



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL
ESCUELA DE POSGRADOS “ESPOG”**

**MAESTRÍA EN MARKETING
MENCIÓN: MARKETING VIRTUAL**

Resolución: RPC-SE-30-No.488-2019

TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE MAGISTER

Título del trabajo:

Proyecto de desarrollo de Marketing Digital de la Empresa MPVillacis Ecuador CIA LTDA.

Línea de Investigación:

Administración y Sociedad

Campo amplio de conocimiento:

Administración Comercial

Autor/a:

Martin Andrés Villacis Molina

Tutor/a:

PHD Miguel Ángel Aizaga Villate

Quito – Ecuador

2021

APROBACIÓN DEL TUTOR



Yo, **MIGUEL ANGEL AIZAGA VILLATE** con C.I: **1758070583** en mi calidad de Tutor del proyecto de desarrollo de marketing titulado: Proyecto de desarrollo de Marketing Digital de la Empresa MPVillacis Ecuador CIA LTDA.

Elaborado por: Martin Andrés Villacis Molina de C.I 1718239658, estudiante del PROGRAMA DE MAESTRÍA EN MARKETING VIRTUAL de la **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL (UISRAEL)**, como parte de los requisitos sustanciales con fines de obtener el Título de **MAGISTER EN MARKETING VIRTUAL**, me permito declarar que luego de haber orientado, analizado y revisado el proyecto de titulación, lo apruebo en todas sus partes.

Quito D.M., 29 de marzo de 2021

Firma

Índice de Contenidos

Contenido

ÍNDICE DE CONTENIDOS	III
INTRODUCCIÓN	5
ANÁLISIS DEL ENTORNO	8
ANÁLISIS FODA PARA LA EMPRESA MPVILLACIS ECUADOR CIA LTDA.....	8
ANÁLISIS DE LAS FORTALEZAS	8
ANÁLISIS DE LAS OPORTUNIDADES.....	9
ANÁLISIS DE LAS DEBILIDADES.....	9
ANÁLISIS DE AMENAZAS	9
FODA CRUZADO	10
OBJETIVOS.....	10
OBJETIVO GENERAL.....	10
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	10
INVESTIGACIÓN DE MERCADO	11
ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	11
MERCADO	11
<i>Tendencia del grupo electrógeno según los motores de búsqueda</i>	<i>15</i>
PRODUCTO	17
<i>Grupo electrógeno</i>	<i>17</i>
PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS (RRP).....	17
PRECIO	18
DISTRIBUCIÓN	18

ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS.....	19
PRESUPUESTO	20
MEDICIONES.....	22
CONCLUSIONES	24
RECOMENDACIONES	24
BIBLIOGRAFÍA.....	25
ANEXOS	25

INTRODUCCIÓN

El sector eléctrico se ha convertido en una clave importante ante las medidas de aislamiento y cuarentena decretadas por los países del mundo como medio de prevención contra la propagación del COVID-19, así como los servicios de salud incrementan de la misma manera aumenta la presión de los sistemas de servicios públicos como lo es la energía, el agua y el saneamiento, dado que su continuidad es vital para mantener efectivas las medidas antes mencionadas. (Hallack, 2010).²²

El mercado de maquinaria industrial como generadores eléctricos del grupo electrógeno el cual está enfocado y es muy utilizado en diversas áreas de aplicación como el sector constructor en el cual se presentan varias soluciones que colmatan las necesidades energéticas que requiera un tipo de proyecto u obra dentro del mercado Ecuatoriano, donde el principal enfoque es el tipo de gama industrial que es adecuada para proyectos y obras de distintas áreas de aplicaciones (grandes edificios, hoteles, industrias) para el abastecimiento de energía de emergencia, mientras que la gama Smart por ser de potencia media - baja, es el generador idóneo para proveer energía en obras, el mercado está caracterizado por su baja pluralidad con el público o empresa demandantes y muy competitiva en cuanto a sus oferentes.

