



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE:

INGENIERO EN DISEÑO GRÁFICO

TEMA: “DESARROLLO DEL PORTAL INSTITUCIONAL DEL TALLER DE ARTESANÍAS LOCURAS COUNTRY PARA SU POSICIONAMIENTO EN LA WEB”.

AUTOR: PAÚL STALYN MENDEZ ANGAMARCA

TUTOR: PHD ELFIO PÉREZ

TUTOR TÉCNICO: MG. DARÍO ARBOLEDA

AÑO 2016

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **PAÚL STALYN MENDEZ ANGAMARCA**, con C.I **171976311-0** autor del trabajo de graduación:

DESARROLLO DEL PORTAL INSTITUCIONAL DEL TALLER DE ARTESANÍAS LOCURAS COUNTRY PARA SU POSICIONAMIENTO EN LA WEB, previo a la obtención del título de Ingeniería en Diseño Gráfico en la UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de difundir el respectivo trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de graduación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Quito, Octubre del 2016

Atentamente.

.....

Paúl Stalyn Mendez Angamarca.

C.I. 171976311-0

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

FACULTAD DE DISEÑO

CARRERA INGENIERÍA EN DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL

Autoría de trabajo de titulación

Yo, Paúl Stalyn Mendez Angarmca con C.I 171976311-0, en calidad de estudiante de la carrera de Diseño Gráfico, declaro que los contenidos de este Trabajo de Titulación requisito previo a la obtención del Grado de Ingeniería en Diseñador Gráfico, son absolutamente originales, auténticos y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, Octubre del 2016

Atentamente.

.....

Paúl Stalyn Mendez Angamarca.

C.I. 171976311-0

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

FACULTAD DE DISEÑO

CARRERA INGENIERÍA EN DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL

APROBACIÓN DEL TUTOR

Certificado de Aprobación del tutor

En la calidad del tutor, certifico que el señor **Paul Stalyn Mendez Angarmca** con **C.I 1719763110**, ha desarrollado el trabajo de titulación “**Desarrollo del portal Institucional para el taller de artesanías Locuras Country para su posicionamiento en la web**”, rigiéndose bajo los parámetros metodológicos, técnicos e institucionales; por lo que procedo a la autorización del mencionado egresado y este pueda ser sometido a la evaluación del Tribunal de Grado y pueda proceder a la respectiva exposición del mismo.

Quito, octubre de 2016

Tutor

.....

PhD. Elfio Pérez

DEDICATORIA

Quiero dedicarle este trabajo

A Dios que me ha dado la vida y fortaleza
para terminar este proyecto de investigación,

A mi madre y mi hermana por estar ahí cuando más los necesité
en especial a mi madre por su ayuda y constante cooperación

A mi novia por todo su apoyo y entrega

A mis hermano Flavio y Christian por apoyarme

A Don Flavio que es como un padre por todo su apoyo y
ayuda en los momentos más difíciles.

AGRADECIMIENTO

Primero y antes que nada, dar gracias a Dios,
por estar conmigo en cada paso que doy,
por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente
y por haber puesto en mi camino a aquellas personas
que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.
Agradecer hoy y siempre a mi familia por el esfuerzo.

RESUMEN

El presente proyecto tuvo como objetivo el desarrollo de un portal web para el taller de artesanías Locuras Country para su posterior posicionamiento en la web.

El progreso de este proyecto incluye tres partes importantes donde se incluye:

1. El marco teórico donde abarca toda la parte conceptual sobre temas de Diseño Gráfico y Diseño Web para sustentar el desarrollo del producto final.
2. La metodología donde se presenta las técnicas y métodos a seguir para la investigación y desarrollo del producto.
3. El producto final donde se desarrolló un portal web aplicando estrategias de marketing virtual para tener un posicionamiento en la web para que de esta manera podamos dar a conocer la marca del taller teniendo como recurso los medios online que ayudan mucho como estrategia a la difusión de venta de bienes o servicios de una manera más directa y equilibrada a la hora de optar por algún servicio.

Es por este motivo que se tomó la decisión de implementar al taller un sitio web donde muestre todo lo que ofrece Locuras Country.

Palabras Claves: Diseño Web, Posicionamiento, estrategias de marketing, estrategias de gestión, diseño gráfico, social media.

ABSTRACT

This project has as its objective the development of a web portal for the handicrafts workshop Locuras Country for its subsequent positioning in the web.

1. The progress of this project includes three important parts where indicated:
2. The theoretical framework where spans the entire conceptual part on topics about graphic design and web design to support the development of the final product.
3. The methodology which presents the techniques and methods to be followed for the research and product development.

The final product where it was developed a web portal and applied virtual marketing strategies to position it on the web and thus to promote the brand of the workshop taking as a resource online media that help a lot as a strategy for the dissemination of the sale of goods or services in a more direct manner and balanced at the time of opt for some service.

It is for this reason that the decision was taken to implement the workshop a web site that shows where everything that offers Locuras Country.

Keywords: Web Design, SEO, marketing strategies, management strategies, graphic design, social media.

ÍNDICE GENERAL

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN	I
AUTORÍA DE TRABAJO DE TITULACIÓN.....	II
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR	III
DEDICATORIA.....	IV
AGRADECIMIENTO.....	V
RESUMEN	VI
ABSTRACT	VII
I. Introducción.....	1
Objetivo General	2
Objetivo Específicos.....	2
II. Fundamentación Teórica y Metodológica.....	3
2. Antecedentes	3
2.1 El nacimiento de la web.....	3
2.2 ¿Qué es una Página web?.....	3
2.2.2 Tipos de páginas web	4
2.3 Conceptualización	5
2.4 Retícula para Diseño Web.....	5
2.5 Estructura de navegación.....	5
2.5.1 Clasificación de estructuras de navegación	5
2.6 Proceso de un sitio web	6
2.7 Empresas y la Web	6
2.8 Web 2.0	7
2.9 Social Media Marketing	7
2.10 Social Media Optimization	7
2.11 Beneficios de Social Media como estrategia de marketing para la empresa.....	7
2.12 Marketing 2.0.....	8
2.13 Inbound Marketing.....	8
2.13.1 Inbound Marketing para las PYME (Pequeñas y Medianas empresas).....	8

2.14 SEO (Search Engine Marketing)	8
2.14.2 Acciones de marketing con SEO	9
2.15 SEM (Search Engine Marketing)	9
2.16 Google AdWord	10
2.17 Google Analytics.....	10
2.18 Metodología.....	10
2.19 Técnicas de metodología	10
2.20 Encuestas y análisis	11
2.21 Análisis de los resultados de la encuesta y entrevistas.....	13
III Producto.....	22
3. Estructura del sitio web	22
3.1 Estructura de navegación.....	27
3.2 Uso de la cromática para el sitio web.....	29
3.3 Uso de la tipografía en el sitio web.....	30
3.4 Elaboración del sitio web.....	30
3.5 Contenido de pestañas de navegación	31
3.6 Estrategias para el Posicionamiento web.....	35
3.7 Matriz de mercado.....	35
3.8 Google Adwords.....	36
3.9 Google Analytics.....	37
3.10 Matriz de competencia	37
3.11 Social Media.....	39
3.12 Estrategias SEO	40
3.13 Estrategias SEM.....	40
IV. Conclusiones y Recomendaciones	42
V. Bibliografía	44
VI Anexos.....	46

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfica 1: Resultado Pregunta 1	13
Gráfica 2: Resultado Pregunta 2	14
Gráfica 3: Resultado pregunta 3	15
Gráfica 4: Resultado pregunta 4	16
Gráfica 5: Resultado pregunta 5	17
Gráfica 6: Estructura Web	22
Gráfica 7: Home.....	23
Gráfica 8: Quienes Somos	23
Gráfica 9: Quienes Somos	24
Gráfica 10: Productos	25
Gráfica 11: Galería de imágenes	25
Gráfica 12: Visor de imágenes	26
Gráfica 13: Talleres.....	26
Gráfica 14: Contactos	27
Gráfica 15: Página Completa.....	28
Gráfica 16: Estructura de Navegación.....	29
Gráfica 17: Tipografía para Menú	30
Gráfica 18: Tipografía para texto informativo	30
Gráfica 19: Estado activo	31
Gráfica 20: Estado Rollover	31
Gráfica 21: Estado Click	31
Gráfica 22: Botón Home	32
Gráfica 23: Botón Quienes Somos.....	32
Gráfica 24: Botón Productos.....	33
Gráfica 25: Categoría Vacas.....	33
Gráfica 26: Creación de formulario en JotForm	34
Gráfica 27: Formulario contactos de página web.....	34
Gráfica 28: Mapa de ubicación Google Maps	35
Gráfica 29: Código de seguimiento de sitio web.....	37
Gráfica 31: Fanpage Twitter	40
Gráfica 30: Fanpage de Facebook.....	39

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Matriz de Mercado	36
Tabla 2: Matriz de Competencia	39

I. Introducción

Locuras Country, fue fundada en el año 2004 por la Señora Liz Mariela Moya Pantosin, propietaria del taller. Desde su creación se han dedicado a desarrollar diferentes tipos de artesanías y trabajos manuales que pueden ser empleados en las áreas que se tiene en casa y a diferentes entornos, dando un toque artesanal y único con estilo country.

El taller se dedica principalmente a la fabricación de artesanías elaboradas totalmente a mano, en donde se destacan dos líneas importantes de producción: la pintura en tela y la pintura en tableros de fibra de densidad media, Medium Density Fiberboard, por sus siglas en inglés (MDF), que son el mejor sustituto de la madera por sus diversas aplicaciones y propiedades amigables con el ambiente.

El taller artesanal Locuras Country cuenta con una gama extensa de artesanías en MDF como son: accesorios para cocina, accesorios y adornos para sala, accesorios para dormitorios de adultos y niños, también se diseña nombres en diferentes estilos, materiales y tamaños dando un toque particular a las habitaciones.

Locuras Country ha decidido fusionar el arte que elabora manualmente con la tecnología, por ejemplo, en su línea de accesorios para dormitorios se ha realizado la elaboración de lámparas a base de (MDF) con tecnología touch.

El problema del taller artesanal surge que desde su creación no se elaboró ninguna estrategia de marketing, por lo que no se ha dado a conocer dicho establecimiento, por este motivo que se busca implementar al taller de artesanías un portal web con el que se conozcan todas las actividades que se realiza y los productos que tienen a la venta.

Implementando éstas estrategias de marketing se busca posicionar y difundir su nombre aspirando tener como resultado la rentabilidad y el crecimiento del taller; teniendo como antecedente que las PYMES a nivel mundial han tomado esta opción para lograrlo y se ha evidenciado que existen resultados positivos. Este motivo ha impulsado a realizar el portal web con dichas estrategias.

En base al problema detectado, en este trabajo se han planteado los siguientes objetivos:

Objetivo General

Elaborar el sitio web del taller de artesanías Locuras Country, para su posicionamiento en la web a base de estrategias de marketing virtual.

Objetivo Específicos

- Diagnosticar las razones por las cuales el taller de artesanías Locuras Country no tiene la difusión necesaria.
- Diseñar un sitio web, que actúe como herramienta de comunicación y propagación a las personas sobre lo que realiza el taller de artesanías Locuras Country.
- Determinar las técnicas que ayuden al posicionamiento del sitio web de Locuras Country
- Valorar la propuesta del proyecto con opiniones de especialistas.

II. Fundamentación Teórica y Metodológica

2. Antecedentes

2.1 El nacimiento de la web

En el libro Arte y ciencia del diseño web Veen, (2001) menciona que los investigadores Tim Berners-Lee y Mike Sendall que se desempeñaban en el laboratorio europeo de partículas físicas, propusieron un método que ayudaría a enlazar la información; éste incluía tres piezas que son de vital importancia: la primera, fue una manera de otorgar a todos una dirección uniforme; la segunda, un protocolo para transmitir esos bits de información y; la tercera, un lenguaje para codificar la información esto sucedió en el año de 1989.

2.2 ¿Qué es una Página web?

Stone, Eismann, & Mcclelland (2001), menciona que una página web “es un documento que combina la capacidad de incluir información multimedia como son textos, imágenes, sonidos, animaciones, etc. con la posibilidad de crear enlaces con otras páginas, éstas puedan estar ubicadas en lugares remotos”. (pág. 5)

Debido al crecimiento y desarrollo web existen distintas plataformas para crear sitios web que van desde la creación mediante códigos de programación como otras que no necesitan de programación.

2.2.1 Clases de página web

En la página web asuntos digitales Loli (2014) Clasifica las páginas web, las cuales son:

- **Páginas Web Transaccionales, e-comercio o e-commerce**

En este modelo, las empresas pueden exponer sus mercancías en la web y los interesados los adquirirán a través de internet. Su objetivo es el de realizar transacciones online y el objetivo secundario es colocar información sobre los productos.

- **Páginas Web Orientadas al Servicio**

Este tipo de portales web se encuentran dirigido a dar búsqueda sobre productos y servicios, los cuales no se pueden obtener mediante la página web. El objetivo de estos portales web es que estimulan a los clientes para que concluyan la compra en sus tiendas físicas.

- **Páginas Web orientadas a la Construcción de una Marca**

El propósito de este portal web es consolidar el perfil de una futura marca. Algunos de sus productos se pueden comprar en línea pero la mayoría de ellos no. Estos sitios son muy utilizados por marcas reconocidas y tienen muchas ofertas como bebidas, alimentos, productos de higiene personal, entre otros.

- **Páginas Web de Contenido**

El contenido es el principal producto de estas páginas, que se administran mediante motores de búsqueda, y todo lo que conlleve con publicidad y noticias. Este tipo de páginas generan ingresos de múltiples maneras pero la principal es la publicidad.

- **Redes Sociales y blogs**

Estas plataformas web están dirigidas a la interacción y el intercambio de información. El ejemplo más notorio es Facebook que tiene millones de usuario que interactúan entre sí y es una herramienta que también sirve para vender y emprender negocios.

