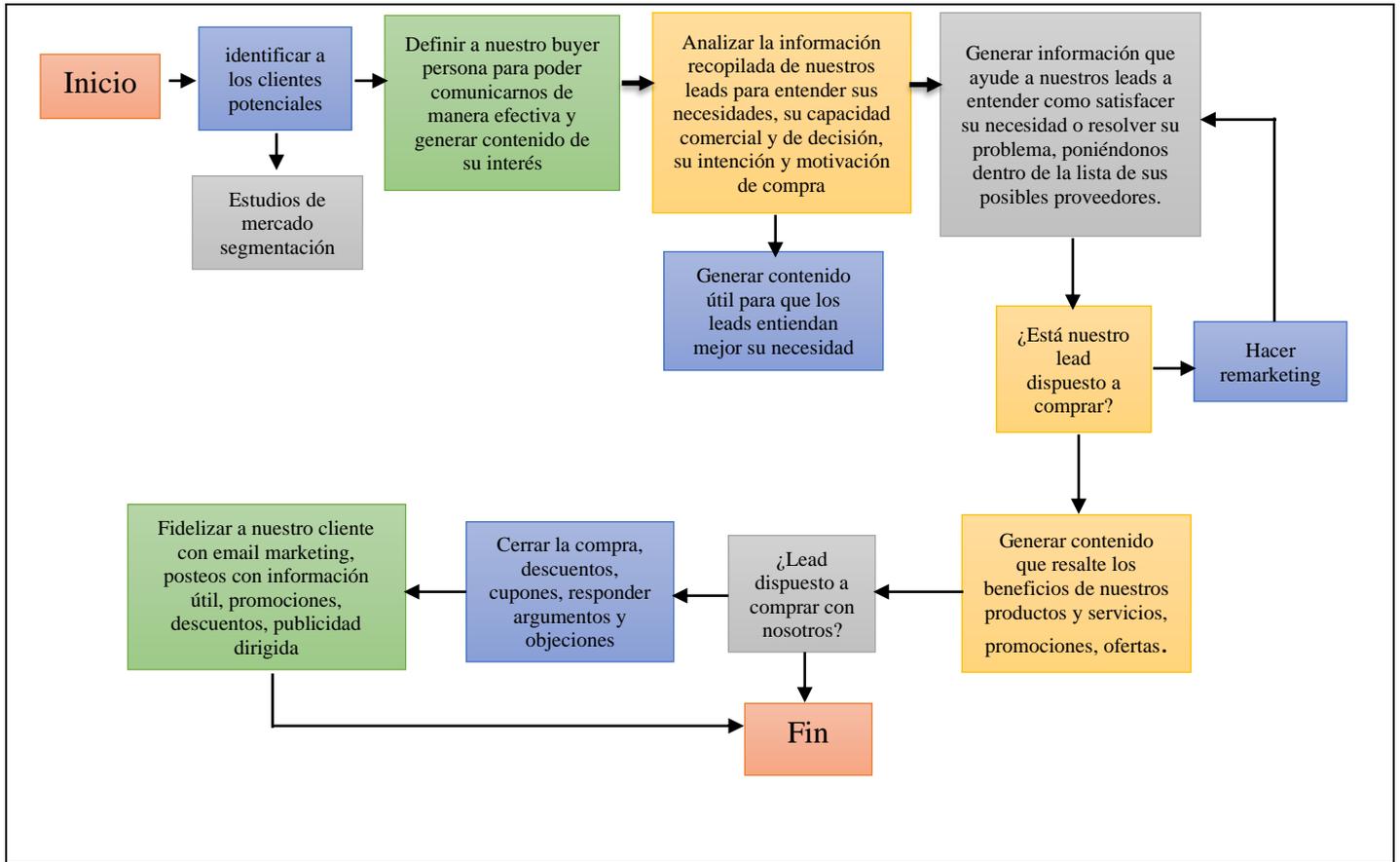


Nota. Elaborado por la investigación

Fuente: Elaboración propia

4.7.3 Sales Process

En nuestro procedimiento de ventas, nos enfocaremos en identificar de manera gradual a nuestros clientes potenciales y en brindarles asistencia y estímulo para concluir satisfactoriamente su proceso de compra, tal como se ilustra en el diagrama siguiente.



Nota. Sales process Delicias Saludables

Fuente: Elaboración propia.

4.7.4 Estrategia de contenidos

Tabla 13

Contenido en Facebook

Contenido en Facebook	
Acción	Publicaremos imágenes atractivas de las galletas saludables disponibles en nuestra tienda en línea, y cada publicación incluirá un enlace a nuestro WhatsApp para que los clientes puedan hacer sus pedidos de manera rápida y conveniente."
Objetivo	Cientes potenciales
Métricas digitales	Cientes Únicos

Nota. Elaborado por la investigación

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 14

Contenido en Google Ads

Contenido en Google Ads	
Acción	Crearemos anuncios que resalten nuestras

	galletas saludables más populares, así como nuestras ofertas especiales, promociones y eventos de venta. Estos anuncios estarán diseñados para captar la atención de nuestros clientes y mantenerlos informados sobre las mejores oportunidades para disfrutar de nuestras deliciosas galletas.
Objetivo	Clientes potenciales
Métricas digitales	Clientes Únicos

Nota. Elaborado por la investigación

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 15

Optimización en Motores de Búsqueda

Optimización en Motores de Búsqueda	
Acción	Desarrollar y publicar contenido de blog de alta calidad y relevante sobre temas relacionados con galletas saludables, como beneficios de los ingredientes, recetas innovadoras y consejos de nutrición. Asegúrate de usar palabras clave relacionadas con galletas saludables y bienestar en tus publicaciones, así como en las descripciones de tus productos y en los metadatos de tu sitio web. Esto ayudará a mejorar tu visibilidad en los motores de búsqueda y atraer a clientes interesados en opciones de snacks saludables
Objetivo	Clientes potenciales
Métricas digitales	Clientes Únicos

Nota. Elaborado por la investigación

Fuente: Elaboración propia.

4.7.5 Estrategias de Conversión

Tabla 16

Llamadas a la acción (CTAs) Clara y Visibles

Llamadas a la acción (CTAs) Clara y Visibles	
Acción	Ofrecemos fácil acceso a la información de nuestras galletas saludables mediante descripciones detalladas, imágenes de alta calidad y opciones claras sobre los diferentes tamaños y variedades disponibles. Esto asegura que los clientes puedan conocer a fondo cada producto, sus ingredientes y beneficios, facilitando así una experiencia de compra informada y satisfactoria
Objetivo	Clientes potenciales

Métricas digitales	Tasa de clientes
<i>Nota.</i> Elaborado por la investigación	
Fuente: Elaboración propia.	

Tabla 17

Diseño Atractivo

Diseño Atractivo	
Acción	Desarrollar un diseño web atractivo y funcional que se adapte perfectamente a todos los dispositivos, incluidos móviles y tabletas. Este diseño debe transmitir confianza y facilitar la navegación, asegurando que los clientes puedan explorar fácilmente nuestras galletas saludables, obtener información detallada sobre los productos y realizar compras sin inconvenientes desde cualquier dispositivo.
Objetivo	Clientes potenciales
Métricas digitales	Tasa de Clientes

Nota. Elaborado por la investigación

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 18

Estrategia de conversión Botón de Compra

Estrategia de conversión Botón de Compra	
Acción	Diseñar un botón de compra que sea claramente visible y esté estratégicamente ubicado en un lugar destacado de la página de cada producto de nuestras galletas saludables. Este botón debe facilitar a los clientes la compra de sus galletas favoritas con un solo clic, mejorando la experiencia de usuario y fomentando la conversión
Objetivo	Clientes potenciales
Métricas digitales	Tasa de Clientes

Nota. Elaborado por la investigación

Fuente: Elaboración propia.

4.7.6 Estrategias de Automatización

Al implementar estrategias de automatización para la tienda digital galletas saludables puede optimizar significativamente las operaciones y la interacción con los clientes, utilizando herramientas de automatización de marketing, se pueden enviar correos electrónicos personalizados de seguimiento y recomendaciones de productos basados en las compras

anteriores, gestionar campañas de nutrición y promociones automáticamente, y segmentar a los clientes para campañas dirigidas. Además, la automatización de redes sociales puede ayudar a programar publicaciones, responder a comentarios de manera automática y analizar el rendimiento de las campañas, lo que mejora la eficiencia y la efectividad en la promoción de nuestras galletas saludables.

Tabla 19

Estrategias de Automatización

Acción	Implementar una herramienta de automatización de marketing para enviar correos electrónicos personalizados.	Automatizar las publicaciones en redes sociales para promocionar las galletas saludables.	Automatizar el análisis de datos para identificar patrones de compra y preferencias de los clientes.
Objetivo	Mejorar la tasa de conversión y retención de clientes mediante recomendaciones y seguimientos personalizados.	Aumentar la visibilidad y el compromiso en redes sociales, y mantener una presencia constante.	Optimizar la oferta de productos y las estrategias de marketing basadas en datos concretos.
Métrica Digital	Tasa de apertura y clics en los correos electrónicos, tasa de conversión de clientes recurrentes.	Alcance de publicaciones, interacciones (me gusta, comentarios, compartidos), y aumento en seguidores.	Informes de análisis de comportamiento de compra, tendencias de productos más populares, y retorno sobre la inversión (ROI) de campañas.

Nota. Elaborado por la investigación

Fuente: Elaboración propia.

4.7.7 Oferta comercial

En esta fase del proceso de inbound, nuestra estrategia consistirá en, una vez que tengamos la base de datos de leads que se ajusten a nuestros criterios o que estén cualificados según el lead scoring, establecer contacto con ellos. Este contacto se llevará a cabo a través de contenido en redes sociales o mediante llamadas directas, donde les ofreceremos ofertas y

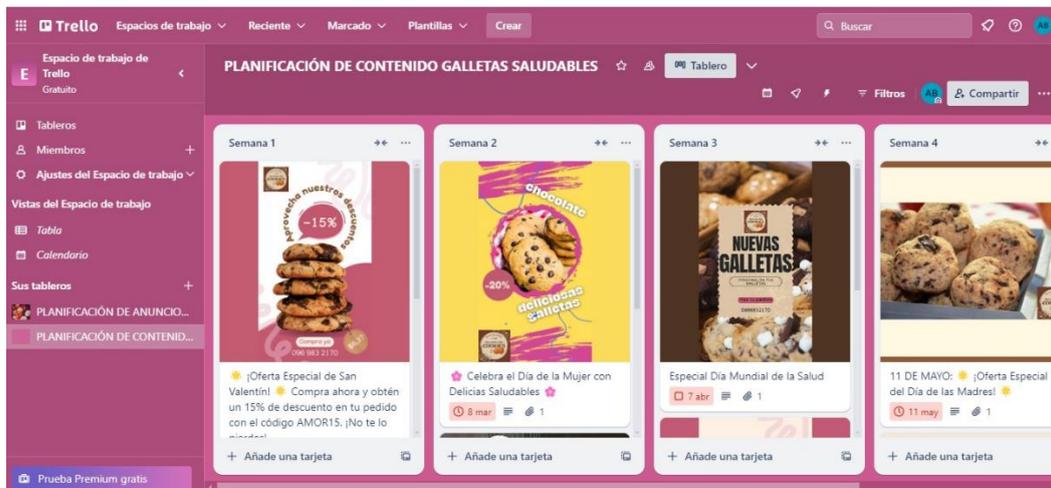
promociones personalizadas según sus preferencias. El objetivo es convertirlos en clientes de nuestra empresa y crear un compromiso que facilite su fidelización.

4.8 Planificación del cronograma de contenido (Trello – 6 semanas – 3 contenidos)

Se organizarán tableros dedicados a cada semana, donde se detallarán las fechas de publicación, los temas de los contenidos y las tareas asociadas. Cada contenido se planificará meticulosamente para resaltar características de las galletas, recetas saludables, o historias inspiradoras relacionadas con el emprendimiento. La planificación detallada garantizará la coherencia en la comunicación de la marca, la optimización de la visibilidad en redes sociales y la maximización del impacto en el público objetivo.

Planificación de contenido en trello

Link: <https://trello.com/b/KnI6z7C9/planificacion-de-contenido-galletas-saludables>

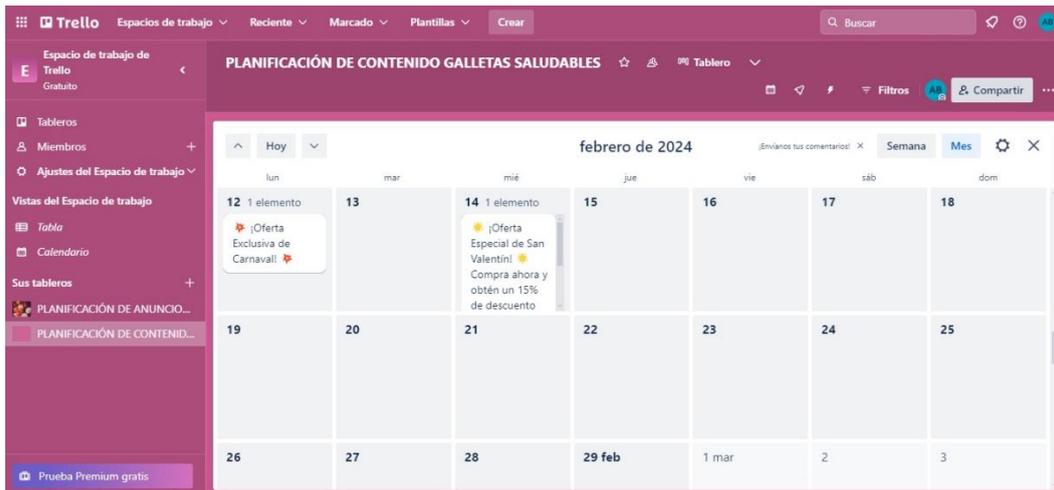


Nota. Planificación de contenido

Fuente: Trello – contenidos

Planificación de contenido – cronograma en trello

Link: <https://trello.com/b/KnI6z7C9/planificacion-de-contenido-galletas-saludables/calendar/2024/02>



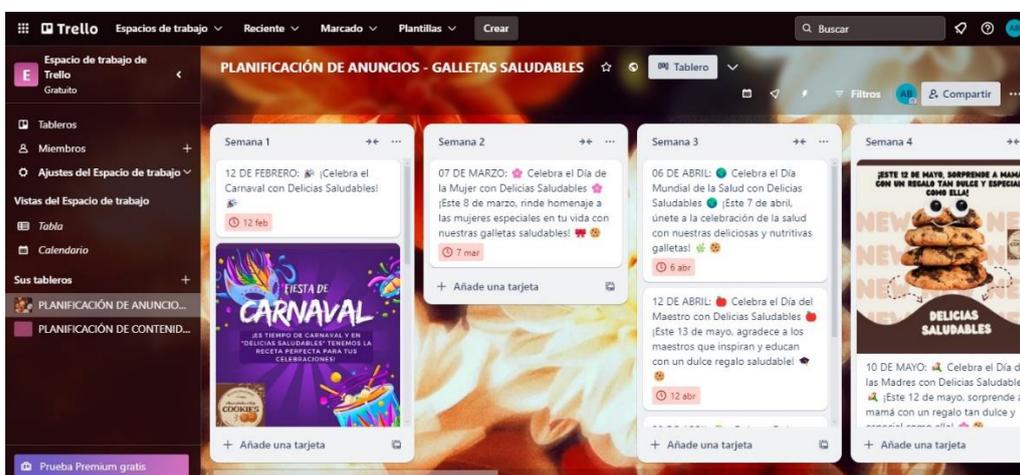
Nota. Elaborado por la investigación
Fuente: Trello – contenidos

4.9 Planificación del cronograma de anuncios (Trello – 6 semanas – 2 publicidades)

Se estructurarán tableros para cada semana, especificando las fechas de lanzamiento, el contenido creativo de cada anuncio y los objetivos de alcance y conversión. Cada campaña se diseñará para resaltar aspectos únicos de las galletas saludables, como sus beneficios nutricionales o promociones especiales, con el fin de captar la atención del público objetivo y aumentar el interés en el producto. Esta planificación estratégica permitirá un seguimiento preciso del rendimiento de los anuncios y ajustará las tácticas según los resultados obtenidos, optimizando así el retorno de la inversión en publicidad.

Planificación del cronograma de anuncios

Link: <https://trello.com/b/rLTY75hB/planificacion-de-anuncios-galletas-saludables>



Nota. Planificación del cronograma de anuncios
Fuente: Trello - publicidades

Planificación del cronograma de anuncios

Link: <https://trello.com/b/rLTY75hB/planificacion-de-anuncios-galletas-saludables/calendar/2024/05>



Nota. Planificación del cronograma de anuncios
Fuente: Trello - publicidad

CAPÍTULO V: ESTUDIO FINANCIERO E INVERSIÓN

5.1 Cálculo de las ventas y determinación de costos y gastos

Se tiene como idea de negocio montar una tienda de galletas saludables, para lo cual se evaluará el modelo de negocio que permita su viabilidad.

Costos fijos	\$ 500,04
Costos variables	\$ 802,00
Unidades	70
Costo total	\$ 1.302,04
Imprevistos	\$ 13,02
TOTAL	\$ 1315,06
Margen de Ganancias	\$ 131,51
Ventas	\$ 1.446,56
Unidades	70
Precio de venta	\$ 20,67
Costos Variables	\$ 802,00
Imprevistos	\$ 13,02
Costo Variable total	\$ 815,02
Costo Variable Unitario	\$ 0,19

Nota. Cálculo de las ventas y determinación de costos y gastos

Fuente: Elaboración propia

5.2 Cálculo y análisis del punto de equilibrio

Para calcular el punto de equilibrio de las galletas saludables "Galletas de Almendra y Chía", necesitas conocer:

$$\text{Cantidad en Equilibrio} = \frac{\text{Costo fijos}}{\text{Precio} - \text{Costo variable unitario}}$$

$$Q_e = 39,16175058 = 39 \text{ Unidades}$$

Ingreso en Equilibrio

$$\text{Cantidad en Equilibrio} = \frac{\text{Costo fijos}}{1 - \frac{\text{Costo variable}}{\text{Ventas}}}$$

$$I_e = 809,28$$

Nota. Elaborado por la investigación

Fuente: Elaboración propia.