El tema de adquirir un producto electrógeno está arraigado ante distintos factores claves como la obra y genealogía de los segmentos del mercado demandante como es el sector constructor el cual es principal público objetivo que maneja la empresa MPVillacis Ecuador CIA LTDA debido a que forma parte de los requisitos según la normativa ENTIDAD COLABORADORA DE PROYECTOS (ECP), señala según el código de sistemas de emergencia deberán contar con el respaldo de sistemas de emergencia aquellos edificios comerciales o residenciales que dispongan de ascensor. En este caso, el generador

de emergencia debe dar cobertura al menos a los servicios comunales. (Normativa Ecuatoriana de construcción , 2013)

Es por este motivo que se ha decidido y se ha analizado la necesidad implantar la propuesta de un plan de marketing para incrementar la efectividad y rentabilidad de la empresa mediante nuevos objetivos y metas estratégicas digitales que incrementen las mejoras en el posicionamiento de la empresa e incremento en cuanto a sus ventas con la implantación de promoción digital en distintos canales y redes masificado su oferta con una cobertura a nivel nacional debido a que las ventas es la actividad principal y de mayor prioridad para el desarrollo de la misma.

Un recurso básico como la energía ha sido indispensable para el desarrollo y evolución en la humanidad y el progreso constante de toda una economía mundial, es por esto que el mercado de los generadores eléctricos es permanente, la necesidad de contar con el servicio de manera imperativa en sectores estratégicos como la construcción, la salud, la seguridad, en sectores públicos y privados, MPVillacis Ecuador CIA LTDA necesita abarcar un mayor segmento de mercado, y la generación de un plan de marketing digital permitirá potenciar la presencia de la marca.

El marketing digital se convierte en una herramienta indispensable en esta época de pandemia que el mundo está atravesando y la cual se destaca por ampliar el alcance sin restricción alguna para alcanzar nuevos nichos a mayor velocidad, con menos costo y siendo así más eficiente; se llega al nicho identificado por medio de la introducción de contenido preferencial adaptado a las necesidades y gustos del cliente o nicho de personas con el fin de convertirlo y fidelizarlo para tenerlo como un aliado estratégico.

El Marketing de contenidos puede definirse simple y llanamente como la creación, publicación y distribución o compartición de contenido de excepcional valor e interés para tus clientes y comunidad de usuarios (Juanjo Ramos 2013).

El marketing inbound, cuyo objetivo es atraer tráfico a los contenidos publicados, convertir a los visitantes en clientes, a estos en ventas efectivas, y las ventas en futuros influenciadores de compra, son tópicos estrechamente relacionados a los objetivos del presente proyecto.

“El inbound marketing es una metodología que agrupa varias técnicas de marketing online con el objetivo de atraer visitas hacia una página web, transformar estas visitas en registros y educarles de forma automatizada y personalizada para convertirles en clientes.”. Por lo tanto, no sólo se limitan a generar tráfico, sino también a informar los beneficios de nuestros productos y acompañarlos hasta el momento de la compra y después de esta a los servicios complementarios (Hernández, 2018).

El mercadeo digital consiste en utilizar dispositivos de internet y tecnología para captar, comunicar, interactuar, participar, probar e incluso vender y obtener realimentación de patrocinadores de productos y servicios, mediante teléfonos inteligentes, redes sociales y aplicaciones. Aún no todas las personas están familiarizadas con estas tecnologías, por lo tanto, muchas empresas utilizan una combinación de canales de comercialización tradicionales y digitales para ampliar su comunicación (García, 2015).