2.2.2 Tipos de páginas web

En su artículo web Menéndez (2012) clasifica los tipos de páginas web de la siguiente manera:

- **Página Web Estática**

Estos sitios web se caracterizan por estar dirigidas principalmente a mostrar solo información donde el usuario no puede interactuar más allá de la información que se muestra.

- **Página Web Dinámica**

Las páginas web dinámicas estas orientadas a interactuar dentro del mismo sitio web donde el usuario puede hacer uso distintas aplicaciones como son compras en línea, foros, reservas y diferentes tipos de atención personalizada.

2.3 Conceptualización

En el presente trabajo se utilizaron los siguientes conceptos:

2.4 Retícula para Diseño Web

“La página web debe estar construida sobre una retícula. La retícula está compuesta por una serie de guías que delimitan las dimensiones de las columnas sobre las que compondremos nuestros textos, gráficos o imágenes”. (Götz, 2002, pág. 17)

Todo diseño ya sea web o editorial debe estar compuesto bajo el uso de una retícula la cual nos ayudara a establecer los elementos que vayamos a usar.

2.5 Estructura de navegación

“La estructura de navegación para un sitio web viene definida por la experiencia de navegación del visitante en virtud de la cual puede saltar de una página a otra dentro del sitio web utilizando el sistema de hipervínculos”. (Prieto, 2010, pág. 20)

2.5.1 Clasificación de estructuras de navegación

Según Prieto (2010) clasifica las estructuras de navegación de la siguiente manera:

- **Estructura jerárquica**

Se basa en la navegación por niveles donde existe una página principal la cual ayuda a navegar a los siguientes niveles y así sucesivamente. No es recomendable pasar de 4 niveles para que no exista dificultad en la navegación.

- **Estructura lineal**

Esta estructura ayuda al usuario a ir hacia adelante o hacia atrás sin dificultad alguna esta navegación se usa al seguir una guía.

- **Estructura lineal con jerarquía.**

Es un sitio web creado para tener ventajas sobre ambas estructuras la cual nos ayuda a crear páginas y subpáginas de manera jerárquica también haciendo que se pueda navegar de forma lineal sobre los contenidos del sitio web.

- **Estructura Red**

Desde la página principal se puede navegar a cualquier página o subpágina sin ningún orden. Si no tiene una estructura clara desorienta al usuario por lo cual no es muy aconsejable la creación de estos sitios web si no se tiene clara su estructura.

2.6 Proceso de un sitio web

Según Fran Moreno, (2012) en su artículo de Diseño y Desarrollo web, define de esta manera el proceso para la creación de un sitio web:

- **Definición del proyecto:** Es el punto más importante con el que se establece desde el inicio parámetros y estudios que nos ayuden a ver las ventajas del proyecto a realizar estudiando cada una de ellas.
- **Diseño y maquetación:** El diseño es tan importante como la definición del proyecto. Es plasmar el estudio realizado, detallando todos los aspectos que el usuario va a ver desde la tipografía hasta los colores y los modelos y estructuras de navegación que va a tener el portal web.
- **Test:** Realizar un examen exhaustivo de la funcionalidad del sitio web en los distintos navegadores desde lo más pequeño hacia los más grande.
- **Publicación:** Debemos estar a la vanguardia para solucionar los problemas que vendrán al momento de publicar el sitio web. Debemos tener los medios y el conocimiento necesario para resolverlos adecuadamente.

2.7 Empresas y la Web

Según la página web Tendencias digitales (2011) menciona que las principales ventajas de la promoción de empresas en la red se ven reflejado de la siguiente manera:

La ventaja de este tipo de promoción son la relación costo-efectividad 56%, la interactividad 54% y la segmentación de la audiencia 52%. Cuando se habla de la utilización de las redes sociales, 55% de las empresas asegura que ha colocado su perfil corporativo en algún sitio de este tipo, explican que lo hacen como forma de reforzar su posicionamiento; sin embargo, para las empresas grandes las redes sociales son la forma de mantener contacto directo con sus clientes. Estos datos forman parte de un estudio realizado por Tendencias Digitales para la Revista Bussines Venezuela sobre las empresas y redes sociales, con una muestra de 210 organizaciones nacionales, los resultados fueron publicados en su edición del mes de marzo que ya está disponible para su compra

Analizando el concepto las empresas han visto como una ventaja vincular sus negocios con la red para así promocionar sus negocios y hacer más fácil la interacción con sus clientes segmentando su grupo objetivo y teniendo de gran aliado las redes sociales ya que es un medio de difusión masiva.

2.8 Web 2.0

En la revista digital de planeta web 2.0 los autores Romaní & Pardo Kuklinski, (2007) Indican que la participación de los usuarios alrededor del concepto Web 2.0 gira una serie de términos que retroalimentan su evolución. La web 2.0 tiene como función la interacción con las redes sociales, los blogs, noticias, RSS, teniendo como objetivo el uso de la información entre usuarios.

2.9 Social Media Marketing

El artículo de la página web territorio creativo el autor Polo (2009) afirma que “es una nueva función corporativa que evalúa el impacto de los medios sociales para una empresa en particular, y los introduce conforme a dicha evaluación, en las componentes de la estrategia corporativa que tocan el marketing, como son la publicidad, la comunicación, el desarrollo de producto e investigación de mercado, y la atención al cliente y la fidelización”.

2.10 Social Media Optimization

En el artículo de la página web de principiantes en Social Media su autor Gudo Sanchez (2013) afirma que el objetivo del SMO (Social Media Optimization) es:

Es lograr tráfico cualificado, lograr recomendaciones de usuarios y generar Buzz Marketing para estimular las ventas y ayudar a realizar predicciones a la empresa. Gestionarlo todo conociendo bien el producto y con todas las herramientas que tenga a su alcance. Analizando esto nos ayuda a que la interacción con los clientes sea más enlazada y sea ilimitada que se sepa más sobre las opiniones y preguntas que tengan sobre la empresa y la contestación sea de manera inmediata.

2.11 Beneficios de Social Media como estrategia de marketing para la empresa

El autor Rodriguez (2014) en su presentación copy of social media menciona que los beneficios de Social Media serían mostrados de la siguiente manera:

Un estudio arrojó que el 94% de las empresas usan Social Media para sus campañas de marketing online según indica el informe Social Media Marketing Industry Report de 2012 que el 83% opina que el social media es una herramienta vital para su negocio y así beneficiar a su marca con el tiempo con una buena estrategia de social media.

2.12 Marketing 2.0

En el artículo de la revista digital *iníciate en el marketing 2.0* los autores Cortes & Burgos (2009) menciona que “El marketing 2.0 constituye un proceso de planificación para la promoción de bienes y servicios a través de las redes sociales, en términos de establecer y gestionar relaciones entre clientes, sobre plataformas o soportes electrónicos”.

En conclusión el objetivo del marketing 2.0 es tener una relación unilateral con nuestros clientes, saber y satisfacer las necesidades llevándolo a una solución a diferencia al marketing tradicional, el marketing 2.0 se preocupa más sobre lo que quiere y aspira el cliente involucrando otras estrategias como ya hemos mencionado el social media y todas las estrategias de marketing llevadas a la red.

2.13 Inbound Marketing

Barragan (2012) en su artículo web menciona que “El Inbound marketing es una estrategia para atraer clientes basada en la creación de contenidos de interés”.

Las redes sociales, los blogs, las landing pages, los vídeos o el uso de palabras clave son herramientas que nos permiten crear contenidos de calidad mediante los cuales se pueden atraer a los usuarios.

2.13.1 Inbound Marketing para las PYME (Pequeñas y Medianas empresas)

Pymeran en su entrevista a Barragan (2012) afirma que “El Inbound marketing es eficaz a muchos niveles. Es más, las pymes pueden obtener excelentes resultados si se lleva a cabo una buena estrategia de Inbound marketing”. Sin embargo, este es un trabajo debe ser realizado de la mano de especialistas en el sector.

2.14 SEO (Search Engine Marketing)

En el sitio web Camps (2011) concluye que:

SEO (Search Engine Optimization) que significa Optimización para Motores de Búsqueda, se le conoce como Posicionamiento Web. El SEO en cortas palabras se encarga de las técnicas de optimización de los contenidos y código de las portales web el objetivo es posicionar los portales web con determinadas palabras claves que se realizan mediante estudios.

2.14.1 Ventajas del SEO

En su artículo web Teresa (2015) menciona que las ventajas del SEO son las siguientes:

- **Atrae tráfico cualificado:** El sitio web debe responder a las consultas necesitadas por los usuarios que la visitan y así es probable que se convierta en un suscriptor o lo que sea que busque.
- **La inversión es fija:** En la difusión inicial el SEO es importante pero con el tiempo la creación de contenidos será una herramienta muy importante para crear tráfico al sitio web.
- **La rentabilidad es alta:** No es necesario pagar para estar en los primeros lugares en los buscadores de google, realizando una adecuada estrategia de marketing se puede llegar muy lejos.

2.14.2 Acciones de marketing con SEO

En la revista de Consultora de comunicación digital (2012) menciona que las aplicaciones de técnicas SEO aporta lo siguiente:

- Aumento del número de visitantes que están buscando tu servicio o producto.
- Mayor número de conversiones.
- Reputación online.
- Incremento de ganancias.
- Ahorro de dinero en campañas de marketing y publicidad tradicional.
- Promoción sin descanso.
- Carga de la página web más rápida y eficiente.
- Usabilidad.
- Compatibilidad con todos los navegadores.

2.15 SEM (Search Engine Marketing)

En su sitio web Camps (2011) Concluye que:

SEM (Search Engine Marketing) que significa Marketing en Motores de Búsqueda, SEM es todo lo que tiene que ver con publicidad mediante pago o pago por click o a través de herramientas como google AdWord los anuncios pagados se ven a la derecha de los buscadores los cuales pagan por publicidad para que de esa manera se pueda obtener tráfico hacia su sitio web.

2.16 Google AdWord

El manual de Google (2014) menciona que “AdWords es el programa publicitario de Google. Permite crear anuncios sencillos y eficaces para mostrarlos a usuarios que buscan en Internet información relacionada con su empresa”.

La búsqueda de palabras claves mediante AdWords nos permite seleccionar palabras clave que ayuden a la hora de buscar nuestro sitio web en los buscadores.

2.17 Google Analytics

El sitio web Tendencias digitales (2011) Menciona:

Que analítica web ayuda con información sobre el tráfico del sitio web y las ventajas del plan de marketing esta herramienta se puede utilizar con cualquier tipo de organización ya sea pequeña o grande es una de las herramientas más usadas al momento de crear una estrategia de marketing online.

2.18 Metodología

La metodología se planteó desde los momentos de Carlos Sabino proyectivo, metodológico, técnico y de síntesis.

Momento Proyectivo: Se definió el problema y los ejes a investigar se trazó la necesidad de conocer la situación actual del taller y se planteó la creación de un sitio web que ayude como herramienta de comunicación.

Momento Metodológico: Se aplicó el método cuantitativa el cual busca datos sobre la necesidad planteada del taller y ayudara ampliar el panorama sobre la interacción que tendrán los usuarios dentro del sitio web y los servicios que brinda. También se planteó el método cualitativa para obtener información importante de como ayuda el crear un sitio web y posicionarlo en el mercado.

Momento Técnico: Para este proyecto se realizó encuestas y entrevistas para tener un panorama claro de los eventos que se necesitaban implementar o cambiar en el proyecto.

2.19 Técnicas de metodología

La técnica que se usó para el diagnóstico del presente proyecto fue la encuesta, la cual se realizó al grupo objetivo teniendo en cuenta que como la población no es grande se realizó la encuesta a todos los clientes del taller de artesanías Locuras Country.

Se utilizó además la técnica de las entrevistas que se aplicó al diseñador web y a la propietaria del taller de artesanías Locuras Country. Esto permitió conocer datos que ayudaron al desarrollo del proyecto.

2.20 Encuestas y análisis

El siguiente instrumento tiene como finalidad conocer la viabilidad sobre las preguntas a los encuestados y analizar las diferentes opciones que ayudaron en el proceso del proyecto.

Aquí se detalla el modelo de la encuesta y la interpretación de cada una de las preguntas realizadas.



Encuesta N-001

Objetivo

La encuesta propone conocer un interés sobre diferentes opiniones que permitirán mejorar la proyección del trabajo de titulación.