El análisis revela que el punto de equilibrio para las galletas saludables se alcanza al vender aproximadamente 39 paquetes (39,16 redondeando a 39). Esto significa que "Galletas de Almendra y Chía" necesita vender 39 paquetes de sus galletas saludables para cubrir todos los costos fijos y variables asociados con la producción y venta de las galletas, sin generar ganancias ni pérdidas."

- Los costos fijos mensuales de "Galletas de Almendra y Chía" incluyen alquiler del espacio de producción, salarios del personal y otros gastos operativos constantes.
- El costo variable por paquete de galletas, que incluye ingredientes, empaques y costos de distribución, es de \$6. Si el precio de venta de cada paquete es \$12, la contribución por paquete (precio de venta menos costo variable) es de \$6.
- "Galletas de Almendra y Chía" debe centrarse en estrategias para garantizar la venta de al menos 39 paquetes al mes para alcanzar el punto de equilibrio. Esto puede incluir tácticas de promoción, como ofertas especiales, campañas publicitarias dirigidas y alianzas con tiendas locales para aumentar la visibilidad y demanda de las galletas. Al alcanzar este punto de equilibrio, la empresa cubrirá todos los costos fijos y variables y comenzará a generar beneficios.

5.3 Budget de Ventas en unidades. Mes y Total Año

En esta sección, presentamos las proyecciones de ventas por unidades para el año 2024 de la compañía DELICIAS SALUDABLES, abordando 10 productos específicos de su línea.

		B U D G E T 2 0 2 4												
Item	Descripción	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
1-001	GALLETAS DE QUINOA Y FRUTAS SECAS.	55	55	55	55	40	40	45	55	45	40	40	40	565
1-002	GALLETAS DE LINAZA Y COCO.	15	15	25	15	30	30	20	10	10	20	15	40	245

1-003	GALLETAS DE PLÁTANO Y AVENA.	60	60	65	60	65	65	65	60	60	55	60	65	740
1-004	GALLETAS INTEGRALES DE LINAZA.	10	10	10	10	12	12	10	12	10	12	12	12	132
1-005	GALLETAS DE ALMENDRA Y CHÍA.	15	15	15	15	30	30	20	15	15	10	15	40	235
1-006	GALLETAS DE CHOCOLATE NEGRO Y NUECES.	12	12	12	12	12	12	10	12	12	12	15	12	145
1-007	GALLETAS DE AVENA Y PASAS.	8	8	8	8	9	9	9	8	8	10	10	40	135
1-008	GALLETAS DE AVENA Y MANZANA.	10	10	10	10	30	20	20	40	10	10	10	40	230
1-009	GALLETAS DE CHOCO-AVELLANA INTEGRALES.	5	5	5	5	12	8	8	5	5	2	2	2	68
1-010	GALLETAS DE AVENA Y MIEL.	15	15	15	15	30	20	20	15	15	10	10	40	230
	TOTAL	205	205	220	205	270	270	227	232	190	181	189	331	2427

Nota. Proyección de venta en unidades por mes

Fuente: Elaboración propia

5.4 Budget de Ventas en dólares. Mes y Total Año

Aquí proporcionamos una descripción detallada de las ventas en dólares previstas para el año 2024 de la empresa DELICIAS

SALUDABLES, abarcando 10 artículos de su cartera de productos.

Valor producto con iva	Costo del producto	Ganancia
15,00	6,00	9,00
25,00	10,00	15,00
11,00	4,40	6,60
8,00	3,20	4,80
7,50	3,00	4,50
15,00	6,00	9,00
19,00	7,60	11,40
8,50	3,40	5,10
10,00	4,00	6,00
12,00	4,80	7,20

Nota. Precio de venta 10 productos

Fuente: Elaboración propia

B U D G E T 2 0 2 4

Item	Descripción	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
1-003	GALLETAS DE PLÁTANO Y AVENA.	660	660	715	660	715	715	715	660	660	605	660	715	8140
1-004	GALLETAS INTEGRALES DE LINAZA.	80	80	80	80	96	96	80	96	80	96	96	96	1056
1-005	GALLETAS DE ALMENDRA Y CHÍA.	113	113	113	113	225	225	150	113	113	75	113	300	1763
1-006	GALLETAS DE CHOCOLATE NEGRO Y NUECES.	180	180	180	180	180	180	150	180	180	180	225	180	2175

1-007	GALLETAS DE AVENA Y PASAS.	152	152	152	152	171	171	171	152	152	190	190	760	2565
1-008	GALLETAS DE AVENA Y MANZANA.	85	85	85	85	255	255	170	340	85	85	85	340	1955
1-009	GALLETAS DE CHOCO-AVELLANA INTEGRALES.	50	50	50	50	120	120	80	50	50	20	20	20	680
1-010	GALLETAS DE AVENA Y MIEL.	180	180	180	180	360	360	240	180	180	120	120	480	2760
	TOTAL	2.699,50	2.699,50	3.004,50	2.699,50	3.472,00	3.472,00	2.931,00	2.845,50	2.424,50	2471,00	2.483,50	4.491,00	35.693,50

Nota. Ingresos por ventas de productos de enero a diciembre

Fuente: Elaboración propia

5.5 Gastos de Promoción. Mes y Total Año

Aquí detallamos los gastos de promoción planificada por la empresa DELICIAS SALUDABLES que tiene proyectado para el año 2024 en 10 ítems de su portafolio de productos, usando el 8.5% del valor de nuestros ingresos brutos por ventas.

B U D G E T 2 0 2 4														
Item	Descripción	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
	PRESUPUESTO MENSUAL MKT DIGITAL	\$ 247,49	\$ 247,59	\$ 247,59	\$ 247,59	\$ 247,59	\$ 247,59	\$ 247,59	\$ 247,59	\$ 247,59	\$ 247,59	\$ 247,59	\$ 247,59	\$ 2.971,05
	FACEBOOK ADS (40%)	\$ 99,00	\$ 25,00	\$ 99,00	\$ 99,00	\$ 99,00	\$ 99,00	\$ 99,00	\$ 99,00	\$ 99,00	\$ 99,00	\$ 99,00	\$ 99,00	\$ 1.114,00
	GOOGLE ADS (54%)	\$ 133,59	\$ 127,60	\$ 133,59	\$ 133,59	\$ 133,59	\$ 133,59	\$ 133,59	\$ 133,59	\$ 133,59	\$ 133,59	\$ 133,59	\$ 133,59	\$ 1.597,09
	PAGINA WEB (6%)	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 180,00
														2.891,09

MENSUAL	PAUTA POR POSTEO	
3 POSTEO PAGADOS EN FB	\$ 33,71	C/U
4 GOOGLE ADS	\$ 34,18	C/U

Nota. Gastos de promoción planificada enero a diciembre

Fuente: Elaboración propia

5.6 Estrategias Puntuales del Marketing Mix en Fechas Importantes:

La empresa DELICIAS SALUDABLES ha decidido crear estrategias llamativas en fechas especiales, de

acuerdo a su cronograma de generación de promociones y contenido. Las fechas importantes conforme a las efemérides de Ecuador (Calendario Ecuador, 2024), son:

Mes	Fecha importante
Febrero	
12	Carnaval
14	San Valentín
Marzo	
08	Día de la mujer
Abril	
07	Día Mundial de la Salud
13	Día del Maestro
29	Ingreso a escuela/colegio
Mayo	
12	Día de las Madres
15	Día de la Familia
Junio	
01	Día del Niño
16	Día del Padre
Julio	
30	Día internacional de la amistad
Septiembre	
21	Día internacional de la paz
Octubre	
12	Día de la raza
31	Halloween
Noviembre	
28	Black Friday
Diciembre	
24-25	Navidad

Nota. Fechas importantes para estrategias

Fuente: Adaptado de Calendario Ecuador

Por ejemplo, para el día Mundial de la Salud, la estrategia será ofrecer el 15% de descuento en los productos seleccionados.



Nota. Promoción el día Mundial de la Salud

Fuente: Elaboración propia

5.6.1 Producto

En la línea de productos 'Delicias Saludables', se enorgullece de ofrecer una variada selección de opciones que se ajustan a las necesidades de nuestros clientes como Galletas de Avena y Pasas, Galletas Integrales de Linaza, Galletas de Plátano y Avena, Galletas de Almendra y Chía entre otros; los cuales trataremos de ponerle las mejores ofertas y promociones para cada fecha especial. Los artículos que se destacarán con ofertas especiales, obsequios, sorteos, entre otras iniciativas, y que se pueden adaptar según las preferencias del cliente son:

Las Galletas de Avena y Pasas son una deliciosa opción dentro de las "Delicias Saludables". Estas galletas están cuidadosamente elaboradas con avena integral y pasas naturales, ofreciendo una combinación equilibrada de texturas y sabores. Son una elección nutritiva, ya que la avena proporciona fibra esencial, mientras que las pasas aportan un toque natural de dulzura. Además, estas galletas son bajas en grasas saturadas y no contienen azúcares añadidos, convirtiéndolas en un tentempié saludable y delicioso para disfrutar en cualquier momento del día.



Nota. Elaboración de las Galletas de Avena y Pasas

Fuente: Elaboración propia

Las Galletas Integrales de Linaza son una opción nutritiva y deliciosa dentro de la línea de "Delicias Saludables". Estas galletas están cuidadosamente elaboradas con harina integral y semillas de linaza, ofreciendo una combinación única de sabor y beneficios para la salud. La linaza, rica en fibra y ácidos grasos omega-3, aporta un perfil nutricional positivo a estas galletas. Con una textura crujiente y un sabor agradable, estas galletas integrales de linaza son ideales para aquellos que buscan disfrutar de un tentempié saludable sin sacrificar el placer del buen sabor.



Nota. Elaboración de las Galletas Integrales de Linaza

Fuente: Elaboración propia

Las Galletas de Plátano y Avena son una opción deliciosa y nutritiva dentro de la línea de "Delicias Saludables". Estas galletas están elaboradas con ingredientes de calidad, destacando el sabor natural del plátano maduro y la bondad de la avena integral. Su dulzura proviene del propio plátano, sin necesidad de azúcares añadidos, convirtiéndolas en una opción más saludable. Además, la avena agrega fibra y nutrientes esenciales. Estas galletas ofrecen una textura suave y reconfortante, ideales como un tentempié energético y satisfactorio para disfrutar en cualquier momento del día.



Nota. Elaboración de las Galletas de Plátano y Avena

Fuente: Elaboración propia

Las Galletas de Almendra y Chía son una exquisita alternativa dentro de la colección de "Delicias Saludables". Estas galletas están meticulosamente elaboradas con almendras tostadas y semillas de chía, ofreciendo una combinación única de sabores y beneficios nutricionales. Las almendras aportan una textura crujiente y un sabor rico, mientras que las semillas de chía contribuyen con ácidos grasos omega-3 y fibra. Estas galletas son una elección saludable, siendo una fuente de proteínas y grasas saludables. Con su delicioso perfil, las Galletas de Almendra y Chía son perfectas para aquellos que buscan disfrutar de un snack sabroso y nutritivo.



Nota. Elaboración de las Galletas de Almendra y Chía

Fuente: Elaboración propia

5.6.2 Precio

Los costos de los productos ofrecidos durante ocasiones especiales se ajustarán conforme a la estrategia promocional establecida para dicha ocasión. En otras palabras, los precios se modificarán para cada producto de acuerdo con la estrategia de marketing seleccionada, que podría incluir descuentos del 20%, ofertas de 2x1, descuentos del 15% para compras en línea, adquirir uno y obtener el segundo a mitad de precio, y descuentos de hasta el 40% al comprar en docenas.

5.6.3 Plaza

DELICIAS SALUDABLES llevará a cabo la promoción de sus productos mediante el marketing digital, implementando todas nuestras estrategias a través de plataformas de redes sociales, la página web y campañas pagadas en motores de búsqueda, así como anuncios pagados en redes sociales.

5.6.4 Promoción

Según la campaña y la fecha relevante en la que se presenten los productos, estos serán objeto de descuentos como el 20%, ofertas de 2x1, descuentos del 15% para compras en línea, adquiere uno y recibe el segundo a mitad de precio, descuentos de hasta el 40% al comprar en docenas, entre otras opciones.

5.7 Campañas pagadas#1 en Redes Sociales por FacebookAds:

5.7.1 Público Objetivo 1:

Inspira a los clientes a adoptar hábitos alimenticios más saludables al incorporar galletas saludables como opción nutritiva en su dieta diaria.

5.7.2 Producto

Las Galletas de Avena y Pasas.

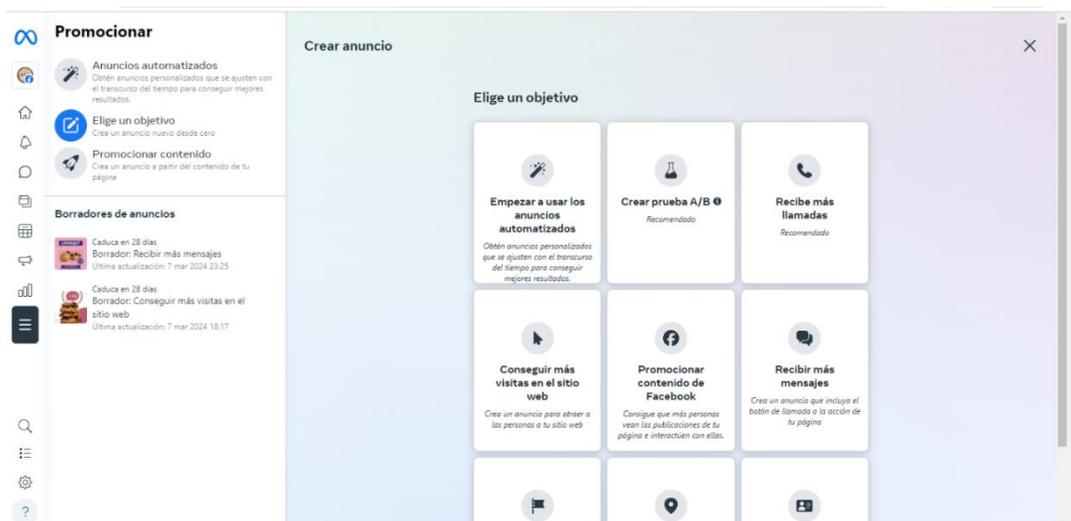
5.7.3 Campaña

Promoción en plataformas de redes sociales del 02 al 09 de abril, con descuentos aplicables a las compras realizadas durante ese período.

5.7.4 Estrategia

Se otorgará un 15% de descuento en las galletas.

5.7.1.1 Red Social



Nota. Selección de objetivo del anuncio en Facebook

Fuente: Facebook

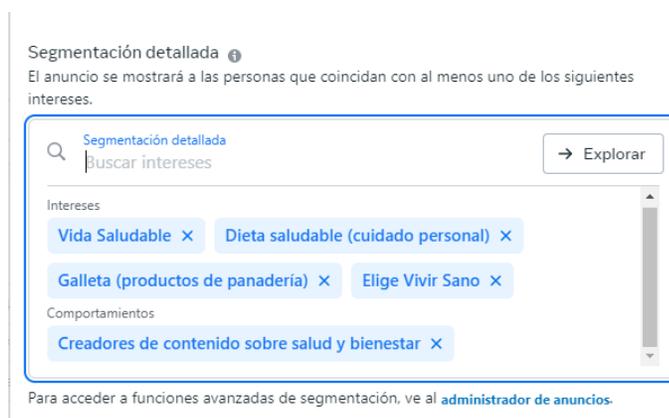
5.7.1.2 Anuncio



Nota. Promoción el día mundial de la salud

Fuente: Fan page Delicias Saludables

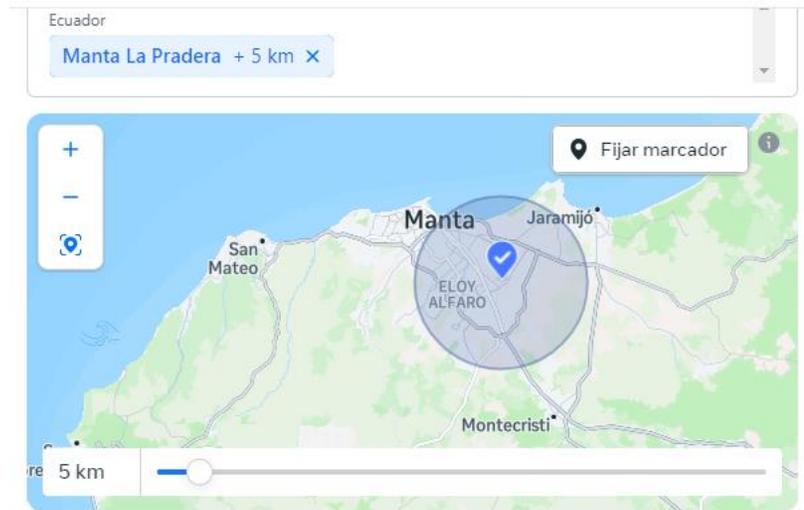
5.7.1.3 Perfil e intereses



Nota. Perfiles e intereses campaña 1 Facebook Ads

Fuente: Meta Businnes de Facebook

5.7.1.4 Ubicación



Nota. Ubicación campaña 1 Facebook Ads

Fuente: Fan page de Facebook

5.7.1.5 Budget

Calendario y duración

Fecha de inicio: 2 de abril de 2024 11:54 PM

Días: 7 Fecha de finalización: 9 de abril de 2024

Tu anuncio se publicará el 2 abr 2024 a las 23:54 y estará en circulación durante 7 días, hasta el 9 abr 2024.