Análisis del Entorno

Análisis foda para la empresa MPVillacis Ecuador CIA LTDA

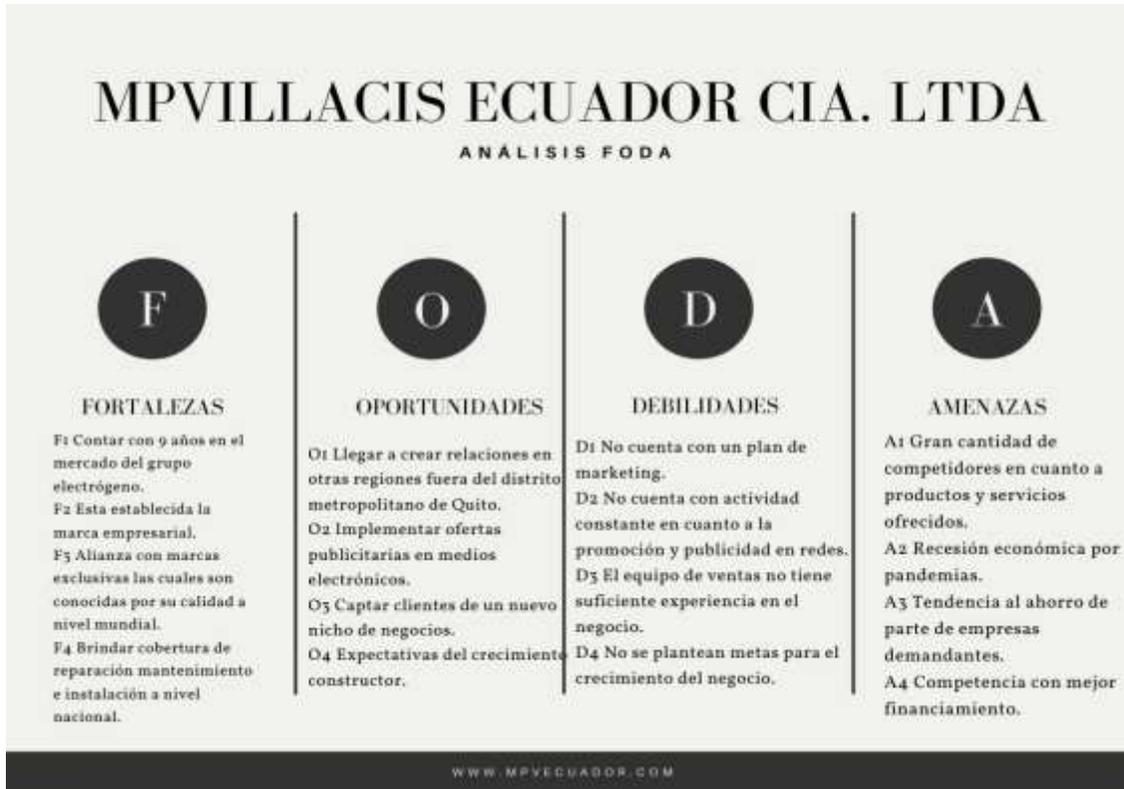


Figura 1 Análisis FODA Empresa MPVillacis Ecuador CIA LTDA. Fuente: elaboración propia

Análisis de las fortalezas

Existe un buen punto de partida, ya que la empresa MPVillacis Ecuador CIA LTDA es una empresa ya posicionada 9 años en el mercado del grupo electrógeno, cuenta con una marca empresarial ya establecida la cual se ha forjado a lo largo de su trayectoria, el poder de negociación y su buena relación con entidades y empresas internacionales ha sido un punto clave para mantener y cumplir con sus estándares de calidad con el respaldo de su garante internacional, el alcance de la empresa está destinada y da cobertura para las tres regiones Costa, Sierra, Amazonía tanto para servicios de venta e instalación como para servicios de mantenimientos preventivos y reparaciones.

Análisis de las Oportunidades

La gran oportunidad del marketing digital ayudará a mejorar el alcance por ende se espera que la empresa tome fuerza de ventas fuera de la ciudad de Quito, de esta forma se plantea implementar ofertas publicitarias por medios y plataformas electrónicas para captar clientes en indistintos nichos negocios que requieren los servicios ofrecidos. Además hay que recalcar que la empresa pronostica y espera un crecimiento nacional a nivel de sector constructor.

Análisis de las debilidades

Si bien la trayectoria de la empresa tiene un buen tiempo en el mercado existen debilidades sustanciales dentro de la estrategia publicitaria y digital como es la falta de un plan de marketing y por ende no una actividad constante en cuanto a la promoción y publicidad por redes que de una u otra forma hará que la empresa se plantee una meta para el crecimiento del negocio mediante la destinación de fondos para una inversión en publicidad digital pagada.

Análisis de amenazas

Actualmente estamos una etapa de crisis económica una etapa de recesión en la cual el nivel de oferta y demanda ha bajado en cantidades abismales, de la misma manera el nivel de oferta es muy competitivo en cuanto a precios. Si bien es cierto que existe un factor diferenciador como es el tema del financiamiento y oferta de servicios agregados que es un factor clave y decisivo a la hora de captación, es necesario replantear temas de financiación y oferta de un valor agregado que marque la diferencia entre sus competidores.