- 1. ¿Por qué medio conoció la empresa?**
 - Redes sociales
 - Teléfono
 - e-mail
 - Por personas
- 2. Al conocer la empresa. ¿Cuanta información obtuvo de la misma?**
 - Mucho
 - Poco
 - Ninguna
- 3. ¿Por qué medio preferiría ponerse en contacto con el taller?**
 - Teléfono
 - E-mail
 - Redes Sociales
 - Chat
- 4. ¿Por qué medio piensa que la empresa debe ser promocionada?**

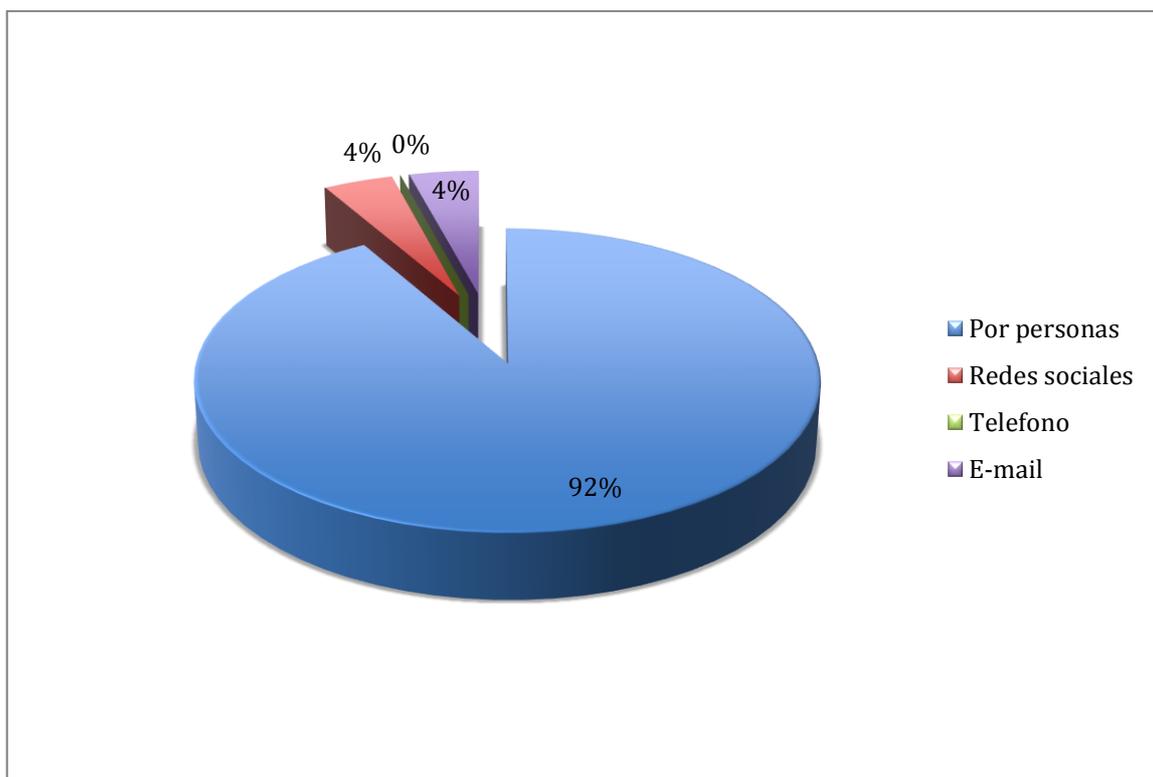
- Redes Sociales
 - Página Web
 - E-mail
 - Blogs
 - Todas las anteriores
5. **¿Le parecería adecuado implementar una página web a la empresa?**
- Sí
 - No
6. **¿Por qué sería importante la idea de diseñar una página web para el taller de artesanías Locuras Country?**
7. **¿Qué estrategias de marketing recomendaría usted al taller de artesanías Locuras Country?**

2.21 Análisis de los resultados de la encuesta y entrevistas

- **Pregunta 1**

¿Por qué medio conoció la empresa?

- Redes sociales
- Teléfono
- e-mail
- Por personas



Gráfica 1: Resultado Pregunta 1

Fuente: Investigador

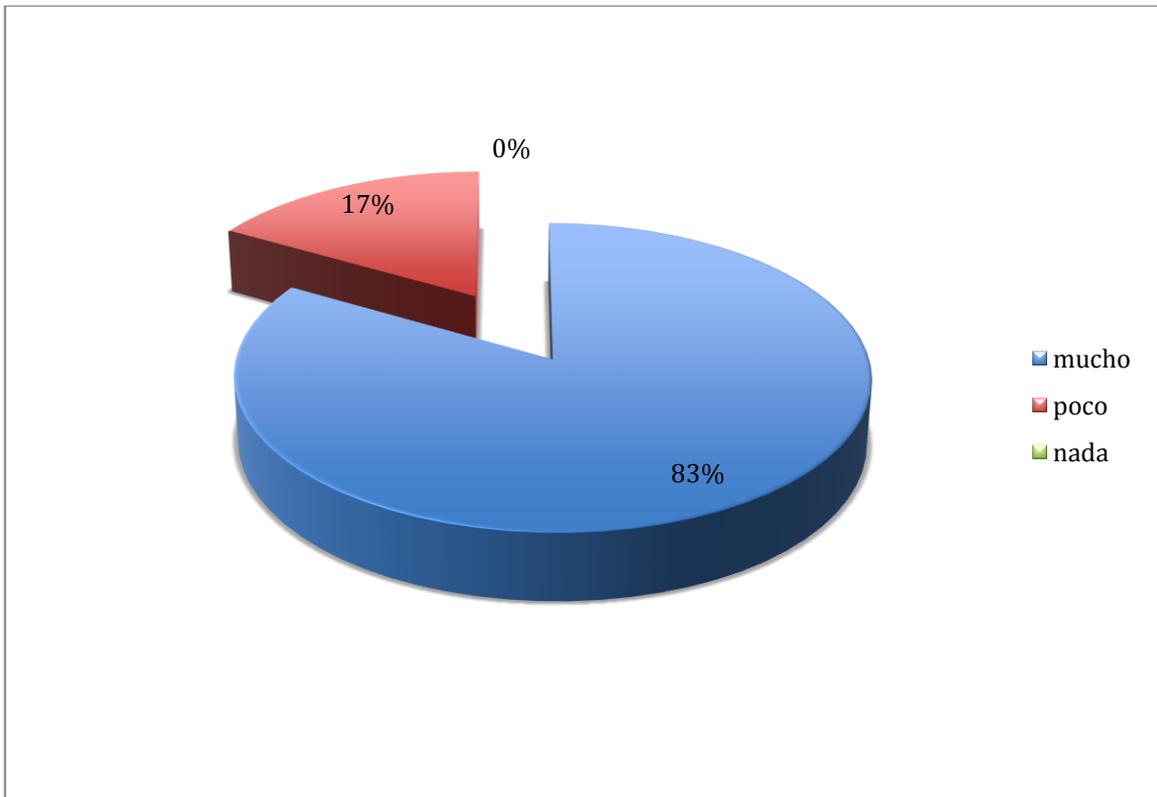
Análisis e Interpretación

El resultado expresa que el taller de artesanías Locuras Country se dio a conocer por la difusión de los clientes con el 92% de los encuestados, mientras que el 4% conoció el taller por medio del fanpage el 4% conoció el taller vía e-mail y con el 0% que nunca se dio a conocer por teléfono.

- **Pregunta 2**

Al conocer la empresa. ¿Cuanta información obtuvo de la misma?

- Mucho
- Poco
- Nada



Gráfica 2: Resultado Pregunta 2

Fuente: Investigador

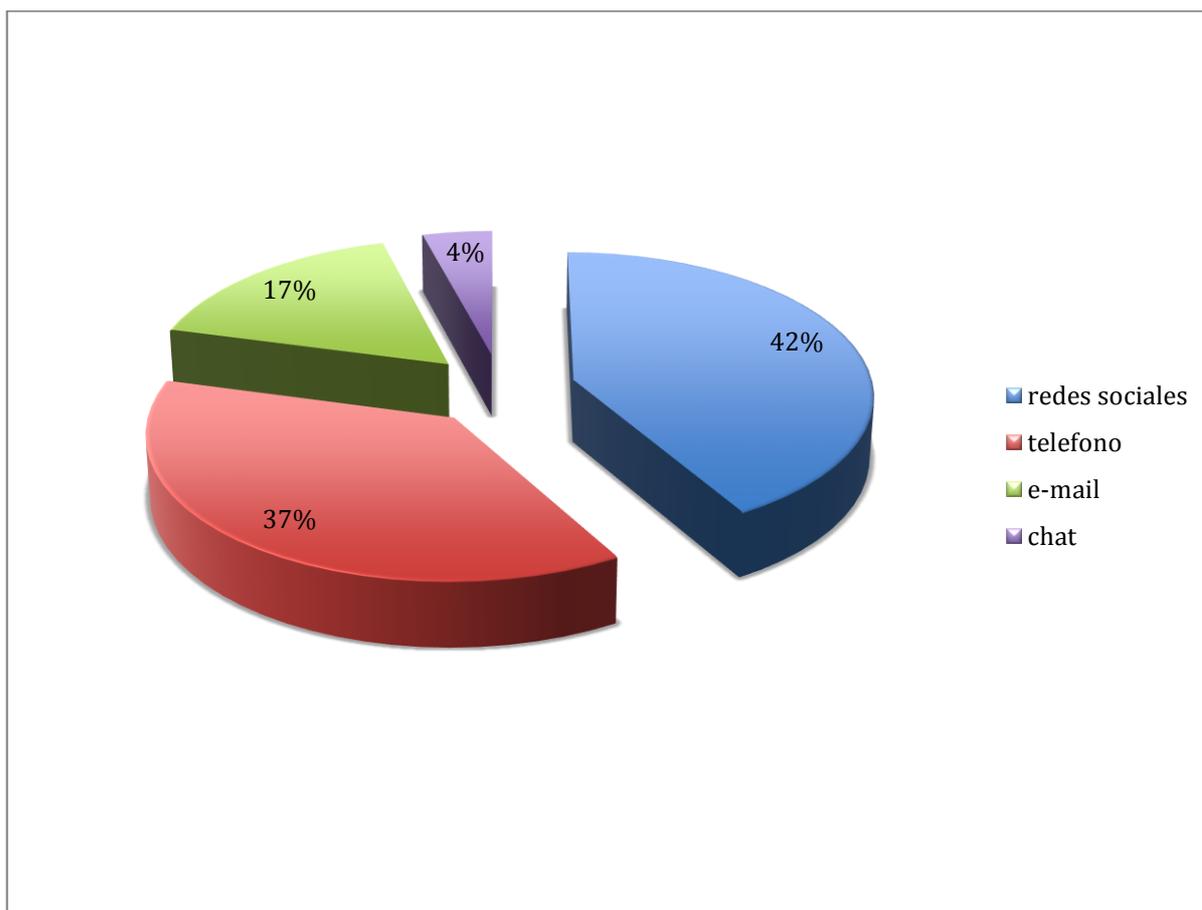
Análisis e Interpretación

El resultado refleja que las personas tienen claro cuáles son los productos y servicios que realiza el taller de artesanías Locuras Country con el 83% mientras el 17% tiene poco conocimiento de las actividades del taller.

Pregunta 3

¿Por qué medio preferiría en ponerse en contacto con nosotros?

- Teléfono
- E-mail
- Redes Sociales
- Chat



Gráfica 3: Resultado pregunta 3

Fuente: Investigador

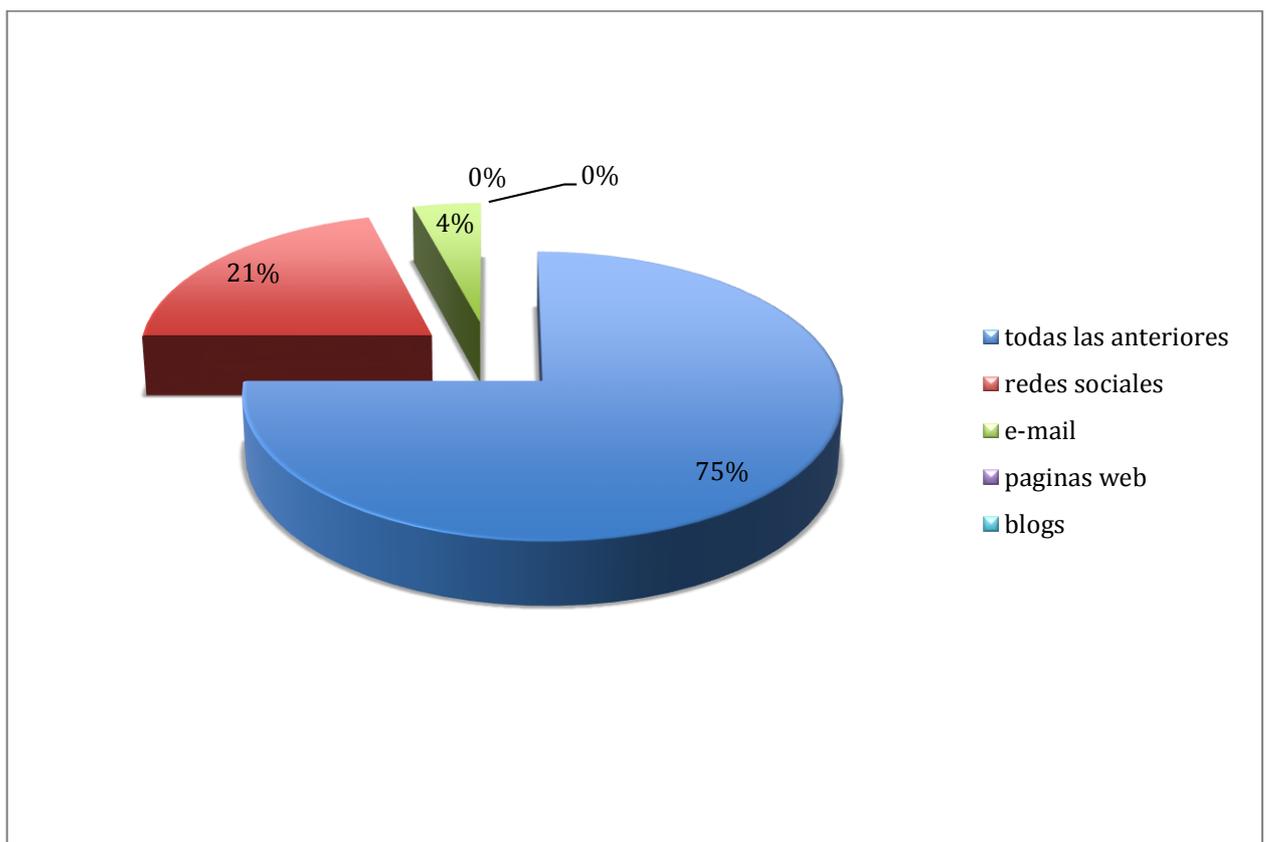
Análisis e Interpretación

Obteniendo los resultados muestra que los encuestados preferirían ponerse en contacto con el taller de artesanías Locuras Country por medio de las redes sociales con el 42%, mientras que con el 37% preferirán hacerlo por teléfono, otro grupo sugiere que les gustaría contactarse vía e-mail con el 17% y en su minoría con el 4% mediante chat.

Pregunta 4

¿Por qué medio piensa que la empresa debe ser promocionada?