Presupuesto

Pais, divisa: Ec, USD Cambiar

Alcance estimado: 1,2 mil - 3,6 mil Cuentas del centro de cuentas por día

\$ 7,00

\$1,00 ————— \$1,000,00

Resultados diarios estimados

Cuentas del centro de cuentas alcanzadas: **1,2 mil - 3,6 mil**

Clics en el enlace: **23 - 66**

Resumen del pago

Tu anuncio estará en circulación durante 7 días.

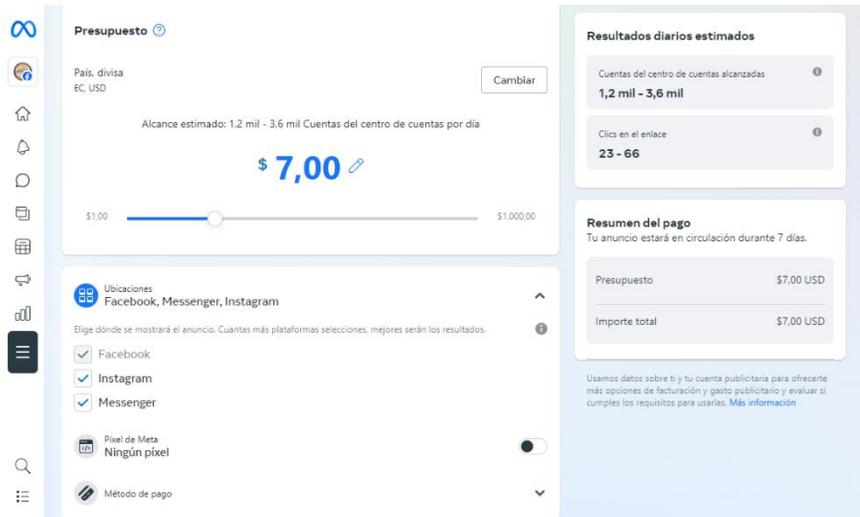
Presupuesto	\$7.00 USD
Importe total	\$7.00 USD

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

Nota. Budget campaña 1 Facebook ads

Fuente: Meta Businnes de Facebook

5.7.1.6 Plan de acción



Nota. Plan de acción campaña 1 Facebook Ads

Fuente: Meta Businnes de Facebook

5.7.1.7 Fechas



Nota. Fecha campaña 1 Facebook Ads

Fuente: Meta Businnes de Facebook

5.7.1.8 Responsable

Daniel Alonzo

5.7.1.9 Simulación pago con Tarjeta de Crédito

The image displays two side-by-side screenshots of a mobile payment interface. The left screenshot, titled "Tarjeta de débito o crédito", shows a form for entering card details. It includes a back arrow, a close button (X), and a "Detalles de la tarjeta" section with icons for Visa, Mastercard, American Express, and Discover. The form fields are: "Nombre en la tarjeta", "Número de tarjeta", "MM/AA", and "CVV". A security notice at the bottom states "Tus métodos de pago se guardan y almacenan de forma segura. Se aplican condiciones" with a "Guardar" button. The right screenshot, titled "Agregar información de pago", shows a form for adding payment information. It includes a back arrow, a close button (X), and an "Información comercial y fiscal" section with an "Editar" link. Below this is the "Agregar método de pago" section, which has radio buttons for "Tarjeta de débito o crédito" (selected) and "PayPal". There is also a checkbox for "Tengo un crédito publicitario para reclamar." A security notice at the bottom states "Tus métodos de pago se guardan y almacenan de forma segura. Se aplican condiciones" with a "Siguiente" button.

Nota. Simulación de pago con tarjeta campaña 1 Facebook Ads

Fuente: Meta Business de Facebook

5.7 Campañas pagadas#2 en Redes Sociales por Facebook Ads:

5.8.1 Público Objetivo 2:

Satisfacer diversas preferencias gustativas ofreciendo una amplia gama de galletas saludables, desde sabores clásicos hasta opciones innovadoras que se adapten a los gustos individuales.

5.8.2 Producto

Las Galletas de Avena y Manzana.

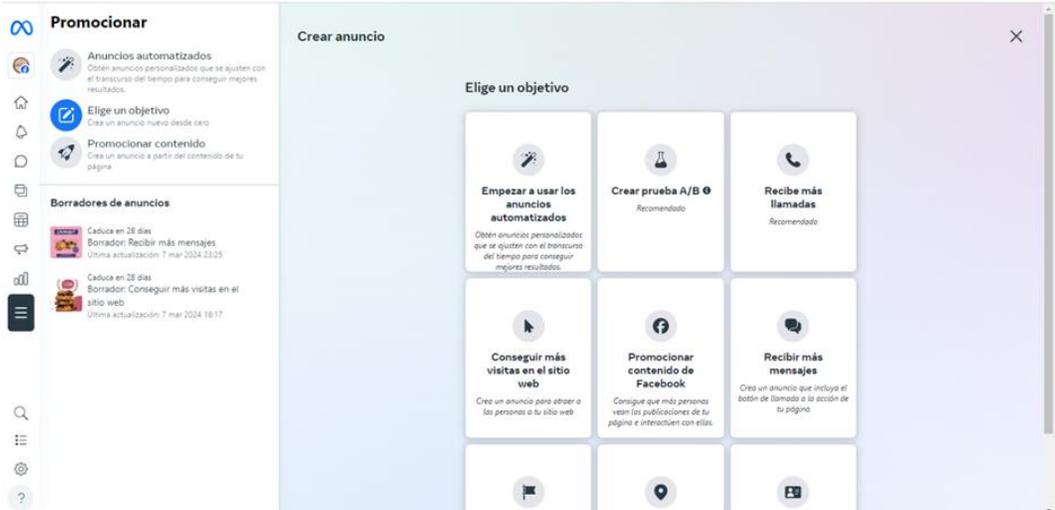
5.8.3 Campaña

Promoción en redes sociales del 02 a 09 de abril

5.8.4 Estrategia

Se otorgará un 20% de descuento en cada caja de galleta Saludable

5.8.1.1 Red Social



Nota. Objetivos de anuncio Facebook Ads

Fuente: Facebook

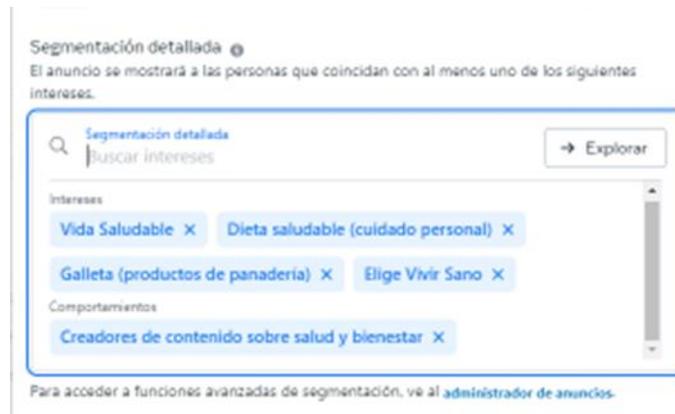
5.8.1.2 Anuncio



Nota. Anuncio el día mundial de la salud

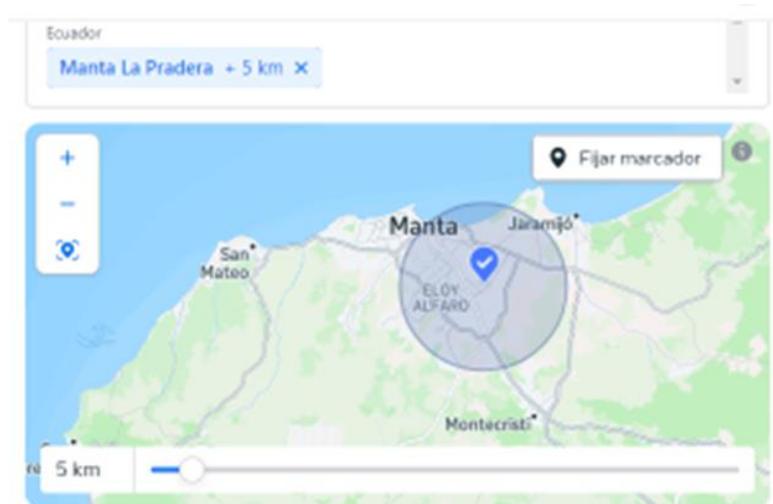
Fuente: Fan page de Facebook

5.8.1.3 Perfil e intereses



Nota. Perfil e intereses campaña 2 Facebook Ads
Fuente: Meta Business de Facebook

5.8.1.4 Ubicación



Nota. Ubicación campaña 2 Facebook Ads
Fuente: Meta Business Facebook

5.8.1.5 Budget

Calendario y duración

Fecha de inicio
 3 de abril de 2024 10:52 AM

Días 7 **Fecha de finalización** 10 de abril de 2024

Tu anuncio se publicará el 3 abr 2024 a las 10:52 y estará en circulación durante 7 días, hasta el 10 abr 2024.

Presupuesto

País, divisa
 EC, USD Cambiar

Alcance estimado: 690 - 2 mil Cuentas del centro de cuentas por día

\$ 6,00

Resultados diarios estimados

Cuentas del centro de cuentas alcanzadas
690 - 2 mil

Resumen del pago
 Tu anuncio estará en circulación durante 7 días.

Presupuesto	\$6.00 USD
Importe total	\$6.00 USD

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

Nota. Budget campaña 2 Facebook Ads

Fuente: Meta business Facebook

5.8.1.6 Plan de acción

Presupuesto

País, divisa
 EC, USD Cambiar

Alcance estimado: 690 - 2 mil Cuentas del centro de cuentas por día

\$ 6,00

Ubicaciones
 Facebook, Messenger, Instagram

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

- Facebook
- Instagram
- Messenger

Método de pago

Es posible que recibas más de una factura para este anuncio.
[Más información](#)

VISA MASTERCARD AMERICAN EXPRESS DISCOVER

Agregar

Resultados diarios estimados

Cuentas del centro de cuentas alcanzadas
690 - 2 mil

Resumen del pago
 Tu anuncio estará en circulación durante 7 días.

Presupuesto	\$6.00 USD
Importe total	\$6.00 USD

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

Nota. Plan de acción campaña 2 Facebook Ads

Fuente: Meta Business Facebook

5.8.1.7 Fechas

Calendario y duración ⓘ

Fecha de inicio

3 de abril de 2024 10:52 AM

Días 7

Fecha de finalización

10 de abril de 2024

Nota. Fecha campaña 2 Facebook Ads

Fuente: Meta Businnes de Facebook

5.8.1.8 Responsable

Daniel Alonzo

5.8.1.9 Simulación pago con Tarjeta de Crédito

Tarjeta de débito o crédito

Detalles de la tarjeta

Nombre en la tarjeta

Número de tarjeta

MM/AA CVV

Tus métodos de pago se guardan y almacenan de forma segura. [Se aplican condiciones](#)

Guardar

Agregar información de pago

Información comercial y fiscal (Opcional) [Agregar una dirección o identificación fiscal](#) [Editar](#)

Agregar método de pago

Tarjeta de débito o crédito

PayPal

Tengo un crédito publicitario para reclamar.

Tus métodos de pago se guardan y almacenan de forma segura. [Se aplican condiciones](#)

Siguiente

Nota. Simulación de pago con tarjeta campaña 2 Facebook Ads

Fuente: Meta Business Facebook

5.9 Campañas pagadas#3 en Redes Sociales por Facebook Ads:

5.9.1 Público Objetivo 3:

Asegurar la calidad y frescura de las galletas saludables, brindando a los clientes la confianza de consumir productos que cumplen con altos estándares de excelencia.

5.9.2 Producto

Las Galletas de Plátano y Avena.

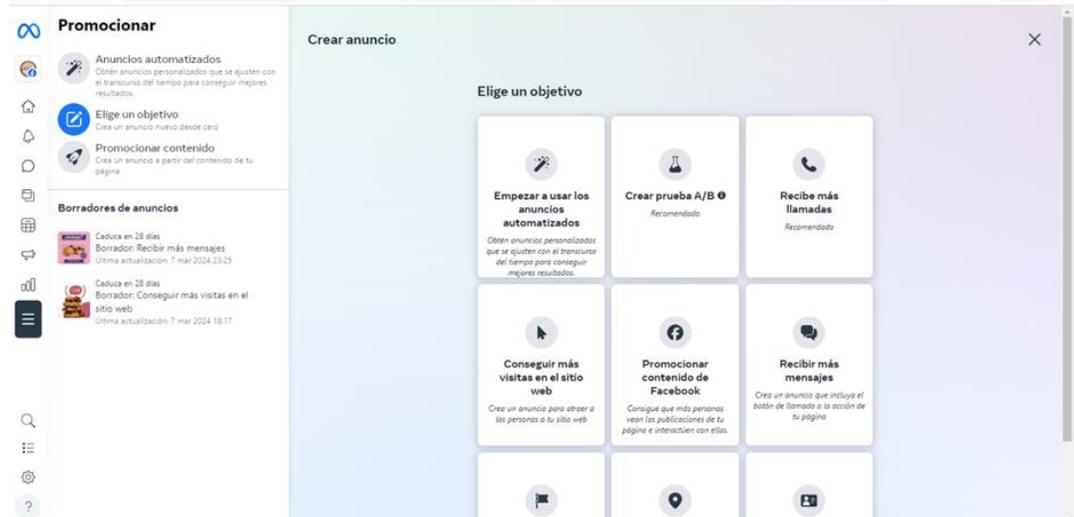
5.9.3 Campaña

Promoción en redes sociales del 03 a 10 de abril, compras en las que se otorga un de descuento.

5.9.4 Estrategia

Se otorgará un 15% de descuento en productos seleccionados.

5.9.1.1 Red Social



Nota. Objetivos de anuncio Facebook Ads

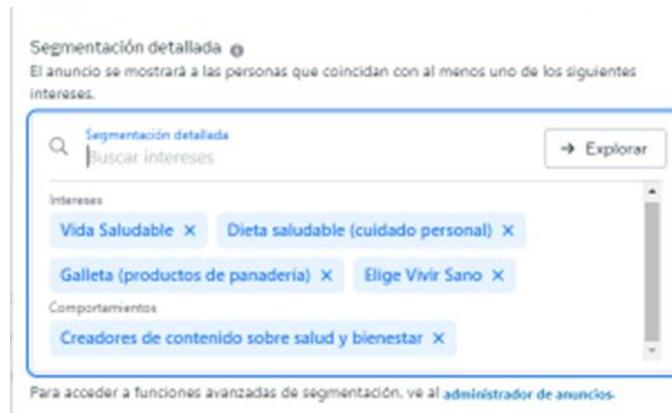
Fuente: Facebook

5.9.1.2 Anuncio



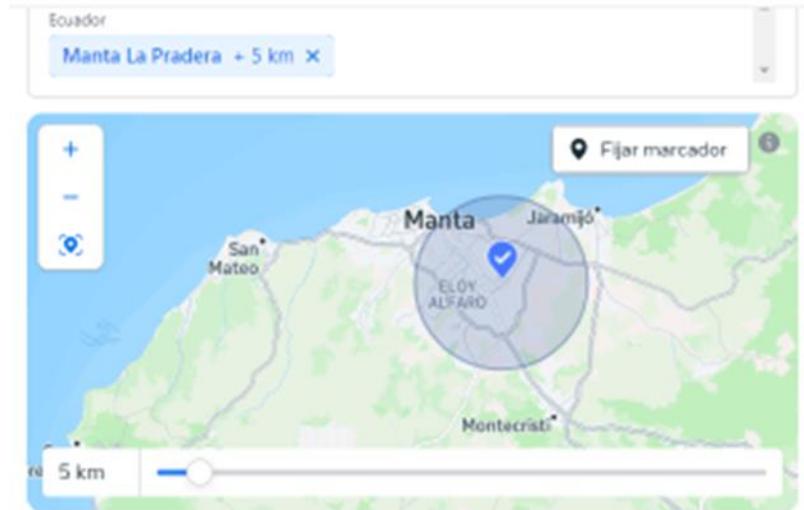
Nota. Anuncio campaña 3 Facebook Ads
Fuente: Fan Page Delicias Saludables

5.9.1.3 Perfil e intereses



Nota. Segmentación campaña 3 Facebook Ads
Fuente: Meta Business Facebook

5.9.1.4 Ubicación



Nota. Ubicación campaña 3 Facebook Ads

Fuente: Meta business Facebook

5.9.1.5 Budget

Calendario y duración

Fecha de inicio
3 de abril de 2024 10:31 AM

Días
7

Fecha de finalización
10 de abril de 2024

Tu anuncio se publicará el 3 abr 2024 a las 10:31 y estará en circulación durante 7 días, hasta el 10 abr 2024.

Presupuesto

País, divisa
EC, USD Cambiar

Alcance estimado: 1,2 mil - 3,6 mil Cuentas del centro de cuentas por día

\$ 7,00

\$1,00 Slider \$1,000,00

Resultados diarios estimados

Cuentas del centro de cuentas alcanzadas
1,2 mil - 3,6 mil

Clics en el enlace
23 - 67

Resumen del pago
Tu anuncio estará en circulación durante 7 días.