Foda cruzado



Figura 2 Análisis de FODA Cruzado para la Empresa MPVillacis Ecuador CIA LTDA. Fuente: Elaboración propia

OBJETIVOS

Objetivo general

Proponer un plan de marketing digital a través de la propuesta y diseño de campañas publicitarias digitales para el incremento de captación y del nuevo modelo de ventas de la empresa.

Objetivos específicos

- Posicionar la marca empresarial en redes sociales, mediante la publicación constante de contenido y estrategias de branding.

- Captar al menos 10 leads mensuales en distintos canales de difusión digital.
- Aumentar el número de ventas en un 20% mediante la implementación de herramientas de captación pagadas.

Investigación de Mercado

Análisis de la investigación de mercado

Para la investigación de mercados de la empresa MPVillacis Ecuador CIA LTDA. Es necesario considerar las siguientes variables:

Mercado

En el Cantón Quito provincia de Pichincha sector Carcelén se encuentra ubicada la empresa MPVillacis Ecuador CIA LTDA, dedicada a la comercialización, mantenimiento, reparación, venta de repuestos y transporte de generadores eléctricos masivos, su ubicación estratégica en el sector industrial de Quito y su experiencia en el mercado la ubica como una empresa en crecimiento y en búsqueda de mayor posicionamiento en el mercado con 9 años de trayectoria, en la actualidad se encuentra ubicada Frente al Terminal Terrestre de Carcelén, calle Capri Calle N75B.

El sector estratégico mayor solicitante de los generadores eléctricos dentro de la clasificación de actividades económicas (CIU REV. 4.0) es la construcción con las siguientes segmentaciones.

F4.100.10 Construcción de todo tipo de edificios residenciales. Incluye remodelación renovación o rehabilitación de estructuras existentes.

F4.100.20 Construcción de todo tipo de edificios no residenciales. Incluye remodelación, renovación o rehabilitación de estructuras existentes.

Tabla 1
Población nacional de la construcción según el código de correspondencia

PROVINCIA	F410010	F410020	Total general
AZUAY	253	24	277
BOLIVAR	13	10	23
CAÑAR	29	4	33
CARCHI	10	2	12
CHIMBORAZO	101	34	135
COTOPAXI	57	30	87
EL ORO	188	27	215
ESMERALDAS	65	34	99
GALAPAGOS	16	6	22
GUAYAS	3371	370	3741
IMBABURA	52	7	59
LOJA	203	49	252
LOS RIOS	143	32	175
MANABI	647	72	719
MORONA SANTIAGO	35	31	66
NAPO	25	29	54
ORELLANA	53	43	96
PASTAZA	48	19	67
PICHINCHA	1610	294	1904
PROVINCIA	1		1
SANTA ELENA	71	20	91
SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS	99	16	115
SUCUMBOS	126	68	194
TUNGURAHUA	84	27	111
ZAMORA CHINCHIPE	66	30	96
Total general	7366	1278	8644

Fuente: Superintendencia de Compañías

Se evidencia que los mayores requirentes de nuestros productos y servicios se encuentran principalmente en las provincias de Guayas, Pichincha y Manabí.

SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN POR PROVINCIAS

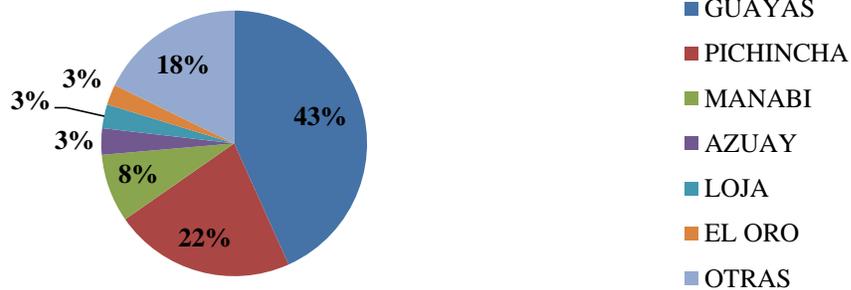


Figura 2 Sector de la construcción a escala nacional. Fuente: SIC

MPVillacis Ecuador CIA LTDA dentro de su actividad predominante se encarga de la oferta de generadores eléctricos, dentro de su giro de negocio se encuentran industrias y empresas manufactureras de ámbito comercial para el sector eléctrico mecánico en la cual el área predominante e indispensable para el crecimiento del negocio es el B2B (Business to Business) y B2C (Business to Consumer) área muy importante para identificar correctamente quién realiza la compra en la empresa. Puede tenerse en cuenta el departamento y el cargo o quizá incluir desde estudiantes hasta jubilados en negocios B2C.(Sanangustín Eva 2020)

Con la investigación del mercado donde se encuentra MPVillacis Ecuador CIA LTDA, existen 170 industrias y las ventas en el segmento durante el 2020, comparando el primer trimestre, tiene una baja a 25 millones.