- Redes Sociales
- Página Web
- E-mail
- Blogs
- Todas las anteriores



Gráfica 4: Resultado pregunta 4

Fuente: Investigador

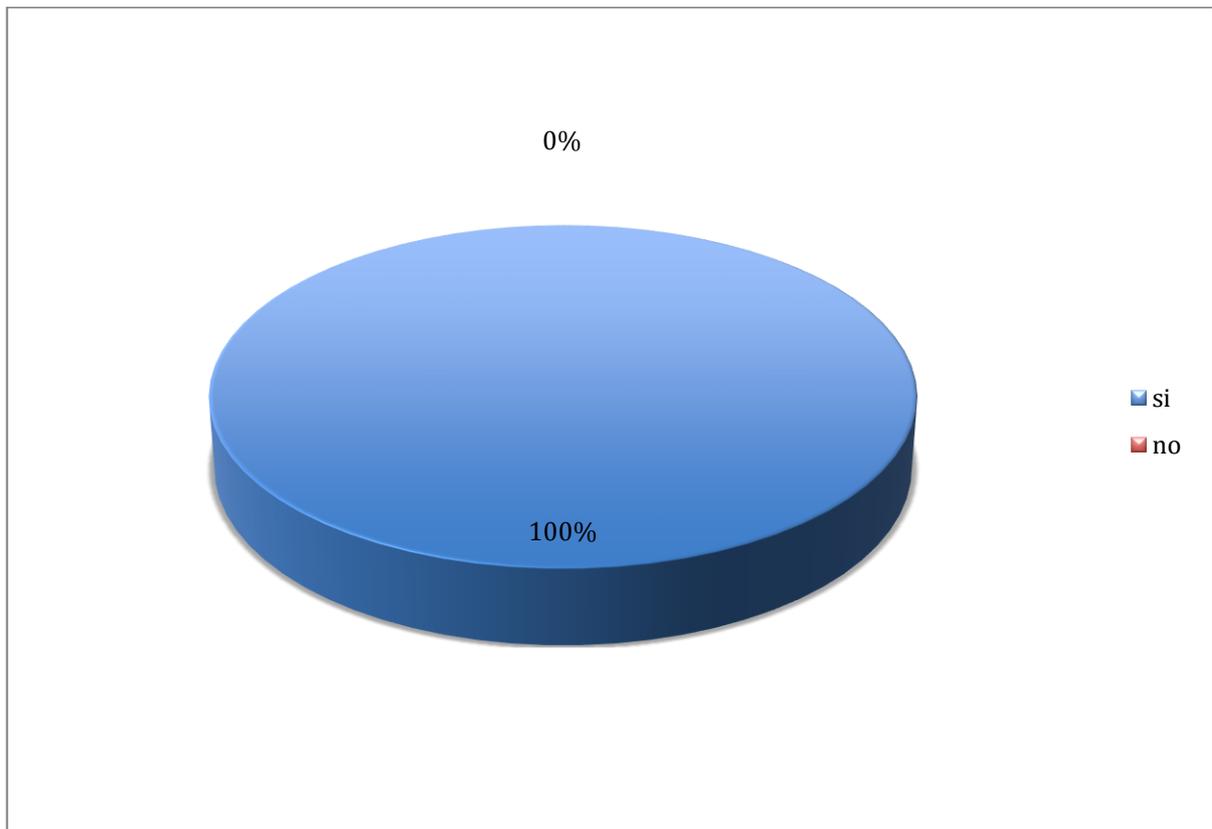
Análisis e Interpretación

Las personas encuestadas opinan que se debería promocionar el taller con todas las opciones dadas en la encuesta.

Pregunta 5

Le parecería adecuado implementar una página web a la empresa.

- Si
- No



Gráfica 5: Resultado pregunta 5

Fuente: Investigador

Análisis e Interpretación

Las personas están de acuerdo que sería conveniente la creación de un portal web para el taller de artesanías Locuras Country.

Pregunta 6

¿Por qué sería importante la idea de diseñar una página web para el taller de artesanías Locuras Country?

Las personas mencionan lo importante que sería tener un sitio web para el taller de artesanías, ya que sería un medio en el cual se podría obtener información de todo lo que relacionado con el taller siendo más accesible la información. Nos encontramos en una era digital donde podemos encontrar muchas cosas al alcance de la mano es por esta razón que es importante la implementación y además poder difundir y expandir el taller en medios online.

Pregunta 7

¿Qué estrategias de marketing recomendaría usted al taller de artesanías Locuras Country?

Las personas desconocen sobre estrategias de marketing que ayudarían a la difusión y crecimiento del taller de artesanías Locuras Country.

Análisis Modelo de entrevista que se realizó a Desarrollador Web



Entrevista 0001

Objetivo

Determinar por medio de la entrevista la creación de un portal web y las herramientas que eso conlleva y la aplicación de estrategias de marketing online.

1. ¿Cómo ayudaría un sitio web al crecimiento de una empresa?
2. ¿Qué es el posicionamiento Web?
3. ¿Qué estrategias de posicionamiento Web son recomendables para un sitio Web?
4. ¿Cómo ayudan las redes sociales para la estrategia de marketing?
5. ¿Qué herramientas externas nos podrían ayudar a tener un mejor posicionamiento?
6. ¿Que influye para el fracaso cuando se realiza una estrategia de marketing online?

Análisis e Interpretación de la entrevista

La entrevista se realizó al Ing. Oscar Osero él trabaja en el desarrollo de páginas web como también para dispositivos móviles y estrategias de marketing.

El comenta que para el desarrollo de un sitio web se debe tener una idea clara del portal que se quiera crear ya sea para ventas o simplemente informativo. Las empresas hoy en día invierten en lo que es la creación de un portal web pero muchas veces no lo suficiente y ahora es indispensable que cualquier tipo de empresa tenga su propio sitio web, existe infinidad de empresas que brindan estos servicios y ahora viene con la incremento de realizar estrategias de marketing online para dichas empresas.

Las redes sociales ayudan mucho a dar a conocer una empresa o microempresa el comenta que muchas veces se conoce más a la empresa por su fanpage que por su propio sitio web.

El fracaso es la falta de dedicación y de no haber tendido una idea clara al momento de querer realizarle, es por ese motivo que el posicionamiento web es un área compleja que dedica de mucho tiempo esfuerzo y conocimientos claros para que en verdad funcione. El posicionamiento web tarda en dar sus frutos pero si se hace una buena estrategia de marketing con un sitio web completamente funcional su rentabilidad va a ser muy buena

Análisis de entrevista que se realizó a propietario de Locuras Country



Entrevista 0002

Objetivo

Por medio de la entrevista se quiere establecer el criterio que tiene el propietario sobre el proyecto realizado en el taller de artesanías locuras country.

1. ¿Qué tiempo tiene la empresa locuras country en el mercado?
2. ¿Cree que es necesario implementar una página web a su negocio?
3. ¿Qué es lo que espera con la creación de la página web?
4. ¿Está usted de acuerdo en invertir para realizar estrategias de marketing a su empresa?

Análisis e Interpretación de la entrevista

La entrevista se realizó a la Sra. Liz Moya propietaria del taller de artesanías Locuras Country sobre el proyecto que se está realizando en el mismo.

La señora menciona que Locuras Country se encuentra en el mercado hace 11 años, los productos que ofertan son diseños en crudo, pintura para madera pintura en tela etc. Los productos que realiza el taller son de excelente calidad como mencionan el grupo objetivo en las encuestas realizadas, con ideas frescas y modelos mejorados tratan de

brindar el mejor beneficio y alternativa a sus clientes su misión es crear y satisfacer las necesidades de sus clientes que con el tiempo sea una marca líder en el mercado en el campo que ellos trabajan. Sus valores son ser amigables con el medio ambiente compromiso con sus clientes la honestidad y la transparencia.

Conclusiones del Diagnóstico

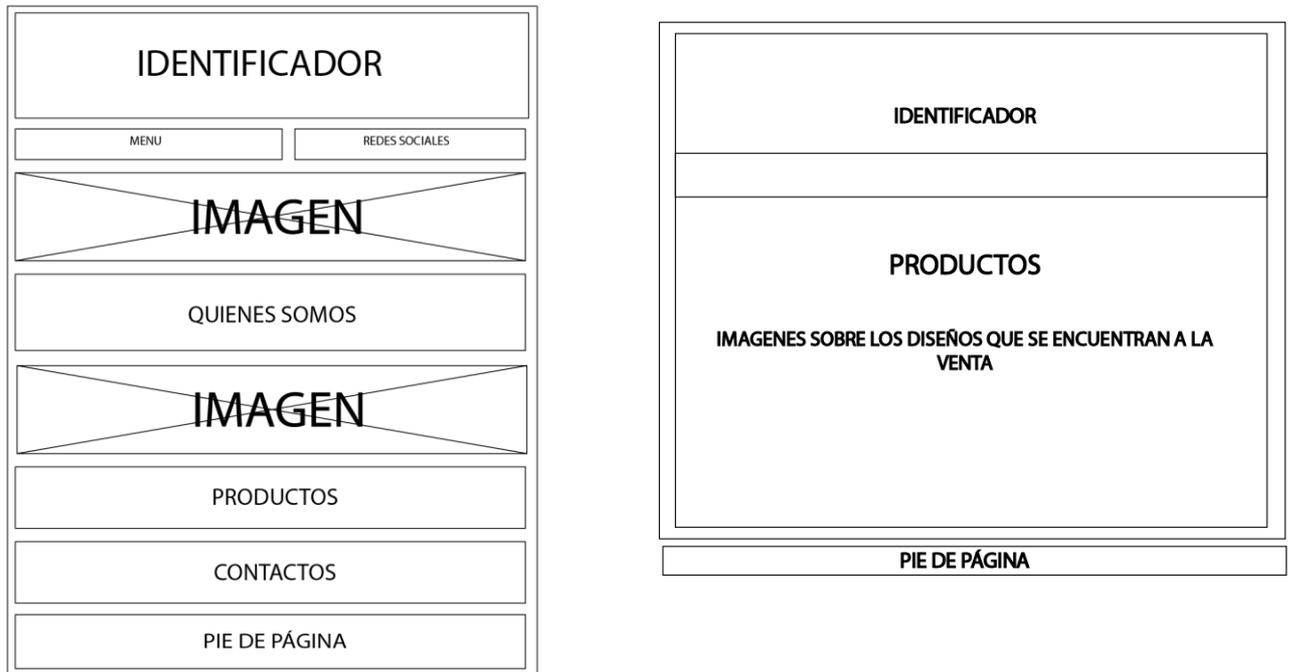
Se justificó mediante las encuestas y entrevistas que el taller se dio a conocer en su mayoría por sus clientes. Las opiniones de los encuestados ven como una buena opción la creación de un portal web para difundir su nombre y llegar a más personas que es lo que se espera proporcionando así más información de todo lo que conlleva al taller de artesanías Locuras Country de una manera más fácil. La entrevista al diseñador web expresa que es una herramienta importante la creación de un portal web porque así un pequeño taller puede llegar a obtener grandes beneficios de rentabilidad. Mediante estas encuestas y entrevistas se determinó que era real la necesidad del problema ya que ayudará a su propagación asumiendo que es un trabajo que necesita dedicación y tiempo para llegar a las metas planteadas que tiene el taller.

III Producto

3. Estructura del sitio web

Al elaborar un portal web se debe tener en cuenta cuál es el propósito, el contenido que se va a publicar y de cuantas pestañas va a estar conformado el sitio y que va a contener cada una de ellas.

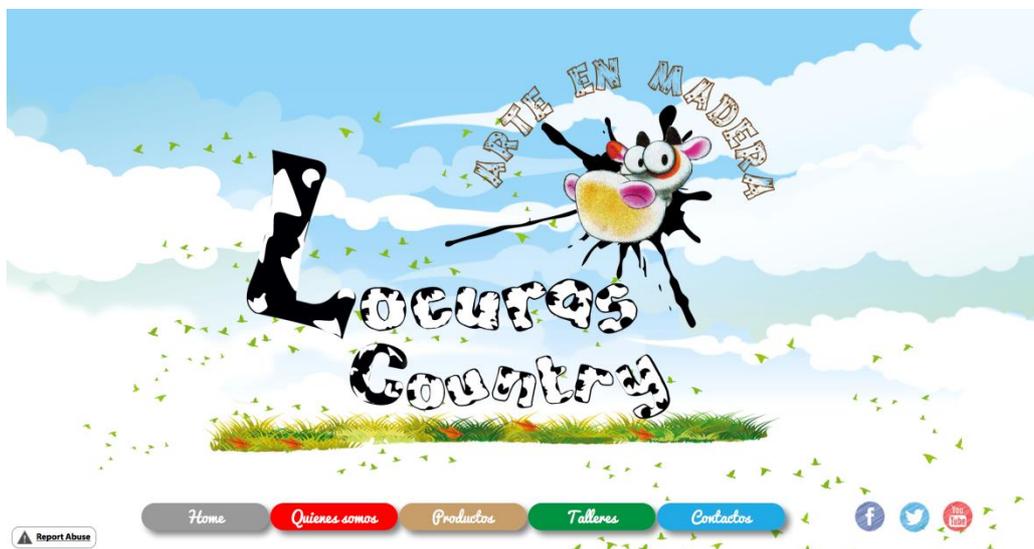
El sitio web se realizó en Adobe Muse que es un programa especializado en web, gran parte de la web se realizó en un solo lienzo que está conformada de la siguiente manera:



Gráfica 6: Estructura Web
Fuente: Investigador

El sitio web consta de 5 pestañas las cuales contienen información del taller de artesanías Locuras Country y sus productos. El sitio web está conformado de la siguiente manera.

- **Home o Bienvenidos**

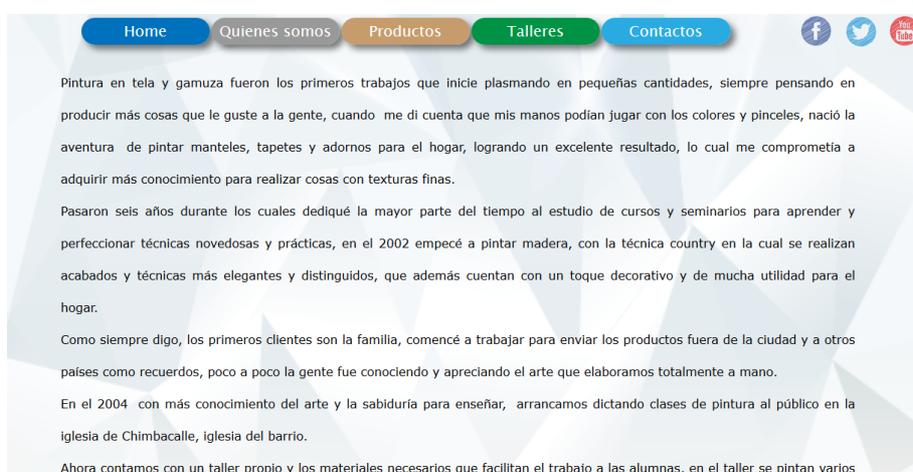


Gráfica 7: Home

Fuente: Investigador

Es la página principal que se muestra al momento de visitar el sitio de Locuras Country, ya que solo muestra el menú general con las pestañas que contiene el sitio web el identificador del taller como imagen de fondo y los iconos que vinculan el sitio web con las redes sociales.