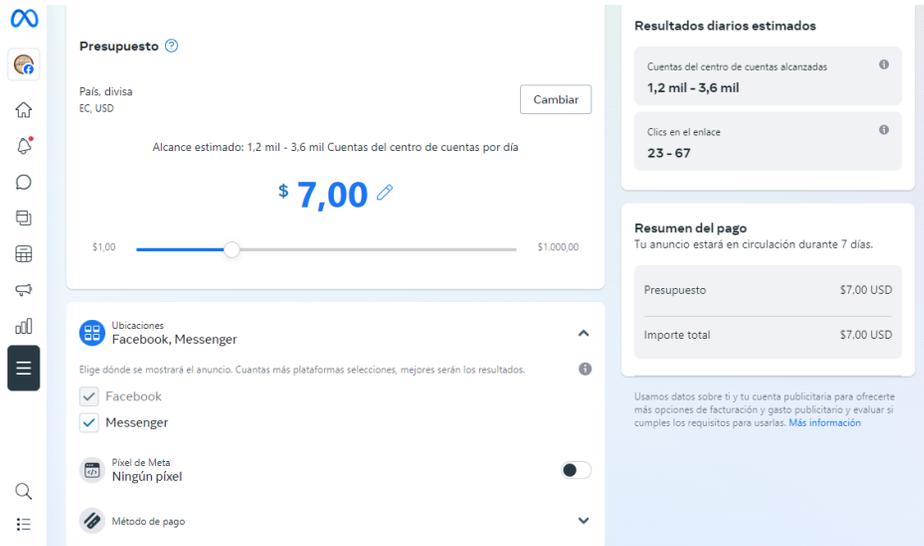
Presupuesto	\$7,00 USD
Importe total	\$7,00 USD

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

Nota. Budget campaña 3 Facebook Ads

Fuente: Meta business Facebook

5.9.1.6 Plan de acción



Nota. Plan de acción campaña 3 Facebook Ads

Fuente: Meta Business Facebook

5.9.1.7 Fechas

Del 03 al 10 de abril 2024

5.9.1.8 Responsable

Daniel Alonzo

5.9.1.9 Simulación pago con Tarjeta de Crédito

Tarjeta de débito o crédito

Detalles de la tarjeta

Nombre en la tarjeta

Número de tarjeta

MM/AA CVV

Tus métodos de pago se guardan y almacenan de forma segura. [Se aplican condiciones](#)

Guardar

Agregar información de pago

Información comercial y fiscal Editar

(Opcional) Agrega una dirección o identificación fiscal

Agregar método de pago

Tarjeta de débito o crédito

PayPal

Tengo un crédito publicitario para reclamar.

Tus métodos de pago se guardan y almacenan de forma segura. [Se aplican condiciones](#)

Siguiente

Nota. Simulación pago con tarjeta de crédito campaña 3 Facebook Ads

Fuente: Meta Business Facebook

5.10 Campañas pagadas#4 en Redes Sociales por Facebook Ads:

5.10.1 Público Objetivo 4:

Ofrecer experiencias personalizadas permitiendo a los clientes personalizar sus galletas saludables según preferencias específicas, como ingredientes, tamaño o presentación.

5.10.2 Producto

Las Galletas de Almendra y Chía

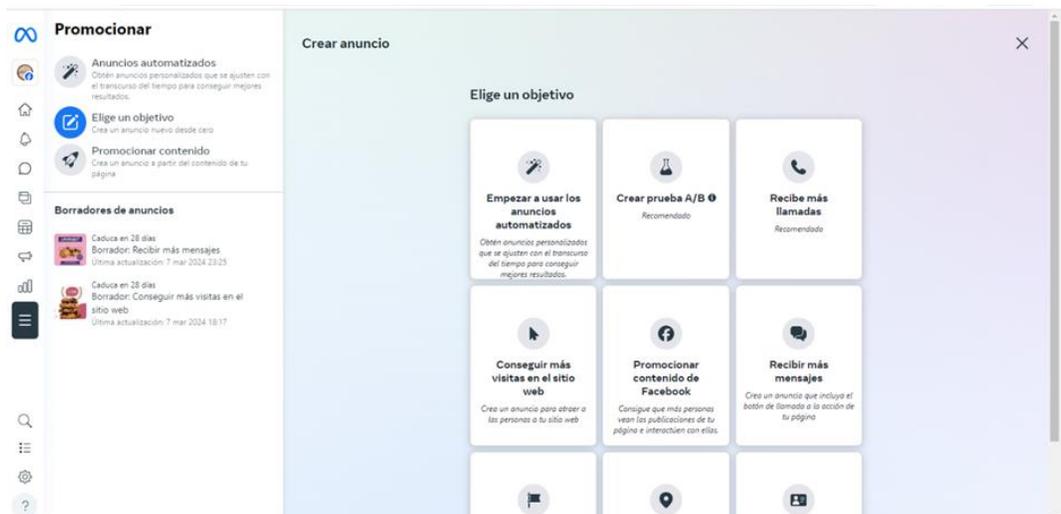
5.10.3 Campaña

Promoción en redes sociales del 08 al 14 de mayo, día de la madre

5.10.4 Estrategia

Personalizar las galletas saludables con los mejores sabores en \$20,00.

5.10.1.1 Red Social



Nota. Objetivos de anuncio Facebook Ads

Fuente: Facebook

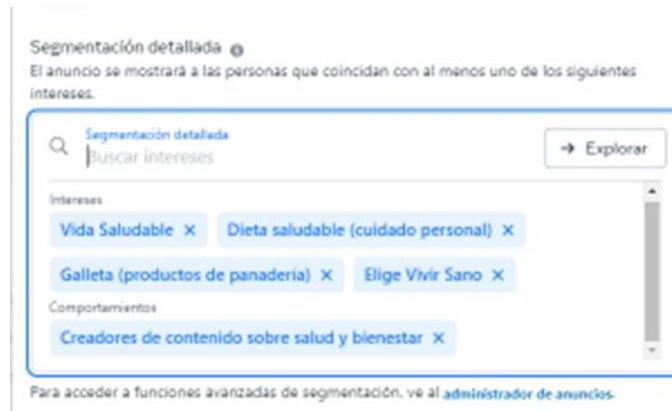
5.10.1.2 Anuncio



Nota. Campaña día de la madre

Fuente: Fan page de Facebook

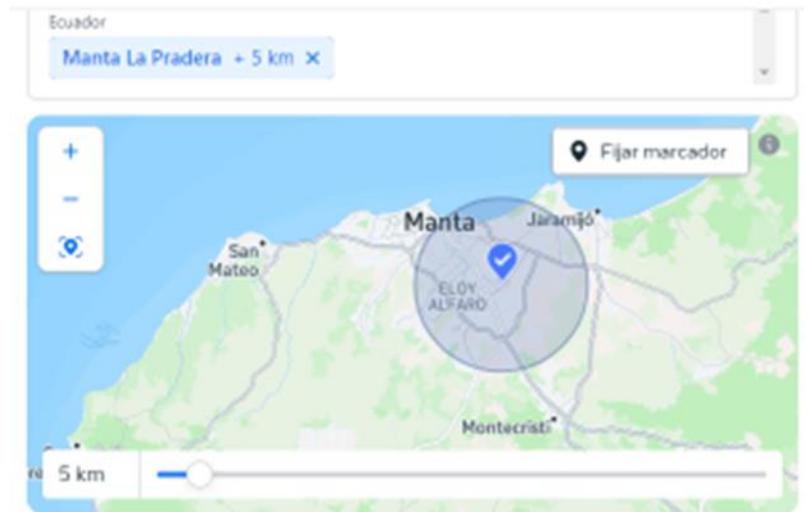
5.10.1.3 Perfil e intereses



Nota. Perfil e intereses campaña 4 Facebook

Fuente: Meta Business Facebook

5.10.1.4 Ubicación



Nota. Ubicación campaña 4 Facebook ads

Fuente: Meta business Facebook

5.10.1.5 Budget

Calendario y duración

Fecha de inicio
8 de marzo de 2024 09:53 AM

Días 7 **Fecha de finalización** 15 de marzo de 2024

Tu anuncio se publicará hoy y estará en circulación durante 7 días, hasta el 15 mar 2024.

Presupuesto

País, divisa
EC, USD Cambiar

Alcance estimado: 3,1 mil - 9 mil Cuentas del centro de cuentas por día

\$ 20,00

\$1.00 ————— \$1.000,00

Resultados diarios estimados

Cuentas del centro de cuentas alcanzadas
3,1 mil - 9 mil

Clics en el enlace
60 - 174

Resumen del pago
Tu anuncio estará en circulación durante 7 días.

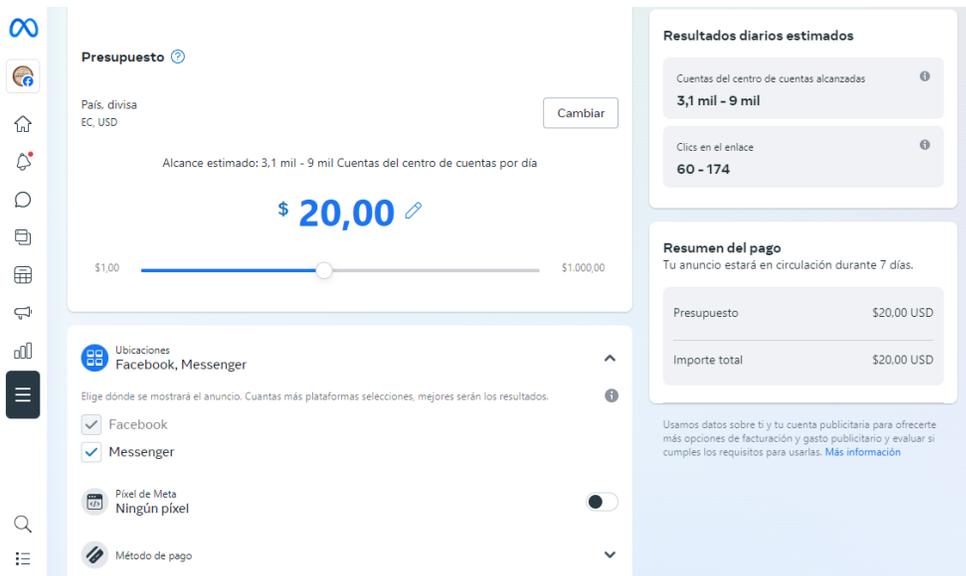
Presupuesto	\$20.00 USD
Importe total	\$20.00 USD

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

Nota. Budget campaña 4 Facebook

Fuente: Meta business Facebook

5.10.1.6 Plan de acción



Nota. Plan de acción campaña 4 Facebook

Fuente: Meta Business Facebook

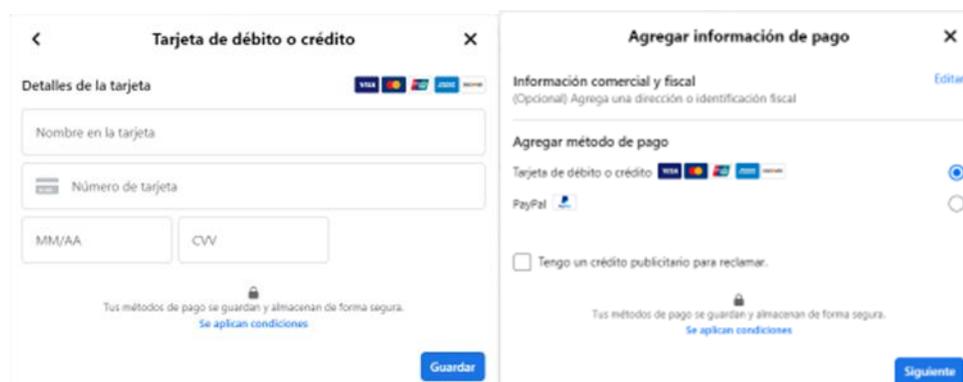
5.10.1.7 Fechas

Del 08 al 14 de mayo 2024

5.10.1.8 Responsable

Daniel Alonzo

5.10.1.9 Simulación pago con Tarjeta de Crédito



Nota. Simulación de pago con tarjeta campaña 4 Facebook

Fuente: Meta Business Facebook

5.11 Campañas pagadas#1 en Motores de búsqueda por Google Ads:

5.11.1 Público Objetivo 1:

Hombres y mujeres de entre 18 y 64 años que vivan en Manta

5.11.2 Objetivo de la campaña:

Generar más visitas de nuestros leads.

5.11.3 Producto

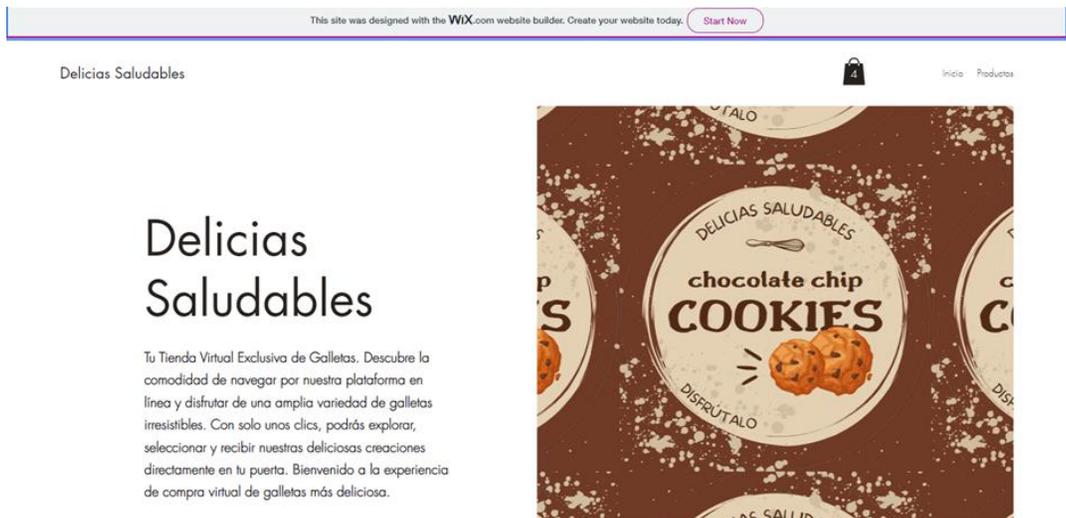
Publicitar nuestra página web: <https://galletassaludables5.wixsite.com/delicias-saludables>

Diseño de como se ve la página en el celular y en un computador.



Nota. Diseño de la página en móvil campaña 1 Google Ads

Fuente: Google Ads



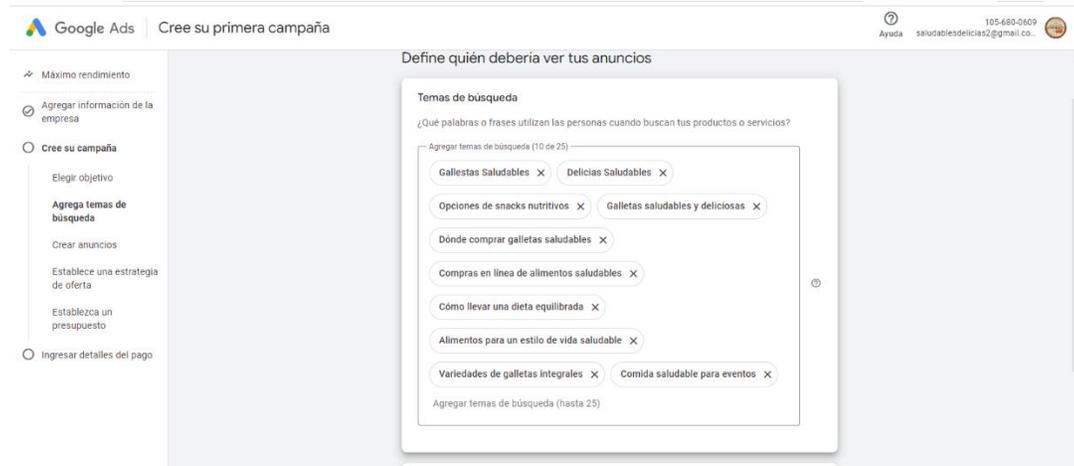
Nota. Diseño de la página en ordenador campaña 1 Google Ads

Fuente: Google Ads

5.11.4 Estrategia

5.8.1.1 Posicionamiento con palabras claves

Palabras claves más utilizadas en nuestra campaña relacionada con nuestra página web.

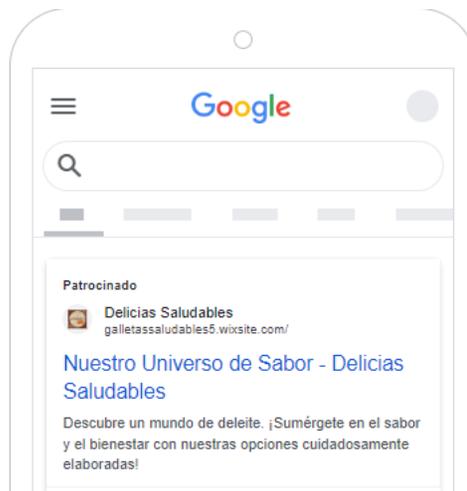


Nota. Palabras clave campaña 1 Google Ads

Fuente: Google Ads

5.8.1.2 Anuncio

Creación del anuncio en Google Ads.



Nota. Anuncio campaña 1 Google Ads

Fuente: Google Ads

5.8.1.3 Perfil e intereses

Existe un interés marcado en conocer los ingredientes utilizados en las galletas saludables, priorizando opciones con ingredientes naturales, integrales y bajos en azúcares añadidos.