Actualizado: **noviembre 2020**



Figura 3 Evolución anual de las ventas locales del sector manufacturero. Fuente: Smart Data

Así mismo, existe una variación de -23,0 % para el 2020; con ello se evidencia la necesidad de aplicar un plan de marketing digital para promocionar y lograr un crecimiento en las ventas de MPVillacis Ecuador razón por la cual se está atravesando una era de digitalización y la modalidad de ventas debe diversificarse.

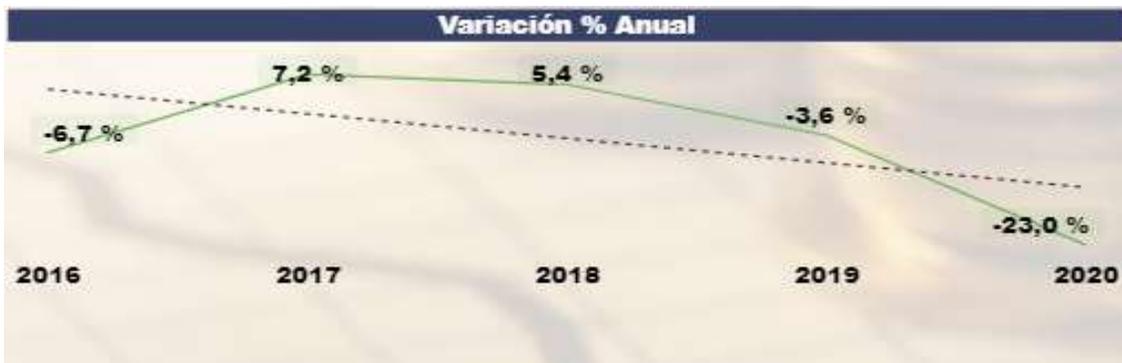


Figura 4 Variación porcentual de las ventas locales del sector manufacturero. Fuente: Smart Data

Tendencia del grupo electrógeno según los motores de búsqueda

Las tendencias de búsqueda los motores de búsqueda de Google es un instrumento digital de la plataforma Google Labs que muestra los términos de búsqueda más sonados en un específico lapso de tiempo. Las gráficas de Google Trends representan con cuánta frecuencia se realiza una búsqueda de un término particular en varias regiones del mundo y en varios idiomas.(Wikipedia 2016)

Para la investigación de la empresa MPVillacis Ecuador Cial Ltda la cual maneja únicamente el ámbito del grupo electrógeno, el cual está dentro del campo eléctrico se analizó y se realizó ciertas comparativas con palabras clave que incurren dentro de este medio en un periodo de 12 meses.



Figura 5 Comparativa del grupo electrógeno en motores de búsqueda. Fuente; Google Trends

Para la investigación se realizó una comparativa con palabras claves que más hacen relevancia a la hora de indagar por maquinaria del grupo electrógeno, investigación en la cual se denotó baja demanda dentro de este campo eléctrico industrial en un periodo de 12 meses distribuidas en búsquedas de mayor a menor según la provincia.



Figura 6 Desglose comparativo por subregión. Fuente: Google Trends

Podemos observar que el desglose nos muestra las principales búsquedas donde se realizan este tipo de consulta e identificamos que existen proyecciones en el ámbito constructor que están fuera de las provincias más grandes del Ecuador en donde la empresa se enfoca.

Según el estudio de tendencias en Google Trends es necesario implementar una estrategia SEO, SEM, SMM para expandir el alcance de manera digital de la empresa y así llegar a penetrar ciertas provincias en donde no se ha implementado ningún tipo de oferta por parte de MPVillacis Ecuador CIA LTDA.