- **Quienes somos**



Gráfica 8: Quienes Somos

Fuente: Investigador

Muestra información sobre la visión, misión, objetivos que tiene el taller de artesanías Locuras Country que se encuentra elaborado sobre el mismo lienzo del home el cual consta de 2 partes.



Gráfica 9: Quienes Somos

Fuente: Investigador

- **Productos**

Contiene la descripción de los artículos que se encuentran a la venta en el taller los cuales están divididos en categorías para un mejor servicio. Al visitar el sitio web la descripción de los artículos se encuentra hecha sobre el mismo lienzo del home y de quienes somos pero las categorías se abren en distintas pestañas.

El taller artesanal Locuras Country cuenta con una gama extensa de artesanías en Medium Density Fiberboard como son:

- accesorios de baño
- animes
- apliques de pared
- baby shower
- cerditos
- cocina
- dormitorios
- navideños
- nombres
- porta retratos
- sala
- vacas

Gráfica 10: Productos

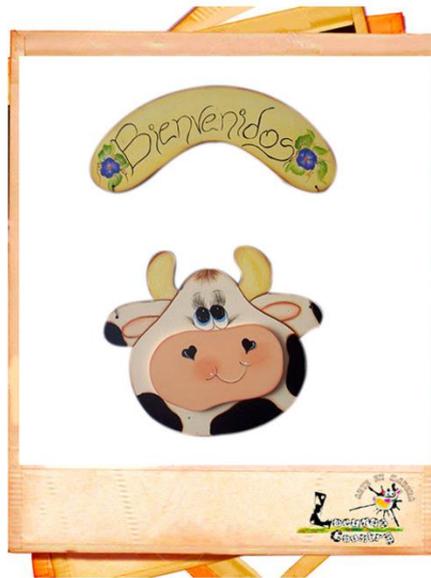
Fuente: Investigador

Las categorías se encuentran divididas de acuerdo a su aplicación esto resulta más fácil al momento de ver determinado diseño, al hacer click sobre una imagen, el diseño hace zoom.



Gráfica 11: Galería de imágenes

Fuente: Investigador



Gráfica 12: Visor de imágenes

Fuente: Investigador

- **Talleres**

Se encuentra elaborada en otra pestaña la cual solo va a servir para subir videos tutoriales sobre elaboración de diseños y sobre talleres de pintura o información de venta sobre diseños.

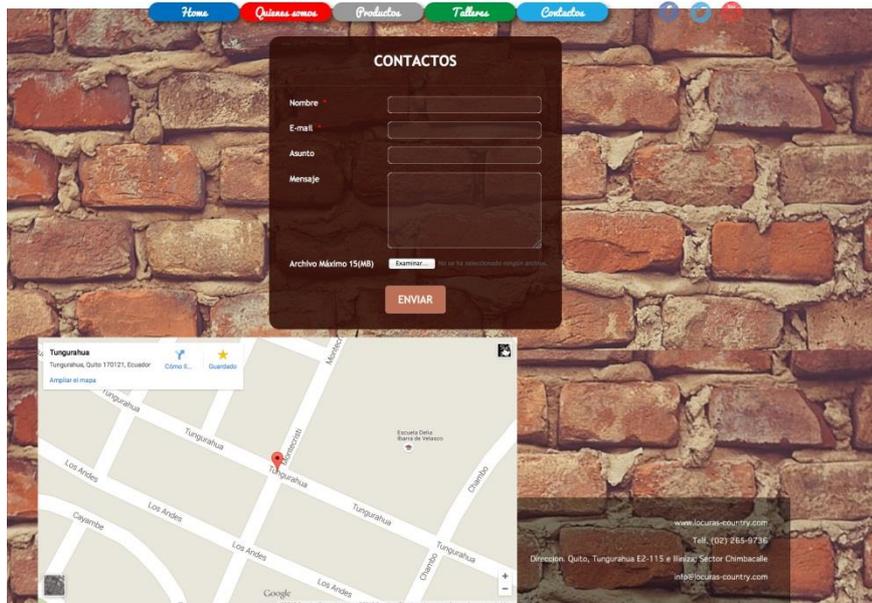


Gráfica 13: Talleres

Fuente: Investigador

- **Contactos**

Esta elaborada sobre el mismo lienzo del home, se encuentra en la parte inferior del sitio web el cual posee un formulario de contactos para manifestarse sobre cualquier tema o sugerencia. También posee los teléfonos de contacto la dirección de correos electrónicos y un mapa de ubicación donde se encuentra el taller de artesanías Locuras Country.



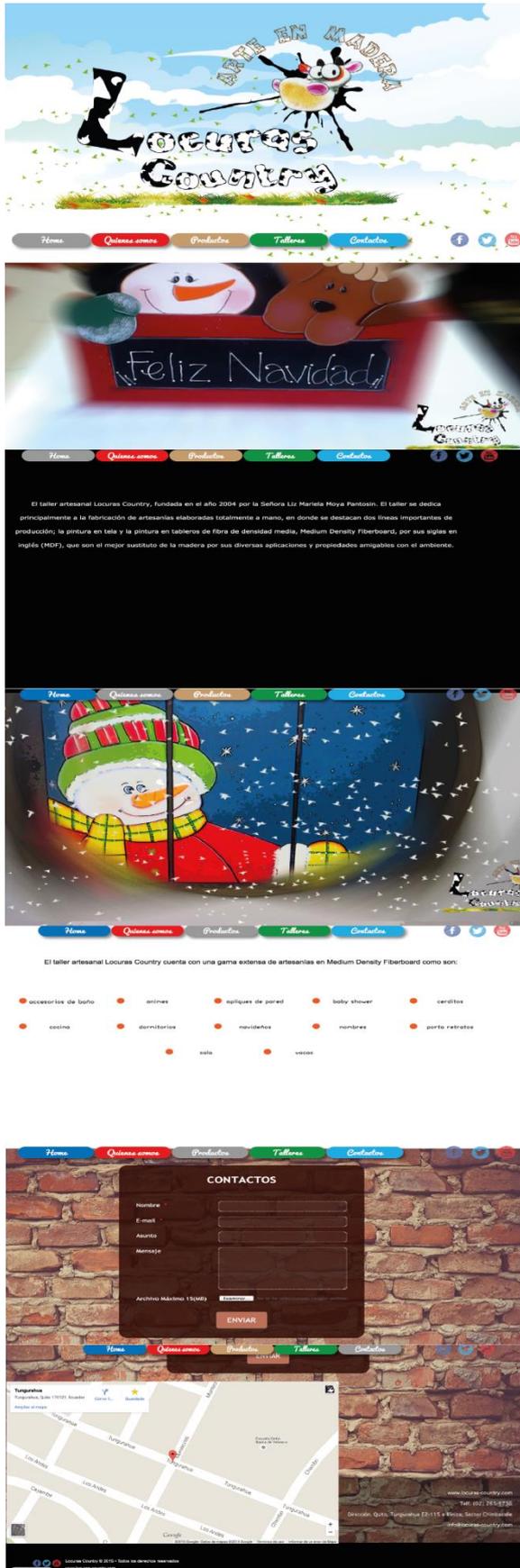
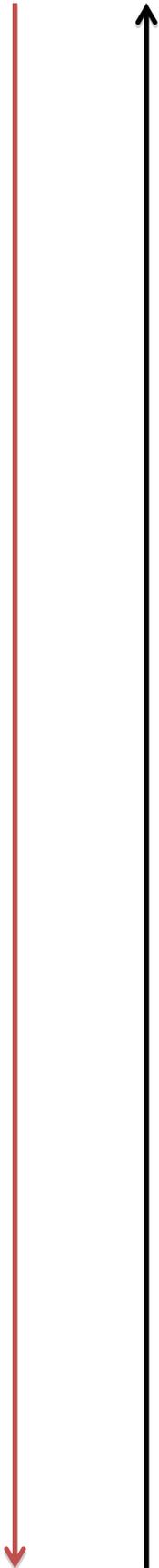
Gráfica 14: Contactos

Fuente: Investigador

3.1 Estructura de navegación

La estructura de navegación es la forma en la cual se va a interactuar en un sitio web como se realizaría la interacción de una pestaña a otra, la estructura de navegación que se estableció fue la lineal y vertical ya que recorreré el sitio web desde el inicio hasta el final verticalmente. Al hacer clic sobre los botones de menú se dirige automáticamente a la parte deseada que se encuentra sobre el mismo lienzo esto se le conoce como anclaje ya que al hacer el click sobre un botón del menú la página recorre automáticamente al lugar configurado en el lienzo, solo el botón de talleres y productos se mostrará en otras pestañas los cuales albergaran los diseños y los talleres que se realiza haciendo que la navegación sea fácil y fluida.

El lienzo del home como se puede apreciar en la imagen es la forma en como está formada la web hecha sobre un mismo lienzo donde se muestra la información de los botones QUIENES SOMOS, PRODUCTOS y CONTACTOS.



Gráfica 15: Página Completa

Fuente: Investigador

Al hacer click sobre la descripción de los botones nos llevan a pestañas distintas donde se muestra los artículos que contiene cada una de ellas como se ve en las imágenes.



Gráfica 16: Estructura de Navegación

Fuente: Investigador

3.2 Uso de la cromática para el sitio web

Los colores que se eligieron para el sitio web fueron establecidos acorde al identificador de Locuras Country. En la primera parte del sitio solo se muestra el identificador que ocupa todo la parte superior del botón home no se estableció ningún color ya que el fondo ocupa en su totalidad el lienzo en el que se encuentra establecido el sitio web.

En el segundo botón que es QUIENES SOMOS se utilizó un fondo negro para que resalte los colores que se estableció para la misión, visión, valores y objetivos se tomó el color azul, rojo, amarillo y naranja. Se usó esos colores mediante psicología del color dando a entender el significado que tiene cada uno de ellos. El tercer botón PRODUCTOS se estableció colocar un fondo blanco como base para una tipografía negra que haciendo rollover sobre cada una de ellas. Cambia a color cian, mostrando las imágenes de los productos en un fondo negro con opacidad al 40% en contactos se colocó una imagen de fondo.

3.3 Uso de la tipografía en el sitio web

La tipografía que se usó para el contenido de información como también para los menús que contiene la página son:

- Kaushan Script esta tipografía se usó para el menú principal y para los distintos botones que cuenta el sitio web.

*ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnop
qrstuvwxyz
0123456789*

Gráfica 17: Tipografía para Menú

Fuente: Investigador

- Open-Sans esta tipografía se usó para la información que contiene el sitio web es una tipografía limpia fácil de leer.

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
0123456789
!@#\$%^&*()

Gráfica 18: Tipografía para texto informativo

Fuente: Investigador

3.4 Elaboración del sitio web

Se estableció que el sitio web conste con un menú general de 5 pestañas las cuales cuentan con información y servicios que realiza el taller de artesanías Locuras Country.

- **Estado activo**

Los botones tienen distintos colores que se establecieron mediante psicología del color.



Gráfica 19: Estado activo

Fuente: Investigador

- **Estado Rollover**

Los botones en estado activo cambian a blanco con tipografía negra al instante de pasar sobre ellos.



Gráfica 20: Estado Rollover

Fuente: Investigador

- **Estado Click**

Al presionar el botón o estar en la pestaña seleccionada cambia la tipografía a negra sobre un fondo gris.



Gráfica 21: Estado Click

Fuente: Investigador

3.5 Contenido de pestañas de navegación

El botón home consta solo de la imagen del identificador de Locuras Country, las dimensiones del botón son 267 px y de altura 413 px.



Gráfica 22: Botón Home

Fuente: Investigador

El botón Quienes Somos se encuentra dividido en 2 partes la primera contiene información sobre el taller y la segunda la misión, la visión, valores y objetivos que se visualiza al pasar sobre ellos en estado rollover.

Al hacer con el scroll hacia abajo el sitio web se mueve de manera horizontal para desplegar la misión, visión, objetivos y valores.



Gráfica 23: Botón Quienes Somos

Fuente: Investigador

El tercer botón cuenta con 12 categorías cada botón está vinculado a otra pestaña en donde se exhibirán los diseños con que cuenta el taller.