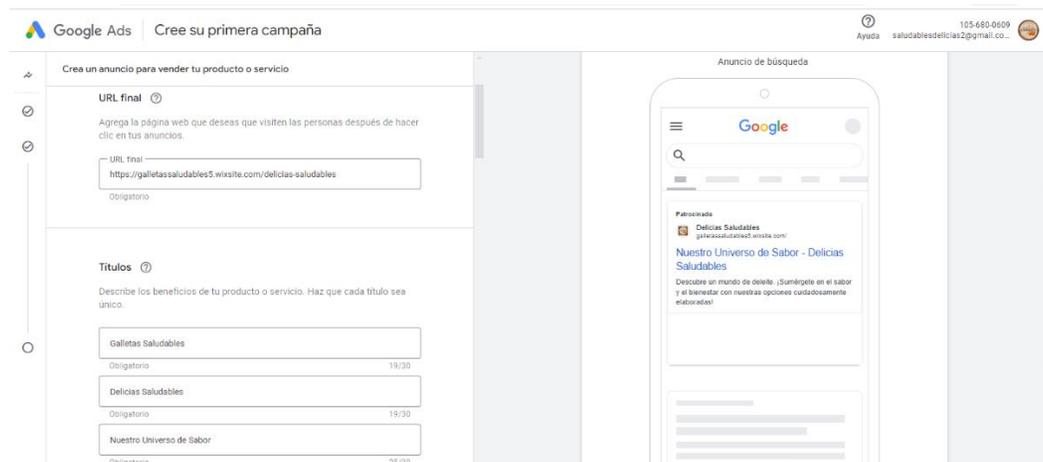
5.8.1.4 Ubicación

De acuerdo a nuestro público objetivo empezaremos con la campaña en la provincia de Manabí.

5.8.1.5 Budget

Es esencial garantizar que el gasto no exceda el presupuesto designado para la campaña, ya que esto podría generar complicaciones con otras campañas. En este caso, hemos establecido un límite de \$2,90 para mantenernos dentro de nuestras capacidades financieras.

5.8.1.6 Plan de acción



Nota. Plan de acción campaña 1 Google Ads

Fuente: Google Ads

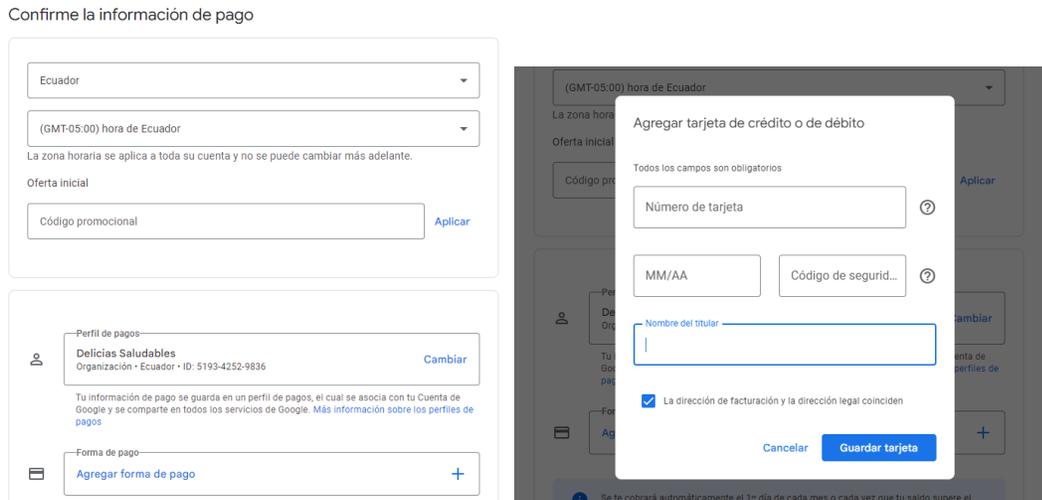
5.8.1.7 Fechas

Del 02 al 09 de abril 2024

5.8.1.8 Responsable

Daniel Alonzo

5.8.1.9 Simulación pago con Tarjeta de Crédito



Nota. Simulación de pago con tarjeta de crédito campaña 1 Google Ads

Fuente: Google Ads

5.12 Campañas pagadas#2 en Motores de búsqueda por Google Ads:

5.12.1 Público Objetivo 2:

Hombres y mujeres que vivan en Manta

5.12.2 Objetivo de la campaña:

En este caso, la meta consistirá en aumentar la cantidad de llamadas telefónicas provenientes de nuestros clientes potenciales, con el propósito de proporcionar un servicio personalizado y comprender sus requerimientos de manera más efectiva.

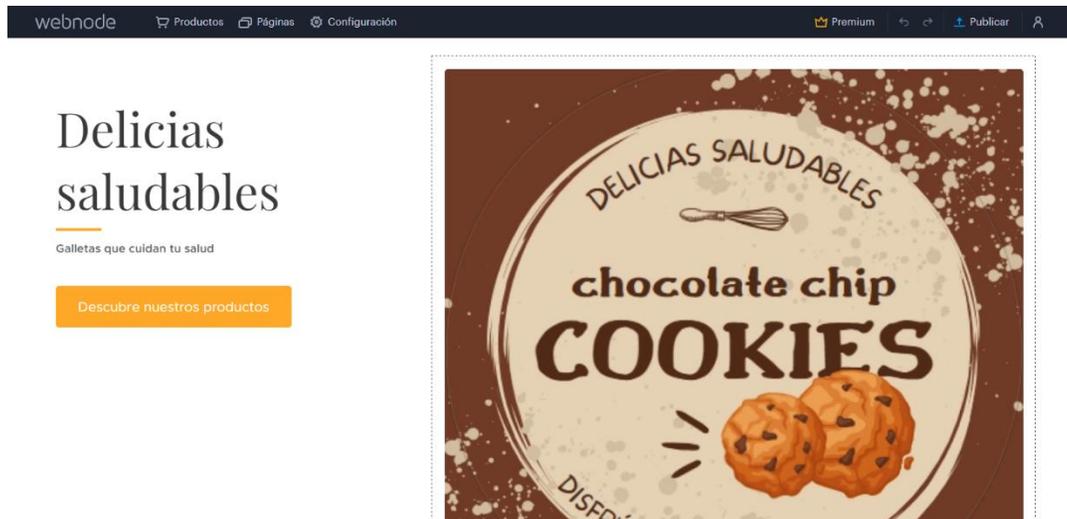
5.12.3 Producto

Publicitaremos nuestra página web: <https://delicias-saludables-9.webnode.ec/>

Imágenes de cómo se vería nuestra campaña desde un celular y en un computador.



Nota. Diseño de la página en móvil campaña 2 Google Ads
Fuente: Google Ads



Nota. Diseño de la página en ordenador campaña 2 Google Ads
Fuente: Google Ads

5.12.4 Estrategia

5.8.1.1 Posicionamiento con palabras claves



Nota. Palabras clave campaña 1 Google Ads

Fuente: Google Ads

5.8.1.2 Anuncio

Creamos nuestro anuncio enfocado en nuestro objetivo



Nota. Anuncio campaña 2 Google Ads

Fuente: Google Ads

5.8.1.3 Perfil e intereses

El público interesado en galletas saludables también valora la sostenibilidad y la producción ética, buscando marcas comprometidas con prácticas responsables.

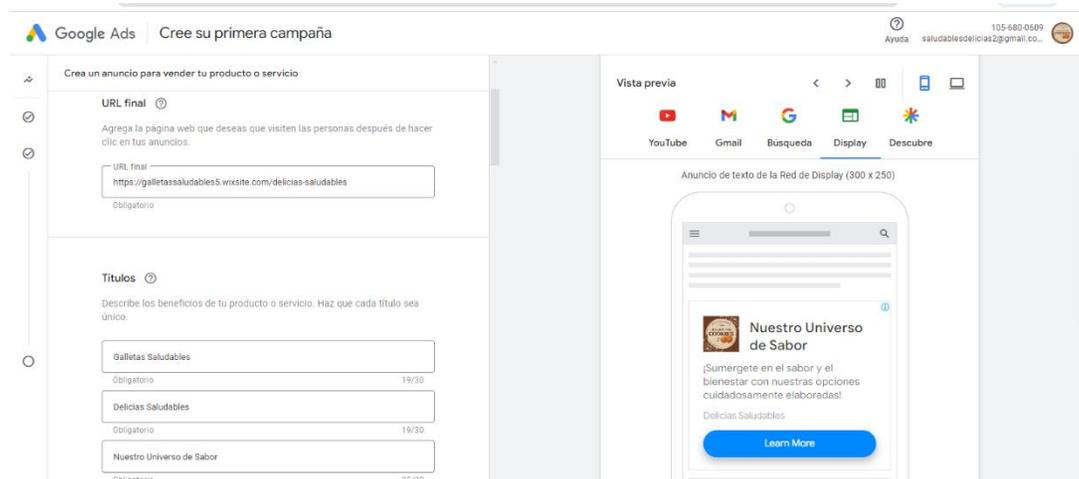
5.8.1.4 Ubicación

De acuerdo a nuestro público objetivo empezaremos con la campaña en la provincia de Manabí, en Manta.

5.8.1.5 Budget

Es fundamental considerar que el gasto no exceda el presupuesto asignado para la campaña, ya que esto podría generar contratiempos con otras campañas. En este escenario, hemos establecido un límite de \$2,90 para garantizar la coherencia con nuestras demás iniciativas.

5.8.1.6 Plan de acción



Nota. Plan de acción campaña 2 Google Ads

Fuente: Google Ads

5.8.1.7 Fechas

Del 03 al 10 de abril 2024

5.8.1.8 Responsable

Daniel Alonzo

5.8.1.9 Simulación pago con Tarjeta de Crédito

Confirme la información de pago

Ecuador

(GMT-05:00) hora de Ecuador

La zona horaria se aplica a toda su cuenta y no se puede cambiar más adelante.

Oferta inicial

Código promocional [Aplicar](#)

Perfil de pago

Delicias Saludables
Organización • Ecuador • ID: 5193-4252-4836 [Cambiar](#)

Tu información de pago se guarda en un perfil de pagos, el cual se asocia con tu Cuenta de Google y se comparte en todos los servicios de Google. [Más información sobre los perfiles de pagos](#)

Forma de pago

Agregar forma de pago

Agregar tarjeta de crédito o de débito

Todos los campos son obligatorios

Número de tarjeta

MM/AA Código de segurid...

Nombre del titular

La dirección de facturación y la dirección legal concuerdan

[Cancelar](#) [Guardar tarjeta](#)

Nota. Simulación de pago con tarjeta de crédito campaña 2 Google Ads

Fuente: Google Ads

5.13 Campañas pagadas#3 en Motores de búsqueda por Google Ads:

5.13.1 Público Objetivo 3:

Hombres y mujeres que vivan en Manta

5.13.2 Objetivo de la campaña:

Generar más ventas o suscriptores en el sitio web

5.13.3 Producto

Publicitar nuestra página web:

<https://sites.google.com/view/deliciassaludables/p%C3%A1gina-principal>

Imágenes de cómo se vería nuestra campaña desde un celular y en un computador.



Nota. Diseño de la página en móvil campaña 3 Google Ads

Fuente: Google Ads



Nota. Diseño de la página en ordenador campaña 3 Google Ads

Fuente: Google Ads

5.13.4 Estrategia

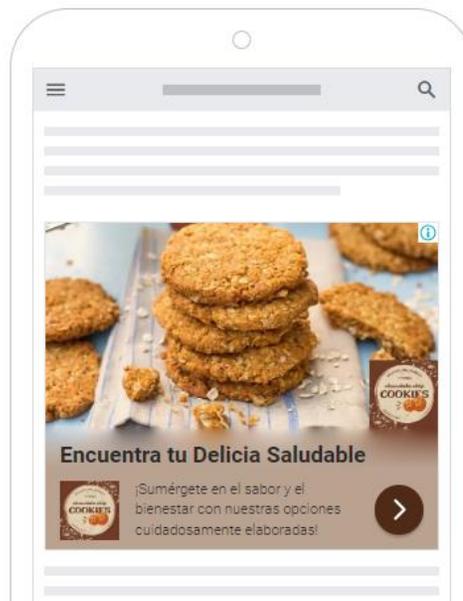
5.8.1.1 Posicionamiento con palabras claves



Nota. Palabras clave campaña 3 Google Ads
Fuente: Google Ads

5.8.1.2 Anuncio

Creamos nuestra campaña relacionada con el objetivo



Nota. Anuncio campaña 3 Google Ads
Fuente: Google Ads

5.8.1.3 Perfil e intereses

El público objetivo puede tener un estilo de vida activo y busca snacks convenientes que proporcionen energía sostenible y apoyen sus actividades diarias.

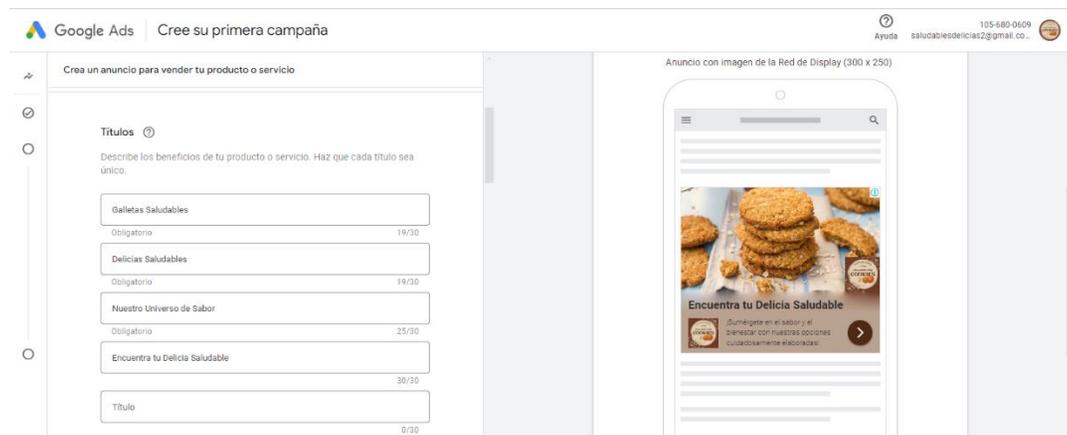
5.8.1.4 Ubicación

De acuerdo a nuestro público objetivo empezaremos con la campaña en la provincia de Manabí, Manta.

5.8.1.5 Budget

Es importante considerar que el gasto no exceda el presupuesto designado para la campaña, ya que esto podría ocasionar problemas con nuestras otras campañas. En este caso, hemos adoptado la recomendación de utilizar un presupuesto de \$2,90.

5.8.1.6 Plan de acción



Nota. Plan de acción campaña 3 Google Ads

Fuente: Google Ads

5.8.1.7 Fechas

Del 02 al 09 de abril 2024

5.8.1.8 Responsable

Daniel Alonzo

5.8.1.9 Simulación pago con Tarjeta de Crédito

Confirme la información de pago

Ecuador

(GMT-05:00) hora de Ecuador

La zona horaria se aplica a toda su cuenta y no se puede cambiar más adelante.

Oferta inicial

Código promocional [Aplicar](#)

Perfil de pagos

Delicias Saludables
Organización • Ecuador • ID: 5193-4252-9836 [Cambiar](#)

Tu información de pago se guarda en un perfil de pagos, el cual se asocia con tu Cuenta de Google y se comparte en todos los servicios de Google. [Más información sobre los perfiles de pagos](#)

Forma de pago

[Agregar forma de pago](#)

Agregar tarjeta de crédito o de débito

Todos los campos son obligatorios

Número de tarjeta

MM/AA Código de segurid..

Nombre del titular

La dirección de facturación y la dirección legal concuerdan

[Cancelar](#) [Guardar tarjeta](#)

Nota. Simulación de pago con tarjeta de crédito campaña 3 Google Ads

Fuente: Google Ads

5.14 Campañas pagadas#4 en Motores de búsqueda por Google Ads:

5.14.1 Público Objetivo 4:

Hombres y mujeres que vivan en Manta

5.14.2 Objetivo de la campaña:

En este objetivo, buscamos aumentar la visibilidad de la marca mediante un mayor número de visualizaciones y la generación de tráfico web adicional.

5.14.3 Producto

Vamos a direccionar nuestro video en nuestra página de Wix, video del día de las madres.

Google Ads | Cree su primera campaña

105-680-0609
Ayuda saludablesdelicias@gmail.com

Creando un anuncio para vender tu producto o servicio

Agrega funciones a tus anuncios para obtener más clics

- Videos** Utiliza videos para mostrar tus anuncios en más lugares. Google genera videos con tus recursos de imagen. También puedes subir tus propios videos. [Editar](#)
- Vinculos a sitios** Agrega vinculos a tus anuncios para dirigir a las personas a páginas específicas de tu sitio web.
- Llamado a la acción** Permite que Google elija el llamado a la acción con mejor rendimiento. [Ver más](#)

Anuncio de video in-stream

Nota. Producto campaña 4 Google Ads

Fuente: Google Ads

5.14.4 Estrategia

5.8.1.1 Posicionamiento con palabras claves

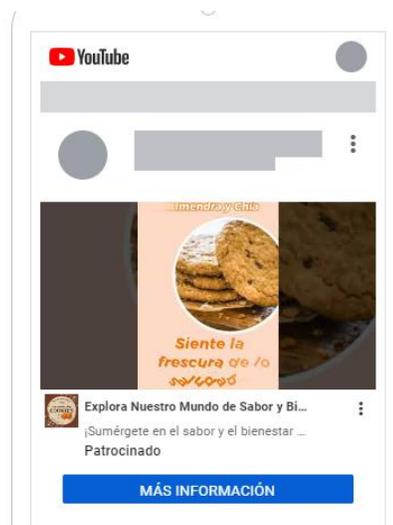


Nota. Palabras clave campaña 4 Google Ads

Fuente: Google Ads

5.8.1.2 Anuncio

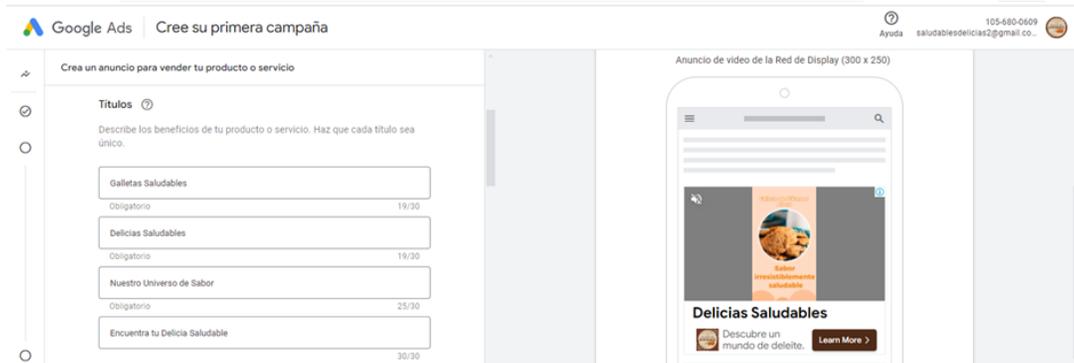
Video del día de las madres con Delicias Saludables.



Nota. Anuncio campaña 4 Google Ads

Fuente: Google Ads

5.8.1.3 Perfil e intereses



Nota. Perfiles e intereses campaña 4 Google Ads

Fuente: Google Ads

5.8.1.4 Ubicación

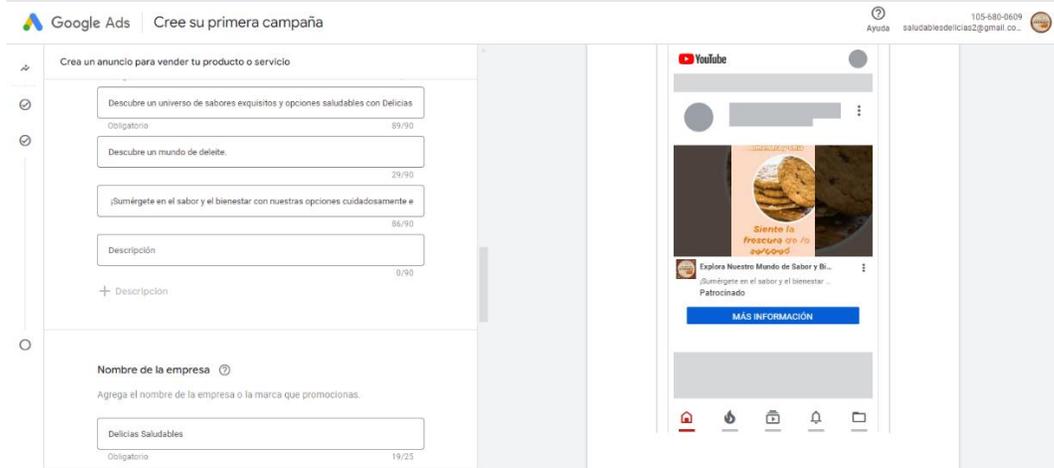
Identificamos nuestro mercado comercial es decir si es nacional o internacional en este caso nacional en Ecuador

5.8.1.5 Budget

En este punto, establecemos la cantidad que planeamos invertir en nuestra campaña, asegurándonos de que esté en consonancia con el presupuesto previamente evaluado, que para esta campaña es de \$2.90.

5.8.1.6 Plan de acción

Evaluamos el progreso de nuestra campaña antes de su implementación.



Nota. Plan de acción campaña 4 Google Ads

Fuente: Google Ads

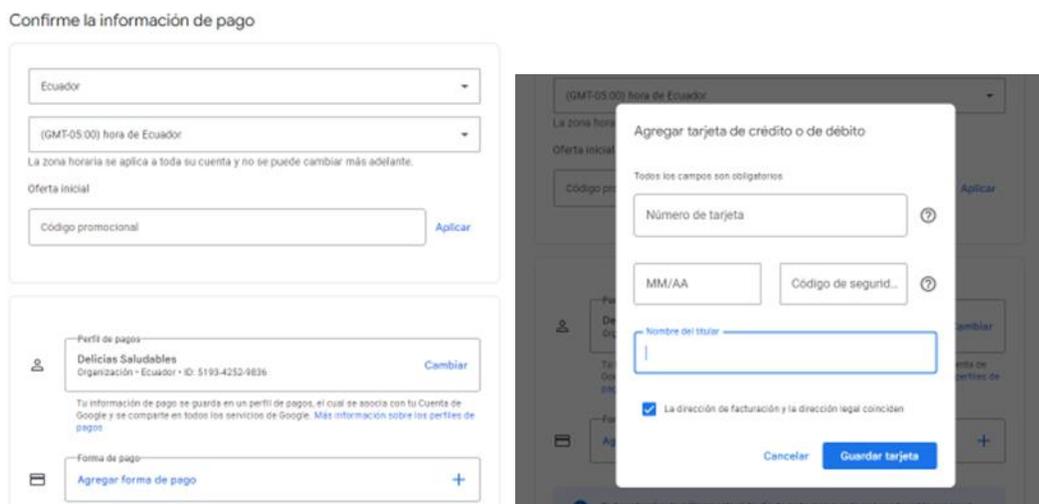
5.8.1.7 Fechas

Del 08 al 14 de mayo 2024

5.8.1.8 Responsable

Daniel Alonzo

5.8.1.9 Simulación pago con Tarjeta de Crédito



Nota. Simulación pago con tarjeta de crédito campaña 4 Google Ads

Fuente: Google Ads

5.15 Google Analytics:

Google Analytics constituye una herramienta de análisis gratuita que realiza mediciones y proporciona informes detallados sobre la actividad del tráfico web. Con ella, podemos examinar diversos aspectos, como la cantidad de visitas a nuestra página, comprender el comportamiento de los usuarios y obtener datos útiles, como la ubicación geográfica de los visitantes. Esta herramienta opera mediante cookies de navegadores y códigos de seguimiento para evaluar el rendimiento de nuestro sitio. Entre sus funciones, destaca la medición del tráfico web, la duración de las sesiones, la identificación de usuarios frecuentes y nuevos visitantes. Además, realiza un seguimiento de conversiones, permitiendo observar acciones como agregar productos al carrito o abandonar el mismo. Asimismo, ofrece insights sobre las palabras clave utilizadas para encontrar el sitio, así como datos demográficos como género, edad, idioma y ciudad de los usuarios. Contar con Google Analytics resulta crucial, ya que posibilita comprender de manera más profunda el comportamiento de los usuarios, recopilando información valiosa que guiará mejoras en el contenido del sitio, facilitando la conversión de leads en clientes y fomentando las compras en nuestra plataforma.

CAPÍTULO VI: INTEGRACIÓN DE LA TIENDA ONLINE

6.1 Presentar la tienda online actualizada e integrada con todos los sitios web y

las redes sociales. Resumen de links

Facebook:

<https://www.facebook.com/profile.php?id=61556914442083>

Meta Business:

https://business.facebook.com/latest/home?business_id=270149186171897&asset_id=270061742847308

YouTube:

<https://www.youtube.com/shorts/nGn9aOepwJs>

Instagram:

<https://www.instagram.com/galletas.saludables12/>

TikTok:

<https://www.tiktok.com/@deliciassaludabl1>

Wix:

<https://galletassaludables5.wixsite.com/delicias-saludables>

Twitter:

<https://twitter.com/DSaludable55801>

Google sites:

<https://sites.google.com/view/deliciassaludables/p%C3%A1gina-principal>

Google My business:

<https://delicias-saludables-9.webnode.ec/>

Linkedin:

6.2 ROI DIGITAL

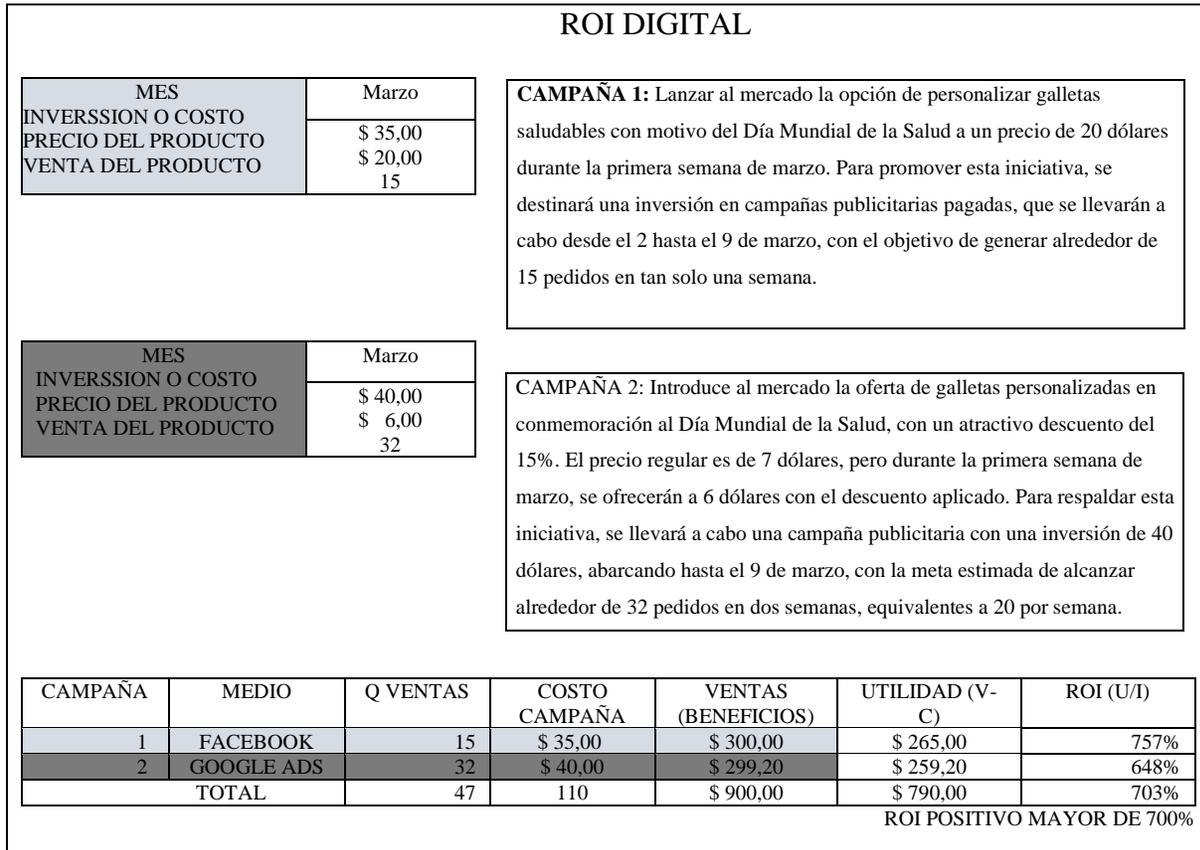


Figura 156. ROI Digital

Fuente: Elaboración propia

II. CONCLUSIONES

La investigación destaca la creciente demanda del mercado por productos saludables, como las galletas ofrecidas por "Delicias Saludables". Esto indica una oportunidad estratégica para la comercialización de galletas saludables en la ciudad de Manta.

La investigación resalta la importancia de implementar un plan de negocio digital para la tienda en línea. La presencia en plataformas digitales y redes sociales se identifica como una herramienta clave para llegar a un público más amplio y satisfacer las necesidades de los consumidores modernos.

La inclusión de opciones de personalización para los productos, según las preferencias de los clientes, se posiciona como un diferenciador clave. Esta estrategia contribuye a la satisfacción del cliente y al desarrollo de relaciones más sólidas.

La investigación sugiere la implementación de promociones estratégicas, como descuentos por fechas especiales, compras en línea y otras ofertas atractivas. Estas estrategias contribuirán a generar interés, aumentar las conversiones y fortalecer la fidelización de los clientes.

Se destaca la relevancia de la analítica digital, especialmente a través de herramientas como Google Analytics, para comprender el comportamiento de los usuarios en la tienda en línea. Esta información será vital para la toma de decisiones informadas y la optimización continua del plan de negocio digital.

III. RECOMENDACIONES

Se recomienda realizar una revisión continua y actualizada del catálogo de galletas saludables ofrecido en la tienda en línea "Delicias Saludables". La adaptación a las tendencias del mercado y la introducción de nuevas variedades pueden mantener el interés de los clientes y asegurar la relevancia de la oferta en el sector de productos saludables. Esto implica estar atentos a las preferencias cambiantes de los consumidores y a la incorporación de ingredientes innovadores que se alineen con las demandas del mercado.

Dada la importancia del entorno digital, se recomienda implementar estrategias de marketing digital personalizadas y específicas para el público objetivo en la ciudad de Manta. Esto incluye la optimización de la presencia en redes sociales, campañas publicitarias segmentadas y el uso de herramientas de análisis para comprender y responder a las interacciones de los clientes en línea. La personalización de las estrategias de marketing contribuirá a fortalecer la marca "Delicias Saludables" y a mejorar la conexión con los consumidores.

Para ampliar el alcance y la visibilidad de la tienda en línea, se sugiere explorar oportunidades de establecer alianzas estratégicas con otros negocios locales relacionados con la salud y el bienestar. Colaboraciones con nutricionistas, centros de fitness o empresas afines pueden proporcionar sinergias beneficiosas, permitiendo la promoción mutua y la expansión de la base de clientes. Estas alianzas pueden generar una red de apoyo que fortalezca la posición de "Delicias Saludables" en el mercado y contribuya al crecimiento sostenido del negocio.

Se sugiere aprovechar las estrategias de promociones y descuentos específicas para fechas importantes, como días festivos o eventos especiales. Ofrecer descuentos, promociones 2x1 o regalos con compras puede estimular la demanda y fomentar la participación activa de los

clientes en la tienda en línea "Delicias Saludables". Estas promociones también pueden ser anunciadas a través de campañas de correo electrónico y en las redes sociales para maximizar su alcance.

Es crucial invertir en publicidad pagada, especialmente en Google Ads y en campañas en redes sociales. La publicidad pagada puede aumentar la visibilidad de "Delicias Saludables" en búsquedas en línea y en las plataformas sociales más relevantes para su audiencia objetivo. Al asignar un presupuesto adecuado y utilizar estrategias de segmentación efectivas, se maximizará la eficacia de las campañas publicitarias digitales.

REFERENCIAS

Amazon. (s.f.). Obtenido de <https://sell.amazon.com/es/beginners-guide>

ASAMBLEA NACIONAL. (2018). *LEY ORGÁNICA DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA Y DEL SECTOR FINANCIERO POPULAR Y SOLIDARIO*. Obtenido de <https://www.cosede.gob.ec/wpcontent/uploads/2013/09/leyorganicadelaeconomiapopularysolidariaydelsectorfinanciero.pdf>

Cadena, J., Pereira, N., & Pérez, Z. (2019). *La innovación y su incidencia en el crecimiento y desarrollo de las empresas del sector alimentos y bebidas del Distrito Metropolitano de Quito (Ecuador) durante el 2017*. Revista Espacios, 40(22), 17-27.

Calla Tapia, H. R., Mendoza Bastidas, A., & Medina Carruitero, L. M. (2021). *Plan de negocios para producción y comercialización de galletas que ayudan a combatir la anemia infantil*.

Cordero Linzán, M. G. (2019). *El comercio electrónico e-commerce, análisis actual desde la perspectiva del consumidor en la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas y estrategias efectivas para su desarrollo*.

Díaz Rúa, Y. A., Piñarete Guzmán, J. A., & Rubio González, J. (2020). *Plan de negocio Galletas saludables Cookids*.

Espinosa-Vélez, MP, & Armijos-Buitrón, V. (2022). *La transformación digital y su incidencia en el comercio electrónico en Ecuador*. En Memorias de la Décima Segunda Conferencia Iberoamericana de Complejidad, Informática y Cibernética (CICIC 2022) (págs. 169-174).

García, L. W. F. (2020). *Plataformas digitales 2020*. Ediciones Fiscales ISEF.

- Hernández Vélez, L. (2021). *Estudio de factibilidad para la producción y comercializadora de galletas con frutos deshidratados en la ciudad de Pereira.*
- Loyola Vintimilla, T. A., & Pérez Carrasco, V. (2021). *Análisis de factibilidad para el modelo de negocio de galletas de quínoa en la ciudad de Cuenca para el año 2021* (Bachelor's thesis, Universidad del Azuay).
- López Fernández, M. D. P. R. F., & Soto Bernabé, P. A. (2019). *Plan de negocio para la formación de una empresa de snacks saludables con puntos de venta focalizados.*
- Lozano Merlano, L. M. (2019). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de galletas, en el municipio de Pereira, año 2019.*
- Marcillo Moncayo, E. A., Zuñiga Peñaloza, S. T., & Soriano Idrovo, P. (2021). *Plan de negocio para la comercialización de galletas a base de harina de cáscara de plátano en la ciudad de Guayaquil* (Doctoral dissertation, ESPOL. FCSH.).
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2022). Obtenido de <https://www.finanzas.gob.ec/cierre-del-2021-evidencio-la-recuperacion-economica-del-ecuador/>
- Moreira Anchundia, Á. I., & Saldarriaga Velásquez, M. G. (2021). *Microfibra de cáscara de banano y harina de pulpa de camote (Ipomoea batatas L. lam) en la calidad final de una galleta* (Master's thesis, Calceta: ESPAM MFL).
- Polanco Salgado, M. C. (2019). *Plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de galletas con almendra sin cáscara importada desde Chile en la ciudad de Quito* (Bachelor's thesis, Quito: Universidad de las Américas, 2019).
- Romero, J., Romero, E., & Romero, M. (2018). *Vender en las plataformas digitales.* ESIC Editorial.

Villalba Marín, D. A. (2016). *Producción y comercialización de galletas de alpiste con stevia en la empresa LUCEPA de Ambato* (Bachelor's thesis, Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencias Administrativas. Carrera de Marketing y Gestión de Negocios.).