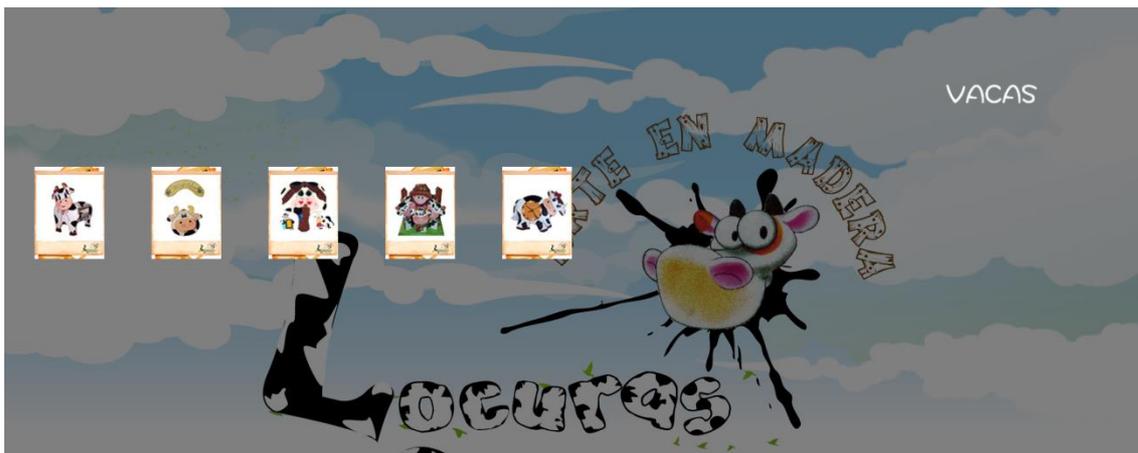


El taller artesanal Locuras Country cuenta con una gama extensa de artesanías en Medium Density Fiberboard como son:

- accesorios de baño
- apliques de pared
- baby shower
- cerditos
- cocina
- dormitorios
- navideños
- nombres
- porta retratos
- sala
- vacas

Gráfica 24: Botón Productos

Fuente: Investigador



Gráfica 25: Categoría Vacas

Fuente: Investigador

El quinto botón Contactos se creó un formulario externo en Jotform introduciendo su código HTML. En el sitio web se ubicó un widget de Google Maps que viene por defecto en adobe muse se puso la información y los correos electrónicos creados en Interdec.

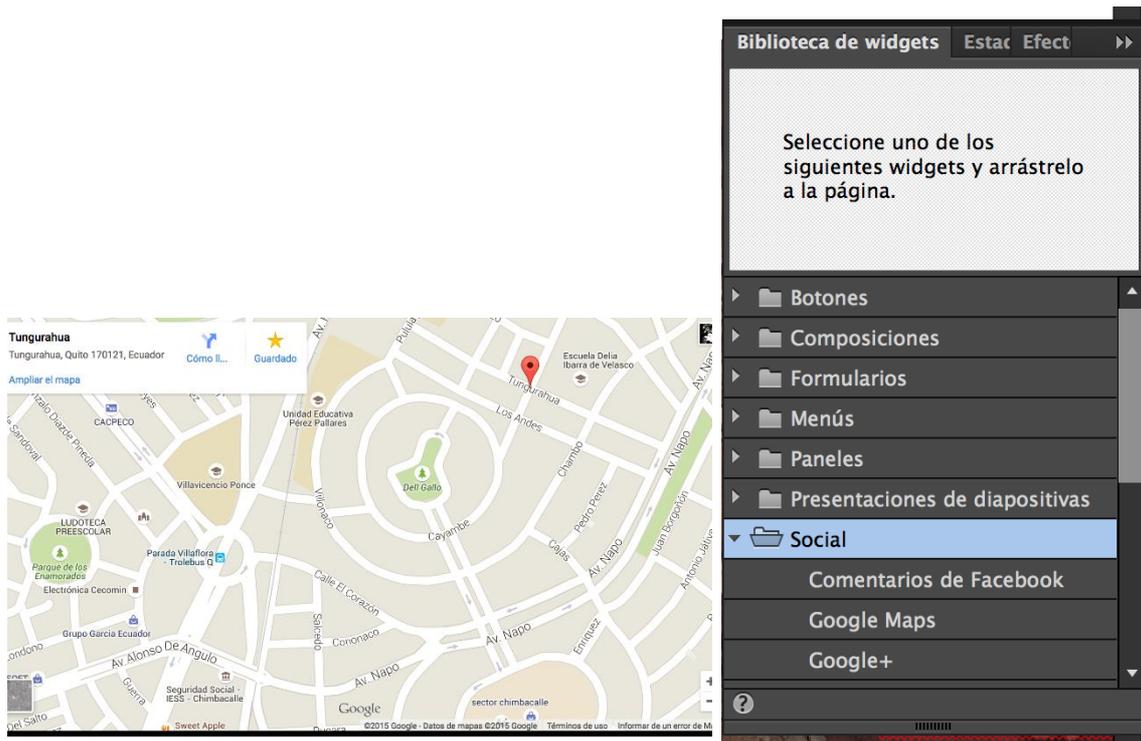


Gráfica 26: Creación de formulario en JotForm
Fuente: JotForm



Gráfica 27: Formulario contactos de página web

Fuente: Investigador



Gráfica 28: Mapa de ubicación

Fuente: Google Maps

3.6 Estrategias para el Posicionamiento web

La estrategia de posicionamiento es un proceso mediante el cual se desarrolla estrategias que tiene como objetivo posicionar un sitio web de una marca bien o servicio, mediante parámetros que nos ayuden a posicionar dicho sitio web y así raquearlo en los motores de búsqueda y aumentar la rentabilidad de la misma. Se estableció aplicar las siguientes herramientas que ayuden en el desarrollo de este proyecto con la creación del portal web y su posicionamiento.

3.7 Matriz de mercado

Con la ayuda de la herramienta de Google AdWords se estableció una matriz de mercado la cual ayudó a verificar cuales son las palabras claves que se pueden usar. En esta matriz lo que se espera verificar es que la búsqueda mensual sea alta pero que la competencia sea baja y así ver cuáles son las palabras más usadas a la hora de buscar algo relacionado con lo que oferta el taller y optar por las mejores opciones.

PALABRA CLAVE	PRO. BÚSQUEDA MENSUAL	COMPETENCIA	OFERTA SUGERIDA
Decoración en madera	14.640	Baja	0,44
Decoración infantil	28.930	Baja	0,47
Manualidades con madera	9.610	Baja	0,31
Técnicas De Pintura	12.640	Baja	0,51
Pintura En Madera	11.270	Baja	0,28
Manualidades para el hogar	14.050	Baja	0,10
Regalos en madera	3.610	Baja	0,33
Figuras en madera	2.280	Baja	0,04
Pintura decorativa	4.940	Baja	0,33
Madera Tallada	10.150	Baja	0,14
Trabajos en madera	2.570	Baja	0,19
Artesanía country	27.180	Baja	0,07
Artesanos	4.400	Baja	0,69
Madera country	1.090	Baja	0,02
Country en madera	3.890	Baja	0,10
Figuras De Madera	2.320	Baja	0,09
Arte Country	4.880	Baja	0,07
Madera Decoradas	5.470	Baja	0,29
Pintura Country	5.590	Baja	0,11
Pintura para madera	3.600	Baja	0,36

Tabla 1: Matriz de Mercado

Fuente: Google Adwords

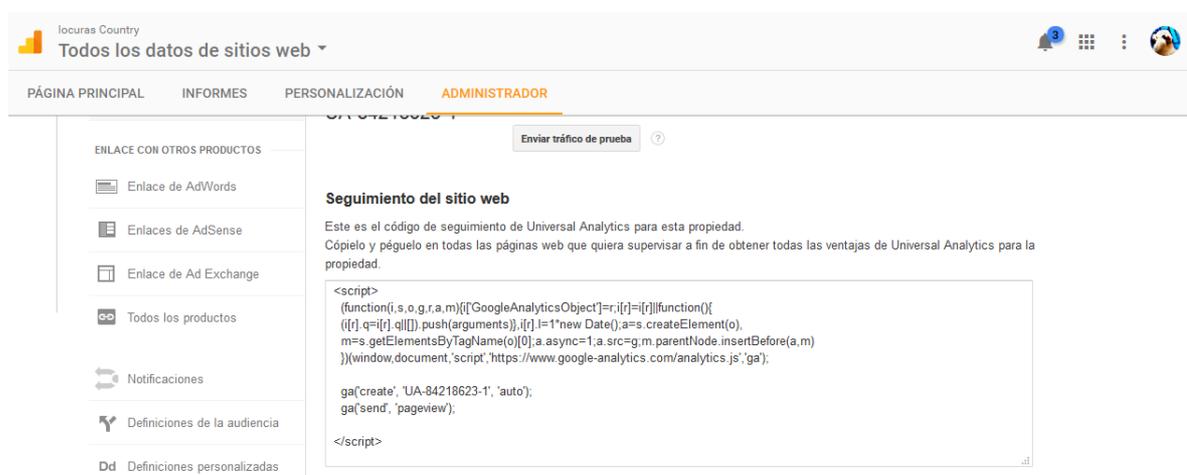
3.8 Google Adwords

Adwords ayudó a encontrar cuales son las palabras más adecuadas que se puedan usar en el desarrollo del sitio web, teniendo en cuenta que máximo se puede usar 5 palabras claves las cuales van ubicadas en el código HTML del sitio web. Si se excede de ese número puede haber penalización de parte de Google al sitio web. Las palabras claves que se usaron fueron:

- Decoración
- Artesanía
- Obsequios
- Figuras
- Hogar

3.9 Google Analytics

Esta herramienta de Google nos ayudó a medir el tráfico que existe en el sitio web conociendo datos de la funcionalidad que tiene el usuario al momento de navegar en el portal web. Al instante de crear la cuenta en Google Analytics y poner la dirección del sitio web, Google nos proporciona un código HTML el cual se coloca en cada página que está conformado el sitio web esto nos ayuda a monitorear a cada usuario que visite nuestro sitio web para que de esta manera podamos ir cambiando parámetros que se vayan adaptando a los usuarios que visitan el sitio web.



Gráfica 29: Código de seguimiento de sitio web

Fuente: Google Analytics

3.10 Matriz de competencia

La matriz de competencia nos permite identificar la competencia directa, o cuáles son las empresas que de una manera u otra son iguales u ofertan los servicios que brinda el taller de artesanías Locuras Country, observando las estrategias que ellos usan podemos medir el alcance que ellos poseen y que estrategias son las que se pueden aplicar en el taller de artesanías Locuras Country que nos puedan beneficiar.

Página	Site	Link	Facebook	YouT ube	link edln	Twitte r	Page Rank
hogartotal.imujer.com	14.400 resultado s (0,37 segundos)	5.980 resultados (0,35 segundos)	si	no	no	si	0
www.decopeques.com	354.000 resultado	34.800 resultados	no	no	no	no	4

	s (0,37 segundos)	(0,31 segundos)					
madera-fina.blogspot.com	30.600 resultados (0,36 segundos)	38.500 resultados (0,39 segundos)	no	no	no	no	3
www.pinturayartistas.com	92.100 resultados (0,32 segundos)	58.500 resultados (0,30 segundos)	no	no	no	no	3
www.ceramicarma.com	637 resultados (0,28 segundos)	634 resultados (0,26 segundos)	no	no	no	no	1
www.ohmanualidades.com	51.000 resultados (0,37 segundos)	28.000 resultados (0,36 segundos)	si	no	no	si	4
www.floristeriajuanito.com	598 resultados (0,41 segundos)	521 resultados (0,26 segundos)	no	no	no	no	2
www.spegelglas.com	3.690.000 resultados (0,34 segundos)	3.730.000 resultados (0,37 segundos)	no	no	no	no	2
arteymanualidadesdesivy.blogspot.com	585 resultados (0,30 segundos)	728 resultados (0,37 segundos)	si	si	no	si	1
www.ecuadorartes.com	708 resultados (0,13 segundos)	588 resultados (0,23 segundos)	no	no	no	no	1
www.guimun.com	10.000 resultados (0,33 segundos)	10.900 resultados (0,42 segundos)	si	no	si	no	1
www.queternura.com	234.000 resultados (0,33 segundos)	253.000 resultados (0,30 segundos)	si	si	no	si	0

www.candyformas.com	119 resultados (0,25 segundos)	102 resultados (0,26 segundos)	si	no	no	si	0
www.pintulac.com	2.760 resultados (0,28 segundos)	2.290 resultados (0,30 segundos)	si	si	no	si	2

Tabla 2: Matriz de competencia

Fuente: Google Adwords

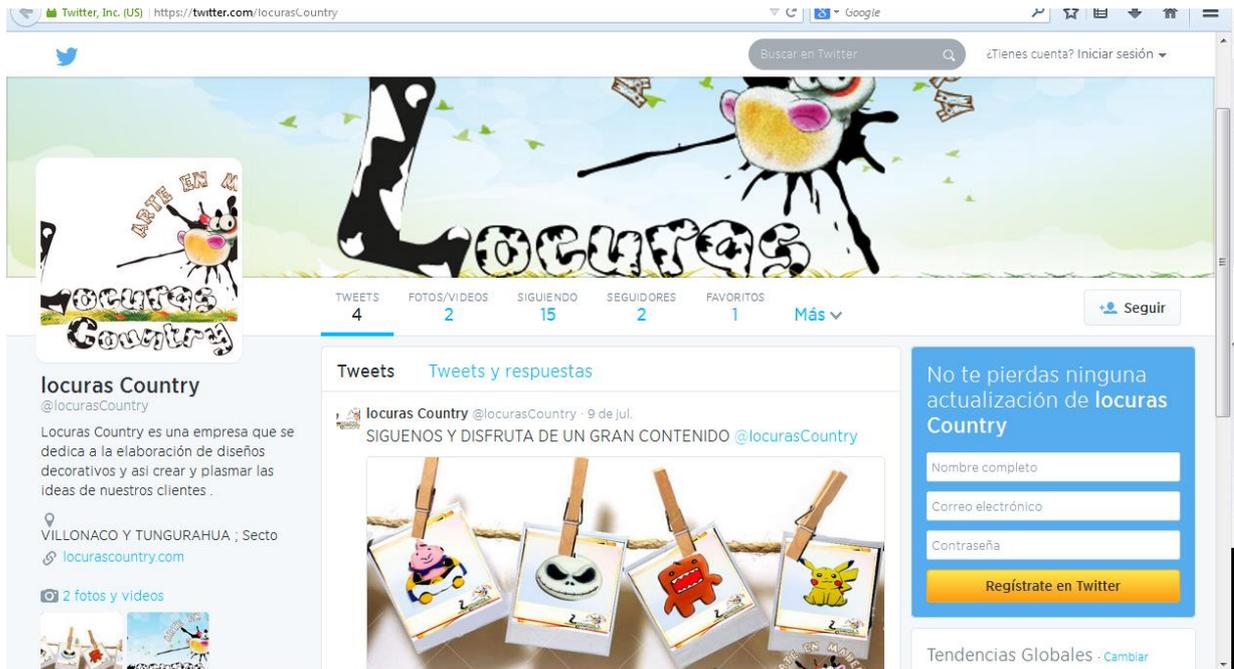
3.11 Social Media

Se estableció una estrategia con redes sociales como fueron Facebook y Twitter las cuales ayudaron a difundir la marca del taller de Locuras Country y así que exista más tráfico hacia nuestro sitio web y sea un medio que difunda y tenga un mayor alcance hacia los usuarios. Hoy en día las redes sociales ayudan mucho a las pequeñas empresas ya que se puede seguir de cerca los acontecimientos de X empresa y ofertar cualquier producto o servicio que se crea conveniente. Por esta razón se creó un fanpage en Facebook y Twitter subiendo información relevante sobre los productos y servicios que brinda el taller de artesanas Locuras Country lo cual ayudó de mucho a la rentabilidad de la empresa y gradualmente dar a conocer su nombre.



Gráfica 30: Fanpage de Facebook

Fuente: Facebook



Gráfica 31: Fanpage Twitter

Fuente: Twitter

3.12 Estrategias SEO

Las estrategias que se usaron para el posicionamiento SEO fueron:

- 1- Se creó un portal web funcional, estable y rápido, sus contenidos son limpios y organizados, su estructura de navegación es amigable con el usuario se puede encontrar mediante el uso de las palabras claves que se ubicaron en el HEAD del código HTML de la página web.
- 2- El uso de las redes sociales es muy importante ya que el objetivo es posicionar nuestro taller, marca y contenidos y ayuda mucho al tráfico del sitio web.
- 3- La página web se adapta a cualquier tipo de dispositivo no solo computadoras o laptops si no celulares y Tablet. Eso ayuda ya que Google monitorea todos los sitios web y eso ayuda mucho a posicionar un sitio web en los primeros lugares.
- 4- La compatibilidad con los navegadores más usados.

3.13 Estrategias SEM

Se realizó 2 estrategias mediante la red social de Facebook:

1. Se pagó a Facebook para promocionar el sitio web de Locuras Country y así llegar a más usuarios y que conozcan todo lo que ofrece el taller de artesanías Locuras Country.

2. También se pagó a Facebook para promocionar el Fanpage y así llegar a más usuarios y tener más personas que nos sigan en Facebook y generar tráfico mediante las publicaciones que se realiza en el fanpage.

IV. Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

- Las falencias que tuvo el taller desde su creación fue que nunca se realizó ningún tipo de estrategia de marketing fue por eso el desconocimiento del mismo y su rentabilidad era baja por esa razón se tomó como estrategia la creación de un sitio web y aplicar estrategias de posicionamiento para su rentabilidad y su
- Teniendo en cuenta que las páginas web en la actualidad son herramientas de comunicación de vital importancia en cualquier tipo de empresa o negocio con aspiraciones de crecer. Partiendo desde ese punto la página web creada para Locuras Country es una herramienta que beneficia a la difusión de las tareas y actividades que realiza en taller de Artesanías Locuras Country para la sociedad.
- Para el posicionamiento de taller de artesanías Locuras Country se realizaron estrategias de SEO y SEM que ayudaron como herramienta de propagación y tráfico hacia el sitio web y así se llegó a dar a conocer las actividades que era lo que se buscaba cuando se planteó el tema del proyecto.
- Se procedió a validar al Ing. Oscar Otero que trabaja en el campo de desarrollador de sitios web y promotor de estrategias sobre posicionamiento web, las observaciones que tuvo sobre el presente proyecto de titulación son que el sitio web creado para el taller de artesanías Locuras Country cuenta con escasa información de la misma que se debe poner más énfasis en la misión visión y objetivos planteados, tener más interacción con las redes sociales ya que las redes sociales ayudan mucho a difundir o promocionar una empresa que no solo se debe tratar de promocionar vía medios online sí no que para un futuro también se podría optar por medios tradicionales de difusión. Que al realizar una estrategia de marketing online lleva tiempo y se debe ser constante para llegar a ese fin, es muy importante subir información paulatinamente al sitio web y sus redes sociales. No solo se debe basar en estrategias como SEO y SEM si no estudiar más allá de eso, sería muy importante crear un blog y crear videos propios y subirlos a youtube ya que eso ayuda mucho a que el posicionamiento sea más rápido por el tráfico que esto causa y Google está pendiente de eso, teniendo en cuenta que el proyecto se realizó desde el año pasado era muy difícil querer posicionar la empresa en tan poco tiempo asumiendo que no solo se basó en el posicionamiento web sino también en la creación del portal web y la sustentación de la base teórica.

Recomendaciones

- La creación de un portal web para una institución ya sea esta pequeña o grande es de vital importancia en estos tiempos que estamos rodeados de la era digital donde todo se puede adquirir de un manera más ágil y sencilla. Es por eso que se debe destinar un porcentaje de ganancias de la empresa o negocio hacia cualquier tipo de publicidad ya sea esta online u offline ya que de esa manera la empresa puede tener una permanencia larga en el mercado competitivo. Muchas empresas hoy invierten mucho en lo que es publicidad y ganan más por lo que están vendiendo visualmente que del contenido de un servicio o artículo.
- Se debe tener un departamento dentro de una institución que se encargue del diseño y difusión de los productos como también todo lo que tenga que ver con redes sociales de esa manera se tiene un contacto más directo con los clientes obteniendo así una comunicación más rápida entre sí.
- Buscar nuevas estrategias y alianzas de mercado que ayuden al crecimiento y expansión de una empresa en desarrollo.

V. Bibliografía

- Aristizabal, P. (2010). *Marketing en la tierra media 2.0*. Buenos Aires, Argentina.
- asuntosdigitales. (6 de 1 de 2014). Obtenido de <http://www.asuntosdigitales.com/tipos-o-clases-de-paginas-web/>
- Barragan, A. (2012). *pymerang*. Obtenido de <http://pymerang.com/marketing-y-redes/marketing/entrevistas-de-marketing?start=3>
- Camps, Jordi. (23 de 2 de 2011). *jordicamps*. Obtenido de <http://www.jordicamps.com/definicion-del-seo-sem-smm-y-smo/2011/02/>
- Consultora de comunicación digital. (2012). Manual de iniciación al SEO. *Top position*.
- Cortes, M., & Burgos, E. (2009). *Iníciate en el marketing 2.0*. La coruña, España.
- Fran Moreno. (3 de 2 de 2012). *sozpic*. Obtenido de <http://www.sozpic.com/el-proceso-de-un-buen-desarrollo-web/1345890910000/>
- Google. (8 de enero de 2014). Manual de Google Adwords. *Google*, 1,4.
- Götz, V. (2002). *Retículas para Internet y otros soportes digitales*. Index Books,.
- Gudo Sanchez , I. (8 de octubre de 2013). *Principiantes en social media*. Obtenido de <https://principiantesensocialmedia.wordpress.com/2013/10/08/que-es-social-media/>
- Herrera, F. (30 de mayo de 2013). *Marketing en redes sociales*. Obtenido de <http://marketingenredesociales.com/pasos-para-crear-una-estrategia-de-inbound-marketing.html/>
- Latinoamérica, Asuntos Digitales. (6 de 1 de 2014). *Asuntos Digitales Latinoamérica*. Obtenido de <http://www.asuntosdigitales.com/tipos-o-clases-de-paginas-web/>
- Loli, D. (6 de Enero de 2014). *Tipos o clases de Paginas Web*. Obtenido de Asuntos Digitales: <http://www.asuntosdigitales.com/tipos-o-clases-de-paginas-web/>
- Martinez, L. R. (2013). *¿Cómo las pequeñas empresas están construyendo su marca a través de internet?* Obtenido de Puro Marketing : <http://www.puromarketing.com/53/16838/como-pequenas-empresas-estan-construyendo-marca-traves-internet.html>
- Méndez, Á. (15 de julio de 2011). *Tendencias Digitales*. Obtenido de Tendencias Digitales : <http://tendenciasdigitales.com/1170/el-potencial-de-google-analytics-para-optimizar-el-plan-de-mercadeo-digital/>
- Menéndez, Fernando. (15 de Junio de 2012). *Página Web Estática vs Dinámica*. Obtenido de Artfactory: <http://www.artfactory.es/es/news/web-estatica-vs-web-dinamica>
- Moreno, F. (3 de febrero de 2012). *sozpic*. Obtenido de <http://www.sozpic.com/el-proceso-de-un-buen-desarrollo-web/>

- Polo, F. (9 de 11 de 2009). *territoriocreativo*. Obtenido de <http://www.territoriocreativo.es/etc/2009/11/social-media-marketing-territoriocreativo.html>
- Prieto, F. P. (2010). *Diseño de materiales multimedia: web 2.0*. Instituto Superior de Formación y Recursos en Red para el Profesorado.
- Rodriguez, C. (23 de Septiembre de 2014). *Prezi Inc.* . Obtenido de <https://prezi.com/2pmad7z090xx/copy-of-social-media/>
- Romaní, C. C., & Pardo Kuklinski, H. (2007). *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*. México. Barcelona: Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic.
- Santo, O. d. (2014). *Universidad Complutense de Madrid*. Obtenido de <http://www.nticmaster.com/socialmediamarketing.html>
- Stone, T., Eismann, K., & McClelland, D. (2001). *Diseño de paginas web*. Zaragoza, España: ANAYA MULTIMEDIA.
- Tendencias digitales. (11 de abril de 2011). Obtenido de Tendencias digitales: <http://tendenciasdigitales.com/1072/las-empresas-y-la-web-2-0/>
- Teresa, T. d. (2015). *Las Ventajas del SEO (y Desventajas que Pocos Cuentan)*. Obtenido de <http://deteresa.com/ventajas-del-seo/#ventajas-del-seo>
- Vaughan, P. (2012). Internet Marketing. *Hubspot*, 7.
- Veen, J. (2001). *Arte y ciencia del diseño web*. Pearson Educación.
- Zamora, J. (2013). *Las nuevas tecnologías y su impacto en la competitividad empresarial*. Obtenido de IESS bussines school: <http://www.iese.edu/es/conoce-iese/prensa-noticias/noticias/2013/marzo/las-nuevas-tecnologias-y-su-impacto-en-la-competitividad-empresarial/>

VI Anexos

- **Entrevistas**

Entrevista 001

Nombre: Liz Moya

Cargo: Propietaria

Edad: 48

Objetivo

Por medio de la entrevista queremos establecer el criterio que tiene sobre su empresa y el proyecto que se va a realizar en la misma.

Preguntas:

¿Qué tiempo tiene la empresa locuras country en el mercado?

El tiempo que Locuras Country se encuentra en el mercado es de tres años.

¿Qué productos son los que realiza la empresa?

Pintura en tela, pirograbado en gamuza, pintura en madera (arte country), cortes de madera en crudo, pinturas para decoración.

¿Qué distingue a su producto de los competidores?

La excelente calidad en cada producto realizado, las ideas innovadoras que son plasmadas en los nuevos y mejorados modelos para brindar mayores prestaciones a los clientes.

¿Cuál es la misión, visión, y los objetivos que tienen como empresa?

MISIÓN

Crear y plasmar las ideas de nuestros clientes para satisfacer sus necesidades, a través de la elaboración y comercialización de artesanías en madera, brindando un servicio eficiente y personalizado.

VISIÓN

Ser reconocidos como la marca líder en el mercado ecuatoriano, en la elaboración y distribución de productos artesanales elaborados en madera, diseñados especialmente para la decoración del hogar.

VALORES

- Conciencia Ambiental.
- Compromiso con la calidad y resultados
- Flexibles y con adaptabilidad a los cambios.
- Honestidad y Transparencia.
- Respeto.
- Amor al Éxito.

OBJETIVOS

Satisfacer a nuestros clientes con un buen servicio y con atención personalizada, a través de un proceso eficiente, de manera que cuando requieran de nuestros productos seamos su mejor opción, así como también refiera a la empresa a todo su grupo social.

Incrementar el posicionamiento de la empresa a nivel local y nacional, con productos de excelente calidad y al mejor costo, creando más fuentes de trabajo y siendo un aporte positivo para el crecimiento económico de la ciudad, provincia y el país.

¿Qué personas son las que más adquieren sus productos?

Generalmente son las mujeres de diferentes edades y amas de casa.

¿Sus productos a qué grupo objetivo están dirigido?

A los niños, niñas y mujeres entre los 18 y 60 años de edad.

¿Cree que es necesario implementar una página Web a su negocio?

Si, gracias a la tecnología y al internet se puede lograr un crecimiento importante.

¿Qué es lo que espera con la creación de la página Web?

Mejorar la publicidad y llegar a muchas más personas para que conozcan los productos que se realizan.

¿Está usted de acuerdo en invertir para realizar estrategias de marketing a su empresa?

Si, permitirá el crecimiento de la empresa haciendo que los productos sean más conocidos y aumentando la rentabilidad.

Entrevista 002

Nombre: Ing. Oscar Oceró

Cargo: Docente

Objetivo

Por medio de la entrevista queremos establecer el criterio que tiene sobre las estrategias de marketing virtual y la creación de portales web.

1.- ¿Qué se debe tener en cuenta a la hora de crear un sitio web?

A la hora de crear un sitio web lo que se debe tener en cuenta, son los aspectos que nosotros queremos mostrar hacia el usuario, que es lo que queremos vender; si nosotros vendemos servicios o productos eso debemos mostrar, es una manera de que el usuario no se canse al momento de ver nuestra página web.

Por ejemplo si ponemos mucho texto o fotografías que no se pueden cargar rápido entonces esto va a cansar y aburrir al usuario y se va a ir, entonces nosotros que es lo que queremos mostrar, es que el usuario nos conozca que obtenga información clara y precisa de nosotros, de nuestra empresa su historia, tener un catálogo de servicios o productos que estamos ofreciendo y la información y contactos del personal que colabora, para que el usuario nos conozca, se interese y nos pueda contactar.

2.- ¿Es recomendable utilizar plantillas ya predeterminadas para crear un sitio web y tener alguna influencia para la estrategia de marketing online?