Anexo 1:

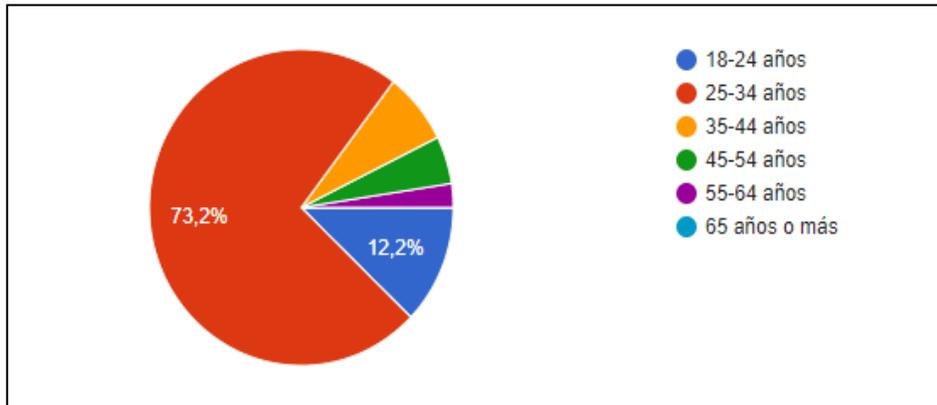
PLAN DE NEGOCIO DIGITAL PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE GALLETAS SALUDABLES EN LA TIENDA EN LÍNEA “DELICIAS SALUDABLES” EN LA CIUDAD DE MANTA.

Preguntas informativas

PREGUNTA 1

Resultado de la primera pregunta en el estudio de mercado.

Edad



Nota. La figura muestra los resultados de la edad.

Elaborado por: D. Alonzo.

Tabla 1

Edad

Respuesta	Frecuencia absoluta		Frecuencia relativa		
	F1	F1 Acumulada	Fracción	Decimal	%
18 – 12 años	0	0	0	0	0
25 – 34 años	81	81	81/110	0.74	74
35 – 44 años	8	89	89/110	0.06	6
45 – 54 años	5	94	94/110	0.05	5
55 – 64 años	2	96	96/110	0.02	2
65 años o más	14	110	14/110	0.12	12
Total	110		110/110	1	100%

Fuente: Datos alcanzados de la encuesta realizada

Interpretación:

Se presentó una diversidad significativa en términos de la distribución de edades entre los participantes con el 100%. La mayoría, representando un considerable 74 %, reflejando una atención particular en individuos en la etapa de la adultez joven. Además, 12 %, ofreciendo una visión valiosa de las experiencias y perspectivas de aquellos en las primeras fases de la vida adulta. Asimismo, se observó una presencia del 0.06%, el 0.05% y el 0.02 %, proporcionando una amplia gama de datos que abarca desde adultos jóvenes hasta aquellos en etapas más avanzadas de la vida adulta.

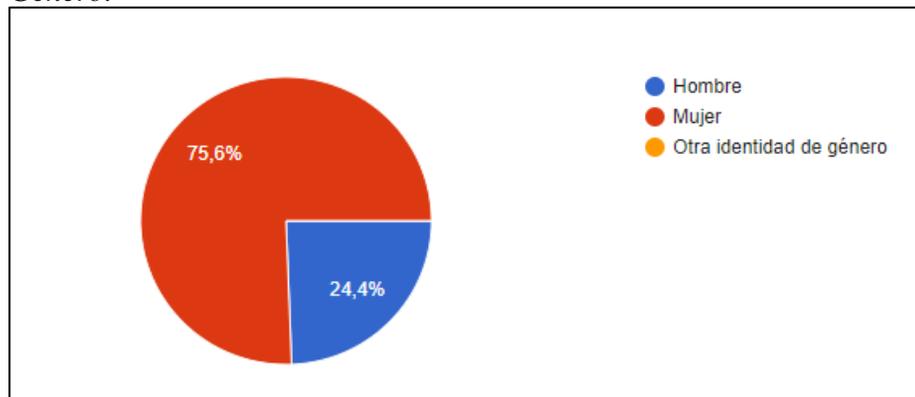
Análisis:

Esta diversidad en la distribución demográfica permitió un análisis exhaustivo de las actitudes y tendencias a lo largo de diferentes edades, enriqueciendo la comprensión global de la población encuestada.

ANÁLISIS PREGUNTA 2

Resultado de la segunda pregunta en el estudio de mercado.

Genero.



Nota. La figura muestra los resultados del género.

Elaborado por: D. Alonzo.

Tabla 2

Genero

Respuesta	Frecuencia absoluta			Frecuencia relativa	
	F1	F1	Fracción	Decimal	%

	Acumulada				
Mujer	83	83	83/110	0.75	75
Hombre	27	110	27/110	0.24	24
Otra identidad de género	0	0	0	0	0
Total	110		110/110	1	100%

Fuente: Datos alcanzados de la encuesta realizada

Interpretación:

Destacó una diferencia de género entre los participantes, revelando que el 75 % eran mujeres, mientras que el 24 % eran hombres.

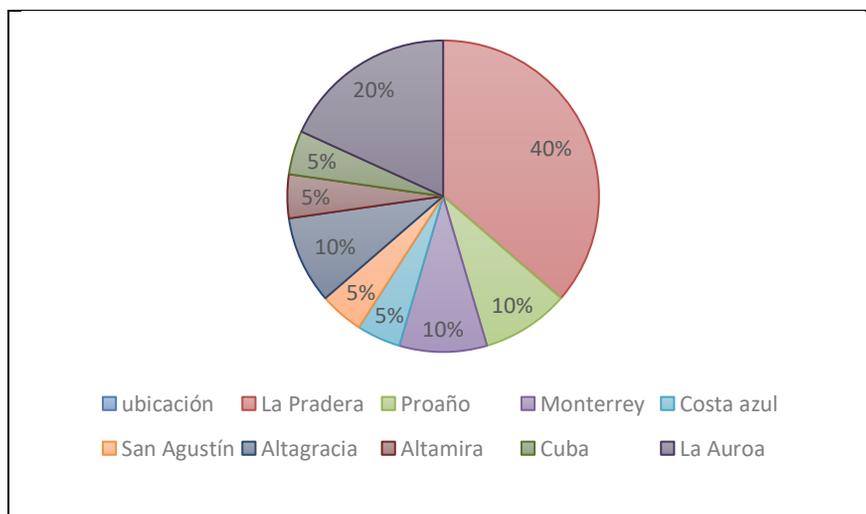
Análisis

La representación significativamente mayor de mujeres en la muestra sugiere la importancia de comprender sus puntos de vista y percepciones en relación con los temas abordados en la encuesta. Al mismo tiempo, la presencia de hombres en un cuarto de la muestra permite examinar una variedad de perspectivas de género, contribuyendo así a una evaluación más equilibrada y completa de las actitudes y opiniones presentes en el conjunto de participantes.

ANÁLISIS PREGUNTA 3

Resultado de la tercera pregunta en el estudio de mercado.

Ubicación.



Nota. La figura muestra los resultados de la ubicación.

Elaborado por: D. Alonzo.

Tabla 3

Ubicación

Respuesta	Frecuencia absoluta			Frecuencia relativa	
	F1	F1 Acumulada	Fracción	Decimal	%
La Pradera	35	35	35/110	0.31	31
Proaño	11	46	46/110	0.10	10
Monterrey	11	57	57/110	0.10	10
Costa Azul	5	62	62/110	0.05	5
San Agustín	5	67	67/110	0.05	5
Altagracia	11	78	78/110	0.10	10
Altamira	5	83	83/110	0.05	5
Cuba	5	88	88/110	0.04	4
La Aurora	22	110	22/110	0.20	20
Total	110		110/110	1	100%

Fuente: Datos alcanzados de la encuesta realizada

Interpretación:

Destacó que el barrio de La Pradera emergió como el más prominentemente habitado, el 40% de los encuestados identificándose como residentes de esta zona; asimismo, La Aurora se destacó con un 20%, consolidándose como una ubicación significativa en la muestra. Los barrios de Proaño, Monterrey, y Altagracia compartieron una representación del 10% cada uno, mientras que Costa Azul, San Agustín, Altamira, Cuba, todos contribuyeron con el 5%, añadiendo una rica variedad de perspectivas geográficas a la encuesta.

Análisis:

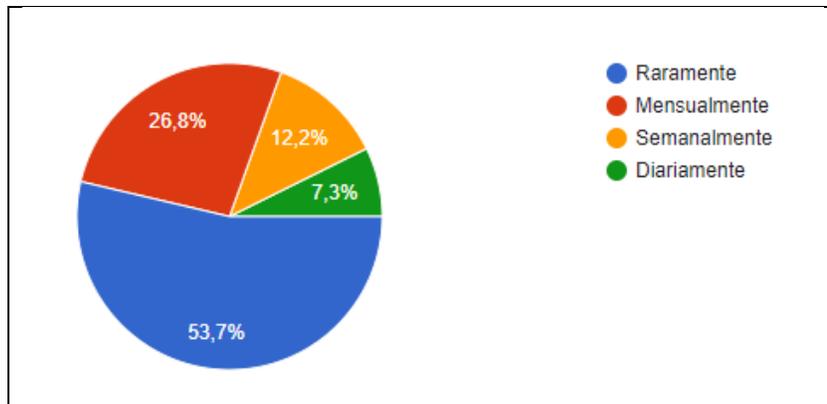
La encuesta reveló una distribución geográfica diversa entre los residentes de la ciudad de Manta, con un énfasis particular en la representación de diferentes barrios.

Esta diversidad en la ubicación residencial permite una comprensión más completa de las actitudes y opiniones, considerando las distintas dinámicas y contextos presentes en cada uno de estos barrios de la ciudad de Manta.

ANÁLISIS PREGUNTA 4

Resultado de la cuarta pregunta en el estudio de mercado.

¿Con qué frecuencia compras productos en línea?



Nota. La figura muestra los resultados con qué frecuencia compras productos en línea

Elaborado por: D. Alonzo.

Tabla 4

¿Con qué frecuencia compras productos en línea?

Respuesta	Frecuencia absoluta		Frecuencia relativa		
	F1	F1 Acumulada	Fracción	Decimal	%
Raramente	59	59	59/110	0.53	53
Mensualmente	29	88	88/110	0.26	26
Semanalmente	14	102	102/110	0.12	12
Diariamente	8	110	8/110	0.07	7
Total	110		110/110	1	100%

Fuente: Datos alcanzados de la encuesta realizada

Interpretación:

La encuesta sobre hábitos de compra en línea arrojó resultados reveladores que destacan la diversidad en las frecuencias de adquisición de productos a través de internet. Un sorprendente 53 % de los encuestados indicaron que compran en línea de manera rara; por otro lado, el 26 % de los participantes informaron realizar compras en línea mensualmente, reflejando una periodicidad más regular. Asimismo, el 12 % admitió hacer compras en línea semanalmente, mientras que un 7 % reveló la práctica diaria de esta modalidad.

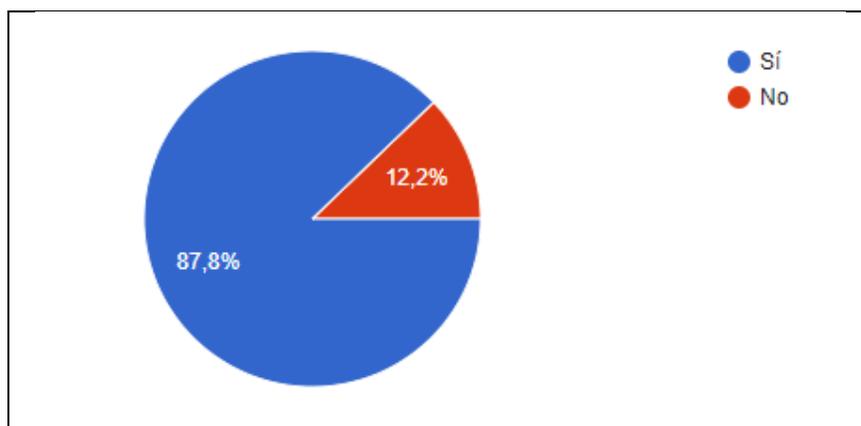
Análisis:

Estos datos ofrecen una perspectiva detallada de la frecuencia variada con la que los encuestados eligen realizar compras en línea, subrayando la importancia de entender estos patrones de consumo para adaptar estrategias comerciales y satisfacer las necesidades de un amplio espectro de consumidores.

ANÁLISIS PREGUNTA 5

Resultado de la quinta pregunta en el estudio de mercado.

¿Te gustaría comprar galletas saludables en línea?



Nota. La figura muestra los resultados de la compra de galletas saludables en línea
Elaborado por: D. Alonzo.

Tabla 5

¿Te gustaría comprar galletas saludables en línea?

Respuesta	Frecuencia absoluta		Frecuencia relativa		
	F1	F1 Acumulada	Fracción	Decimal	%
Si	96	83	83/110	0.87	87
No	14	110	14/110	0.12	12
Total	110		110/110	1	100%

Fuente: Datos alcanzados de la encuesta realizada

Interpretación:

El 87 % expresó un interés favorable en adquirir este tipo de productos a través de plataformas en línea. Este alto porcentaje sugiere una demanda significativa y una receptividad

generalizada hacia la idea de incorporar opciones de galletas saludables en las compras en línea. En contraste, el 12 % indicó una falta de interés en esta propuesta.

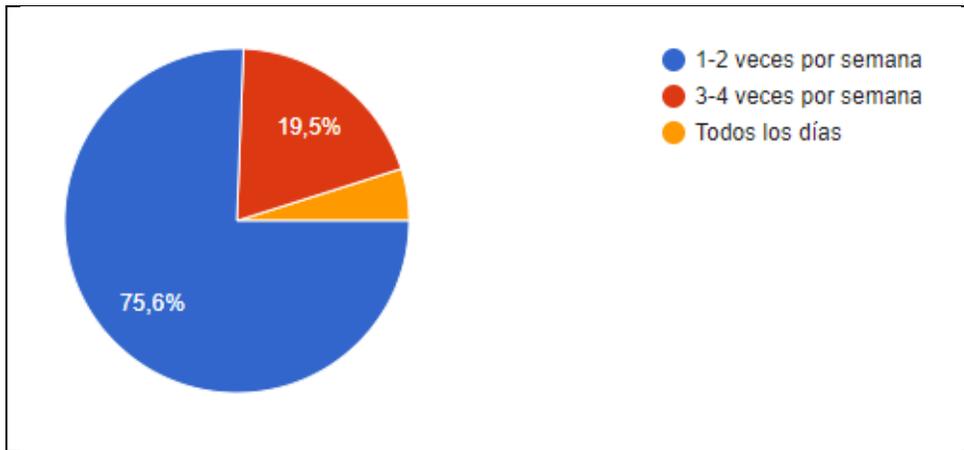
Análisis:

Estos resultados brindan valiosa información sobre las preferencias del consumidor y sugieren oportunidades comerciales prometedoras para la comercialización de galletas saludables en el mercado en línea, dada la clara disposición de una gran proporción de los encuestados hacia este tipo de productos.

ANÁLISIS PREGUNTA 6

Resultado de la sexta pregunta en el estudio de mercado.

¿Con qué frecuencia consume galleta?



Nota. La figura muestra los resultados con qué frecuencia consume galleta

Elaborado por: D. Alonzo.

Tabla 6

¿Con qué frecuencia consume galleta?

Respuesta	Frecuencia absoluta		Frecuencia relativa		
	F1	F1 Acumulada	Fracción	Decimal	%
1-2 veces por semana	83	83	83/110	0.75	75
3-4 veces por semana	21	104	104/110	0.19	19
Todos los días	6	110	6/110	0.05	5
Total	110		110/110	1	100%

Fuente: Datos alcanzados de la encuesta realizada

Interpretación:

El 75 % indicó que consume galletas de manera regular, con una frecuencia de 1-2 veces por semana. Este resultado sugiere que la mayoría de los encuestados incorporan galletas en su dieta de forma periódica pero no diaria, por otro lado, el 19 % manifestó un consumo más frecuente, de 3-4 veces por semana, indicando una proporción considerable de participantes que disfrutan de galletas con mayor regularidad; asimismo, un 5 % declaró consumir galletas todos los días, evidenciando un grupo más reducido pero presente de participantes que integran este producto en su dieta diaria.

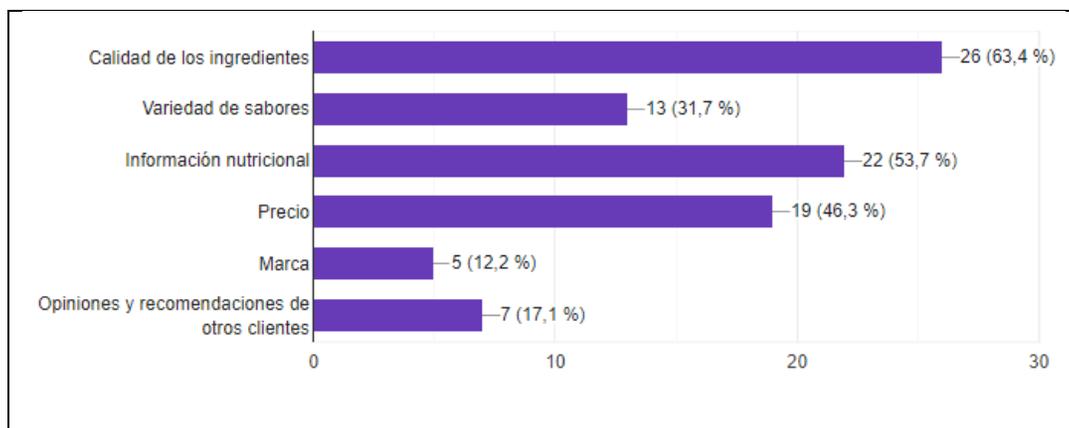
Análisis:

Estos datos ofrecen una visión detallada de las preferencias de consumo de galletas y proporcionan información valiosa para comprender la frecuencia con la que este producto forma parte de las elecciones alimenticias de los encuestados.

ANÁLISIS PREGUNTA 7

Resultado de la séptima pregunta en el estudio de mercado.

¿Qué factores son más importantes para ti al elegir galletas saludables en línea?