Las plantillas que nosotros queremos encontrar o que no podemos adquirirlas, son plantillas creadas por empresas grandes; entonces dependiendo de lo que nosotros queramos publicar y de nuestro presupuesto podemos o no utilizarlas. Si tenemos una persona bastante experta en lo que es diseño web o diseño de maquetación para desarrollar portales web, entonces podrías utilizar sus habilidades, pero se debe tomar en cuenta que vas a invertir más horas de trabajo, entonces si compras una plantilla que ya está lista tan solo tendrías que adaptarla a lo que nosotros queremos vender, por lo tanto si una persona va a desarrollar el diseño desde cero tomara tiempo en subir la página web y resulta muchas de las veces en contratiempos.

El tiempo lo podemos acortar si conseguimos un buen template que muestre todo lo que queremos mostrar y que sea accesible. Es muy importante que los sitios web y todos los portales sean adaptables a los dispositivos móviles, porque la mayoría de personas pueden navegar desde sus Smartphone, tabletas o computadoras personales entonces necesitas que éstos se adapten

Una persona que sepa lo suficiente en páginas web lo puede hacer solo que tomando en cuenta el tiempo es preferible una plantilla y otra ventaja es que las plantillas predeterminadas como son diseñadas vienen adaptadas con las normas W3C que son estándares que tienen en la construcción de sitios web. Entonces las plantillas son muy recomendables para mayor eficacia

3.- ¿Qué programa sería el apropiado para crear un sitio web y tendría una influencia al realizar una estrategia de marketing online?

Influencia en algún momento de formar estrategia de crear una página; por ejemplo si tenemos una persona experta en eso lo hacemos y lo que influencia, es la parte de que si tenemos una persona que nos pueda ayudar en diseños personalizados como nosotros queremos lo podrá a hacer pero llevará tiempo, puede influenciar en el sentido que cuando una persona construye tal vez no se olvidan ciertos estándares que se deben cumplir al momento de crear el sitio web, en cambio las plantillas como están prediseñadas se determinan y producen en masa, entonces nosotros las estamos recomendando porque ya vienen algunas de ellas por no decir la mayoría también en el costo del tiempo de desarrollo.

El w3c son los estándares para el desarrollo de sitios web que nos ponen ciertas pautas por poner un ejemplo existen pautas para encabezado, tipo de letra, codificación, HTML debe tener cierta lógica. Estos estándares se van actualizando.

4.- ¿Cómo ayudaría un sitio web al crecimiento de una empresa?

Ayudaría en el ámbito en el que nosotros podamos llegar a más personas, si enfocamos nuestro portal web y hacemos un buen trabajo en lo que es el marketing, los usuarios van a poder acceder a éste y se amplía nuestro alcance, por ejemplo sin una página web solo me centraría en lo que es la ciudad de Quito pero a través de anuncios en el sitio web mi producto o servicio llegaría a todo el país y el mundo por medio de una excelente estrategia de marketing, entonces he aquí la ventaja de tener un sitio web.

Nosotros a través de un portal podemos mostrar todo lo que estamos ofreciendo, dar a conocer la visión, misión de la empresa y podemos ofrecer un canal de contacto como usuario, no lo habríamos logrado sin un sitio web; si una persona desconoce el número o dirección de nuestras instalaciones mediante el sitio web pueden encontrar un correo electrónico, un formulario de contacto publicado en éste.

La página web puede tener muchísimos suscriptores y esto ayuda a ampliar nuestro mercado para llegar a más personas, mientras más amplitud tiene nuestro sitio web a los usuarios podemos vender y ofertar nuestro producto o servicio.

Una estrategia de posicionamiento web son los que podemos hacer rápido y efectivo, la mayoría de personas al momento de realizar o querer encontrar algo lo que hace es abrir el buscador, digita la frase o palabra que están buscando y salen las direcciones, entonces, lo que nosotros debemos apuntar a que con las palabras que está buscando el usuario referente al servicio o producto que ofrecemos, tratamos de salir en las dos primeras pantallas del buscador, eso logramos con un buen marketing orgánico, optimización para los buscadores, crear campañas, pagar campañas, comprar palabras clave, utilizar redes sociales creándonos un facebook o cuenta en twitter o un canal de YouTube. Si nosotros publicamos un video corto de 30 o 40 segundos para que los usuarios no se aburran, publicamos en YouTube y jalamos el link a nuestro sitio web, eso a tiempo en la que la persona está viendo nuestro sitio web, el usuario se queda en nuestra web y así vamos posesionándonos en los buscadores y como el video esta enlazado directamente con YouTube eso nos ayuda a que se vea más rápido en nuestro sitio, es importante que el sitio web pase actualizándose constantemente. Podemos hacer campañas y anuncios en internet para promocionar nuestro sitio dependiendo nuestro presupuesto, es importante que se registre mucha actividad en el sitio web para su posicionamiento en el mercado.

5.- ¿Se puede utilizar SEO y el SEM para una estrategia de marketing?

Si lo podemos hacer, generalmente podemos definir lo que es SEO es posicionamiento orgánico, quiere decir que nosotros no pagamos para que nuestro sitio o nuestro link aparezca en los primeras opciones del buscador, eso se logra como anteriormente lo mencione actualizando contantemente nuestro sitio web, incluso un blog puede ayudar bastante a nuestro sitio, cualquier cosa que nos haga tener tráfico en el sitio web, entonces nosotros por ejemplo, si tenemos un video que lo publicamos en el blog y de ese video tenemos un enlace en nuestro sitio web, eso no nos va a costar, porque estamos haciendo de nosotros mismos, pero ese enlace cuenta como una visita más, porque se está enlazando a nuestro sitio.

Si nosotros hacemos un trabajo de mantenimiento en la página web se está constantemente actualizando, definimos palabras clave, definimos descripción, los contenidos bien estructurados, entonces esto se va a ir poco a poco optimizando y lo que hacemos nosotros es pagar para que nuestro sitio se posicione rápidamente.

Podemos lanzar campañas, comprar palabras clave, pagar para que salgan inscripciones de nuestro sitio en páginas de facebook, siempre y cuando contemos con un presupuesto y podamos definir este presupuesto y como lo vamos a utilizar.

Por ejemplo, si tenemos un presupuesto de 500 dólares para hacer nuestra campaña, tenemos que definir q esos 500 dólares se los distribuya. No podemos comprar palabras clave que tal vez son muy caras, ya que a veces las palabras clave se definen por peso números de click que nos pueden dar mientas más elevados más cuestan, entonces tenemos que analizar bien.

Se puede decir que el SEO es parte del SEM, se puede decir que una parte del SEO Es hacer SEM, estamos comprando publicidad por una parte y estamos haciendo marketing comprando publicidad por internet y todo lo demás, pero también tenemos que hacer SEO para que vaya a la par y al final nos ayudará al sitio web a subir en la escala de búsquedas y al final será un posicionamiento rápido, no vamos a tener que pagar anuncios, impresiones en buses, publicidad en facebook, a la final las dos cosas va de la mano, depende de cómo nosotros nos planteamos.

6.- ¿Vale la pena comprar publicidad en google Adwords?

Vale la pena siempre y cuando nosotros destinemos bien que es lo que queremos hacer con nuestro presupuesto. Si nosotros en un tiempo queremos crear nuestra lista de palabras clave, crear nuestra campaña, hacer toda la continuación de la campaña para que llegue a una meta.

Google adword nos cobra por click, dependiendo de las palabras clave que utilicemos, nos dicen el costo de click y luego nuestro anuncio va a salir en las primeras posiciones mientras tengas el presupuesto para los clicks, ese click a veces por ejemplo tenemos que dividirlos para el tiempo que va a durar la campaña, si tenemos un presupuesto de 500 y vamos a gastar 15 dólares diarios, tenemos que determinar bien a qué público vamos a llegar, las palabras clave que vamos a utilizar. Cuando ya esté nuestro sitio un ejemplo una x persona está buscando casas y al momento de dar click, esa persona

solo ve una foto de una casa, tal vez no le interese y se vaya pero ya le dio el click entonces los 15 dólares que tengo diariamente de mi presupuesto total, entonces se me va descontando por cada click que el usuario de y eso debemos aprovechar. De unos 50 o más clicks que se den en nuestro sitio tenemos que hacer que se queden ahí, que se interesen comenten a más de la compra de google adwords. Debemos tener nuestro sitio web bien determinado, estructurado para que las personas que ingresan se interesen y se queden ahí, que pueda llegar a ser una compra de servicio un contacto con nosotros.

Si se dio click al anuncio que estamos pagando, si es que entró a nuestro sitio web, que tiempo se quedó ahí y si se logró hacer un contacto con nosotros, eso es una campaña y llego a la meta que nosotros nos determinamos, tenemos que definir bien que no es solo pagar solo palabras me gusta, voy hacer que la publicidad salga en ciertas partes y que logren contactarme, no es solo eso sino un análisis minucioso y un estudio para que lo que estamos invirtiendo se retribuya en clientes, pero si es bastante recomendable porque igual eso nos ayuda en lo que es funcionamiento, mientras más personas ingresan a su sitio ven el tráfico los algoritmos de búsqueda y se va posicionando también.

7.- ¿Es recomendable hacer un Blog para llegar a tener más posicionamiento?

Es bastante recomendable no solo un blog, sino tener boletines bastante actividad, mejor dicho si nosotros tenemos un blog tenemos que estar constantemente publicando, eso me va ayudar bastante a que las personas nos encuentren, no solo por nuestras palabras clave que ya tenemos definidas, sino también por otras palabras que se ingresan a nuestro sitio, lo que son los blogs ingresan bastante rápido a los buscadores porque tomando en cuenta ya que son sitios en los que hay bastante información y se van actualizando paulatinamente, entonces por eso estamos posteando un archivo cada 2 o 3 días entonces hay actividad y eso se traduce en intervención a nuestro sitio web y por ende más visitas.

8.- ¿Cómo ayudan las redes sociales para las estrategias de marketing?

Las redes sociales nos ayudan en el ámbito en que se puede llegar a un gran número de personas relativamente en un tiempo corto, si nosotros posteamos en nuestro muro de facebook alguna información en segundos recibimos likes de nuestros amigos o seguidores, ellos tienen acceso a toda nuestra información y si tenemos enlace a nuestra página web todo repercute en que vamos a tener más y más visitas dependiendo el tipo de información que posteamos.

Las repercusiones de las redes sociales tienen un gran impacto y si nosotros la podemos utilizar bien y sabemos encaminarla hacia nuestra meta nos ayudan bastante.

9.- ¿Qué herramientas externas nos podrían ayudar a tener un mejor posicionamiento?

A parte del adwords hay ciertos sitios que nos permiten hacer por ejemplo la referencia de limpio se enlaza desde nuestro sitio web por ejemplo ponen anuncios en ciertas páginas que tienen bastante tráfico, y por cada anuncio a veces pueden ser pagados o pueden ser gratuitos, otra herramienta externa puede ser los smiles, podemos crear

campañas de smiles a la base de datos de correos que enviemos publicidad, ahora se ofertan mensajes por whatsapp, publicidad por whatsapp, en mensajes de texto; entonces, son herramientas que están disponibles, en algunos casos si uno no sabe el funcionamiento incluye también en costos, así por ejemplo en lo que es mail marketing, nosotros tenemos una persona que conozca los programas para realizar eso, tenemos nuestra propia base de datos de correo electrónicos a los que queremos mandar o si no hay empresas que se dedican a eso, o simplemente contratamos y esas empresas tienen sus propias bases de datos de 520, 2 o 3 millones de correos por un precio y envían y le llegan a todas esas personas la publicidad y por medio de esto simplemente tenemos visitas y se contactan con nosotros si están muy interesados y como lo vuelvo a repetir mientras más tráfico tenga nuestro sitio web más nos vamos posicionando en el mercado.

10.- ¿Qué influye para el fracaso cuando se realiza una estrategia de marketing online?

Lo que influye es que nosotros no tengamos bien definido lo que queremos hacer, si tenemos nuestra estrategia de marketing por ejemplo si tenemos el producto hecho que es lo que estamos vendiendo y por eso vamos a generar toda una estrategia de marketing para poder vender el producto que ofertamos y si nosotros no realizamos bien el estudio a que personas queremos llegar, cuanto nos va costar esa campaña que queremos realizar, si queremos comprar publicidad o cualquier cosa que se nos ocurra, entonces eso debemos tener bien planificado para que lo que , en ventas ya que estamos invirtiendo se nos retribuya en clientes, en ventas porque la finalidad es esa tener más clientes para vender más, entonces si no tenemos bien definido lo que queremos vender, a que personas queremos llegar y si no tenemos bien planificado que vamos hacer con las personas que nos contactan, eso simplemente es dineros que vamos a perder, tiempo y a la final no vamos a tener el resultado esperado, entonces lo que debemos tener es una planificación de lo que queremos hacer y cómo lograrlo y estar más que todo seguros de nuestro trabajo, del servicio o producto que ofrecemos y el interés de las personas por eso es importante que tenga la facilidad de acceder a toda la información que tenemos para que después no fracasemos e inclusive es importante tener un plan de contingencia por si no nos va bien en la campaña tener un respaldo por eso depende mucho el estudio de marketing que realizamos.

11¿Qué tiempo se demora en posicionarse un sitio web?

Se puede posicionar incluso antes cuando empezó a salir todo esto se tardaba unos seis u ocho meses, pero ahora con todas las herramientas que tenemos puede ser unos dos o tres meses ya puede estar posicionándose, pero eso sí, dependiendo cuanta actividad haya por ejemplo publicando contenidos actualizando nuestro sitio, utilizando nuestras redes sociales, escribiendo constantemente en el blog, tener un mapa de sitio de nuestro portal web ya que nos ayudan bastante en que se ingresan rápido los links eso es lo que hacen los mapas de búsqueda en vez de buscar de nivel en nivel lo que hacen los mapas de sitio es que en una sola página consolidar los links de nuestro sitio y así se va posicionando tomando en cuenta la información actualizada y de valor.

- **Encuestas**

Evidencia de las encuestas que se realizaron a los clientes del taller de artesanías Locuras Country.