Nota. La figura muestra los resultados más importantes para elegir galletas saludables en línea

Elaborado por: D. Alonzo.

Tabla 7

¿Qué factores son más importantes para ti al elegir galletas saludables en línea?

Respuesta	Frecuencia absoluta		Frecuencia relativa		
	F1	F1 Acumulada	Fracción	Decimal	%
Calidad de los ingredientes	30	30	83/110	0.27	27
Variedad de sabores	16	46	27/110	0.14	14
Información nutricional	25	71	71/110	0.23	23
Precio	21	92	92/110	0.19	19
Marca	8	100	100/110	0.07	7
Opiniones y recomendaciones de otros clientes	10	110	10/110	0.09	9
Total	110		110/110	1	100%

Fuente: Datos alcanzados de la encuesta realizada

Interpretación:

La calidad de los ingredientes se destacó como el factor más importante, con un considerable 27 % de los encuestados enfocándose en este aspecto al tomar decisiones de compra. La información nutricional también desempeñó un papel fundamental, ya que el 23% consideró crucial conocer los valores nutricionales de los productos antes de comprarlos. El precio fue un factor determinante para el 19 % de los participantes, indicando una sensibilidad financiera significativa en la elección de galletas saludables. La variedad de sabores fue relevante para el 14 %, mientras que las opiniones y recomendaciones de otros clientes influyeron en el 9 % de los encuestados. Por último, la marca fue un factor importante para el 7 %.

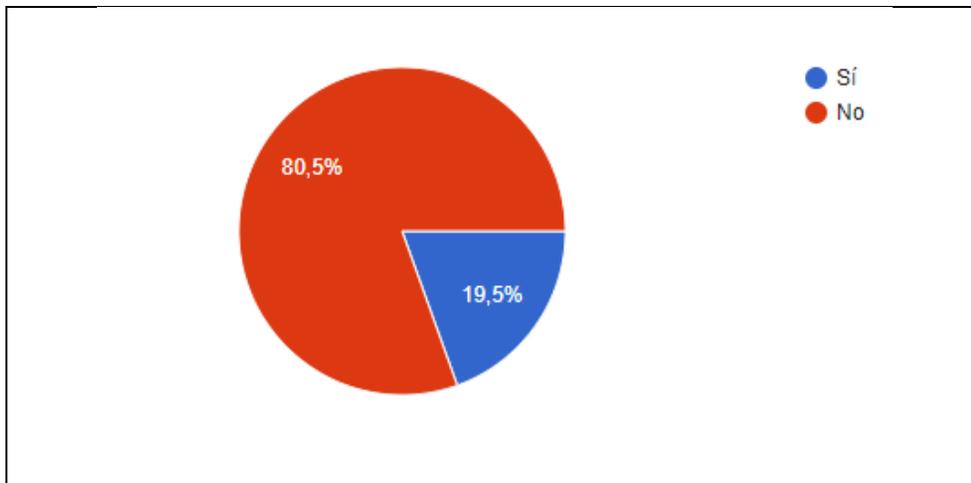
Análisis:

Estos resultados resaltan la importancia de la transparencia en los ingredientes y la información nutricional, así como la consideración del precio y la variedad, al tiempo que indican que las opiniones de otros clientes y la lealtad a la marca también desempeñan roles significativos en las decisiones de compra de galletas saludables en línea.

ANÁLISIS PREGUNTA 8

Resultado de la octava pregunta en el estudio de mercado.

¿Has oído hablar de "Delicias Saludables" nuestra tienda en línea de galletas saludables?



Nota. La figura muestra los resultados si ha oído hablar de "Delicias Saludables"

Elaborado por: D. Alonzo.

Tabla 8

¿Has oído hablar de "Delicias Saludables" nuestra tienda en línea de galletas saludables?

Respuesta	Frecuencia absoluta			Frecuencia relativa	
	F1	F1 Acumulada	Fracción	Decimal	%
Si	89	89	89/110	0.80	80
No	21	110	21/110	0.19	19
Total	110		110/110	1	100%

Fuente: Datos alcanzados de la encuesta realizada

Interpretación:

El 80.5%, no habían oído hablar de la tienda, sin embargo, el 19.5% afirmó tener conocimiento previo de "Delicias Saludables." Estos resultados indican que la marca podría beneficiarse de estrategias de marketing y promoción para aumentar su visibilidad y conciencia entre el público objetivo. La respuesta positiva del 19.5% que ya conoce la tienda sugiere que existe un interés inicial y un potencial para expandir el conocimiento de la marca entre un grupo

más amplio de consumidores.

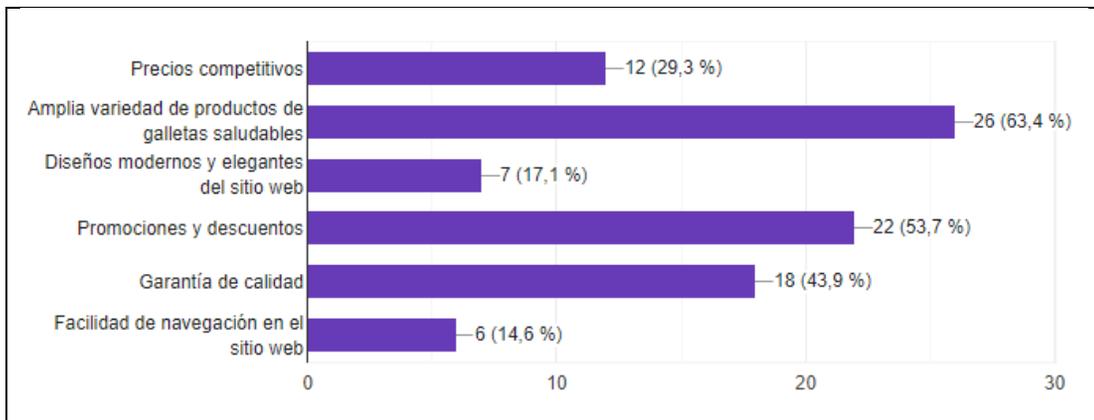
Análisis:

El bajo nivel de reconocimiento de "Delicias Saludables" sugiere que la tienda tiene mucho espacio para crecer en términos de visibilidad y presencia en el mercado. Implementar estrategias de marketing efectivas y realizar un seguimiento constante ayudará a aumentar el conocimiento de la marca y atraer a más clientes potenciales.

ANÁLISIS PREGUNTA 9

Resultado de la novena pregunta en el estudio de mercado.

¿Qué te motivaría a visitar la tienda en línea "Delicias Saludables"?



Nota. La figura muestra los resultados que motivaría a visitar la tienda en línea "Delicias Saludables"
Elaborado por: D. Alonzo.

Tabla 9

¿Qué te motivaría a visitar la tienda en línea "Delicias Saludables"?

Respuesta	Frecuencia absoluta			Frecuencia relativa	
	F1	F1 Acumulada	Fracción	Decimal	%
Precios competitivos	14	14	83/110	0.75	12
Amplia variedad de productos de galletas saludables	29	43	24/110	0.26	26
Diseño modernos y elegantes del sitio web	12	55	55/110	0.10	10
Promociones y descuentos	25	80	80/110	0.22	22
Garantía de calidad	20	100	100/110	0.18	18
Facilidad de navegación en	10	110	10/110	0.09	9

el sitio web				
Total	110	110/110	1	100%

Fuente: Datos alcanzados de la encuesta realizada

Interpretación:

La opción más destacada fue la amplia variedad de productos de galletas saludables, seleccionada por el 26 % de los encuestados, lo que sugiere que la diversidad de opciones es un elemento clave para atraer visitantes. Las promociones y descuentos también se revelaron como un fuerte motivador, con el 22 % de los participantes mostrando interés en ofertas especiales. La garantía de calidad fue un factor importante para el 18 %, indicando que la confianza en la calidad de los productos es esencial. Los precios competitivos fueron destacados por el 12 %, mientras que los diseños modernos y elegantes del sitio web y la facilidad de navegación en el sitio web fueron factores menos prioritarios, pero aún significativos, seleccionados por el 10 % y el 0.9 %, respectivamente.

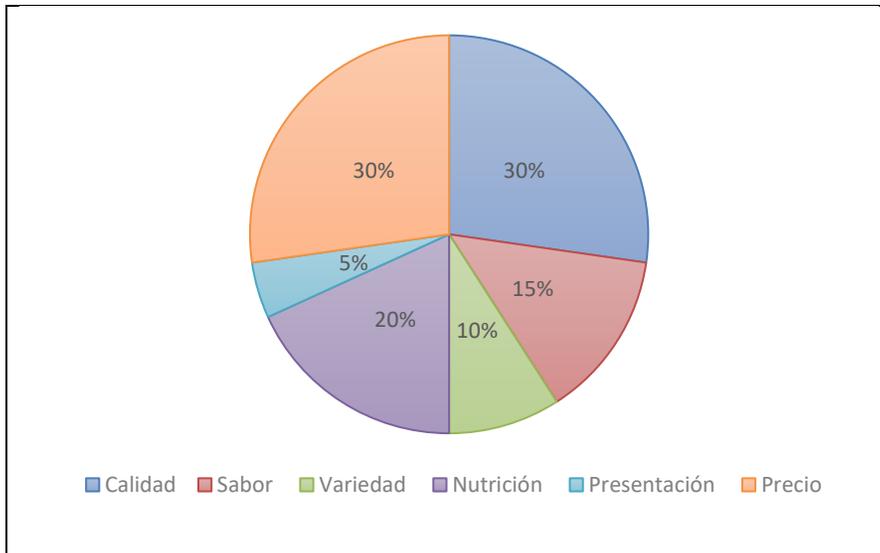
Análisis:

Estos resultados informan sobre las áreas clave en las que la tienda "Delicias Saludables" puede enfocarse para atraer y retener a los clientes, destacando la importancia de la variedad de productos, promociones y la confianza en la calidad.

ANÁLISIS PREGUNTA 10

Resultado de la décima pregunta en el estudio de mercado.

¿Cuáles son las características que te hacen adquirir este producto antes que otros?



Nota. La figura muestra los resultados de las características que te hacen adquirir este producto antes que otros.

Elaborado por: D. Alonzo.

Tabla 10

¿Cuáles son las características que te hacen adquirir este producto antes que otros?

Respuesta	Frecuencia absoluta			Frecuencia relativa	
	F1	F1 Acumulada	Fracción	Decimal	%
Calidad	33	33	33/110	0.30	30
Precio	33	66	66/110	0.30	30
Nutrición	22	88	88/110	0.20	20
Sabor	12	100	100/110	0.11	11
Variedad	6	106	106/110	0.05	5
Presentación	4	110	4/110	0.03	3
Total	110		110/110	1	100%

Fuente: Datos alcanzados de la encuesta realizada

Interpretación:

Tanto la calidad como el precio fueron identificados como los factores más influyentes, ambos obteniendo un 30 % de respaldo, lo que destaca la importancia de la relación entre la excelencia del producto y su accesibilidad financiera. La nutrición ocupó un lugar significativo con el 20 %, indicando que un segmento considerable de los participantes valora la salud y los atributos nutricionales al tomar decisiones de compra. El sabor, la variedad y la presentación,

aunque con porcentajes menores (11 %, 5 % y 3 %, respectivamente), también demostraron ser aspectos relevantes en la decisión de compra.

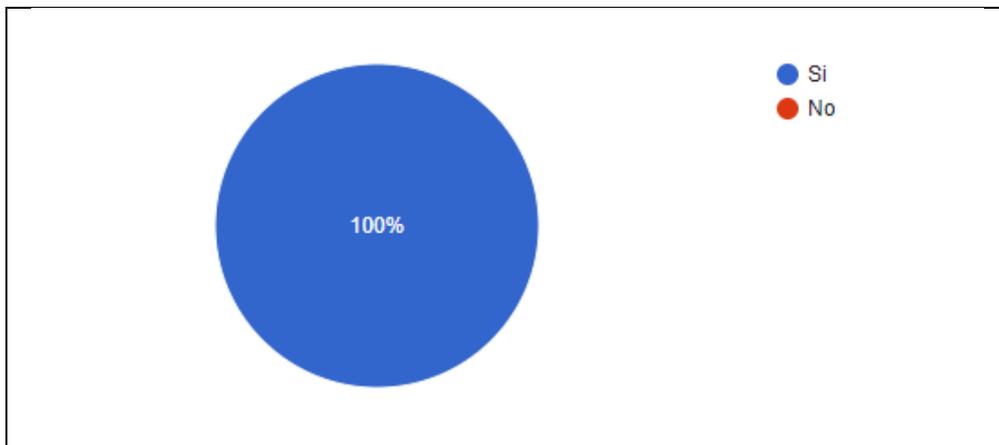
Análisis:

Estos resultados subrayan la complejidad de las preferencias del consumidor y destacan la necesidad de un enfoque integral que aborde estos diversos aspectos para lograr la preferencia del cliente en el competitivo mercado de productos.

ANÁLISI PREGUNTA 11

Resultado de la onceava pregunta en el estudio de mercado.

¿Recomendarías el producto a tus amigos?



Nota. La figura muestra los resultados si recomendarías el producto a tus amigos.

Elaborado por: D. Alonzo.

Tabla 11

¿Recomendarías el producto a tus amigos?

Respuesta	Frecuencia absoluta			Frecuencia relativa	
	F1	F1 Acumulada	Fracción	Decimal	%
Si	110	110	110/110	100	100
No	0	0	0	0	0
Total	110		110/110	1	100%

Fuente: Datos alcanzados de la encuesta realizada

Interpretación:

La encuesta reveló un resultado excepcionalmente positivo y unánime respecto a la disposición de los participantes a recomendar el producto a sus amigos, con un 100% de respuestas afirmativas.

Análisis:

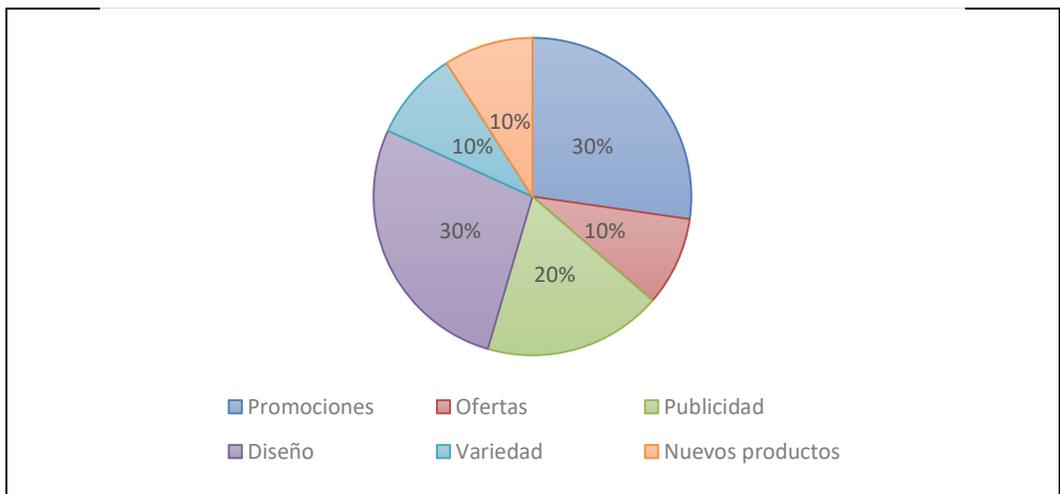
Este dato refleja una altísima satisfacción entre los encuestados, sugiriendo que el producto ha dejado una impresión positiva y confiable en todos los participantes. La unanimidad en la recomendación subraya la calidad percibida del producto y la posibilidad de que los consumidores consideren que es algo excepcional que vale la pena compartir con su círculo social.

Este nivel de respaldo enfático no solo fortalece la percepción positiva del producto, sino que también puede tener un impacto significativo en la construcción de una reputación positiva y la generación de lealtad del cliente a largo plazo.

ANÁLISIS PREGUNTA 12

Resultado de la doceava pregunta en el estudio de mercado.

¿Qué mejoras sugerirías para nuestra tienda en línea para que sea más atractiva para ti como cliente?



Nota. La figura muestra los resultados de qué mejoras sugerirías para nuestra tienda en línea para que sea

más atractiva para ti como cliente.

Elaborado por: D. Alonzo.

Tabla 12

¿Qué mejoras sugerirías para nuestra tienda en línea para que sea más atractiva para ti como cliente?

Respuesta	Frecuencia absoluta			Frecuencia relativa	
	F1	F1 Acumulada	Fracción	Decimal	%
Promoción	33	33	33/110	0.30	30
Diseño	33	66	66/110	0.30	30
Publicidad	22	88	88/110	0.20	20
Ofertas	12	100	100/110	0.10	10
Variedad	5	105	105/110	0.05	5
Nuevos productos	5	110	5/110	0.05	5
Total	110		110/110	1	100%

Fuente: Datos alcanzados de la encuesta realizada

Interpretación:

Un 30 % de los encuestados sugirió que la implementación de promociones sería un elemento clave para mejorar la atractividad de la tienda, resaltando la importancia de ofertas especiales y descuentos para captar la atención de los clientes. Asimismo, el diseño del sitio web también fue destacado por el 30 %, subrayando la relevancia de una interfaz intuitiva y atractiva visualmente para mejorar la experiencia de navegación. La publicidad fue mencionada por el 20 %, indicando un interés en la promoción y visibilidad de la tienda en línea. Las ofertas y variedad de productos obtuvieron un 10 % cada una, mientras que la introducción de nuevos productos también recibió un 0.5 %, resaltando el interés de los clientes en la innovación y la diversificación del inventario.

Análisis:

Estas sugerencias proporcionan valiosas perspectivas para la mejora continua de la tienda en línea, considerando aspectos clave como promociones, diseño atractivo, variedad de

productos y la incorporación de novedades para mantener la atracción de los clientes.