Producto

Dentro del portafolio de servicios que ofrece MPVillacis Ecuador CIA LTDA constan:

Grupo electrógeno

Un grupo electrógeno se refiere a un equipo que tiene como función convertir la llamada capacidad calorífica en energía mecánica y luego en energía eléctrica. De forma sucinta, consiste en un motor y un alternador que están acoplados e insertan en una base con otros elementos.(Grupel 2020)

MPVillacis Ecuador CIA LTDA únicamente está enfocada en el campo del grupo electrógeno ofertando servicios de importación, reparación, mantenimiento y comercialización de generadores eléctricos en distintas potencias, además de ofertar productos complementarios para el óptimo funcionamiento de maquinaria como:

- Baterías,
- Tanque de combustible,
- Panel de control,
- Marco de transferencia de carga, y silenciador.
- Cabinas Insonoras
- Filtros
- Válvulas

Publicidad y relaciones públicas (RRP)

Como se evidencia en la Figura 1 Matriz del análisis FODA la empresa actualmente no tiene posicionamiento digital, es decir no cuenta con un plan de marketing por lo cual no existe una actividad constante en cuanto a la promoción y publicidad en redes sociales, marketplaces y medios digitales.

En referencia al artículo Ecuador Estado Digital Enero 2021 por Mentinno – Innovation & Lifetime Value Partners se evaluaron las redes sociales más visitadas en Ecuador a la fecha, es

por este el motivo por el cual se plantea utilizar Facebook como red principal para medio de difusión, promoción y publicidad de productos y servicios.

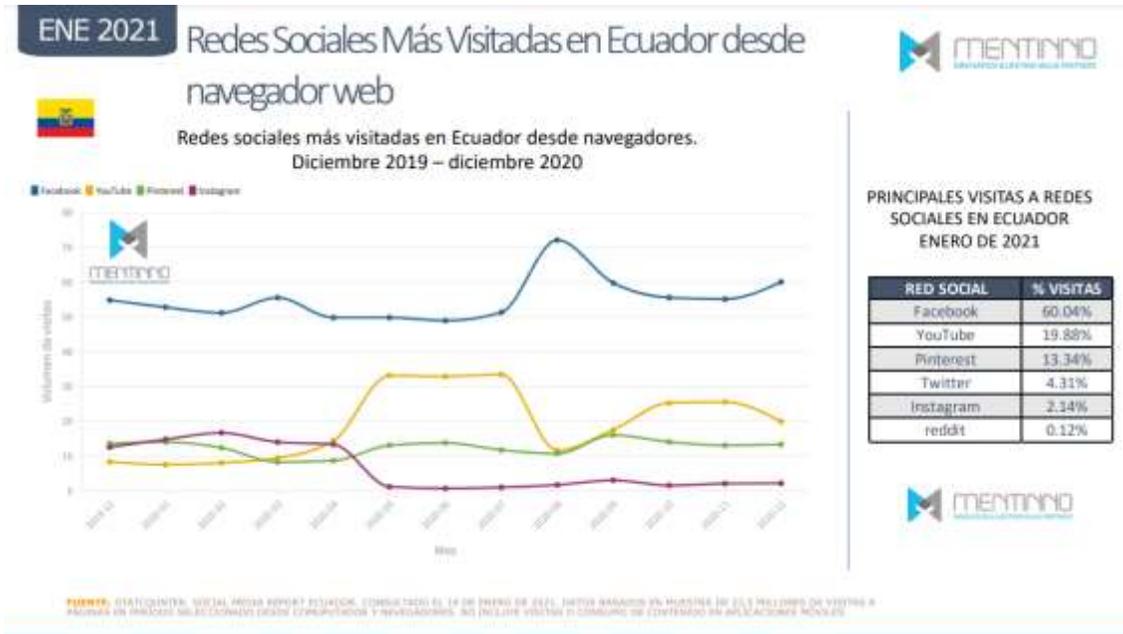


Figura 7 Redes Sociales Más Visitadas en Ecuador. Fuente: Statcounter. Social media report Ecuador

Precio

La empresa maneja una amplia oferta dentro del grupo electrógeno la cual parte desde potencias bajas sube a potencias medianas y llega hasta potencias altas en donde la elasticidad del precio sube gradualmente de acuerdo al tamaño del motor y de accesorios a implementar.

En la actualidad la empresa está implementando y manejando dos marcas dentro de bajas potencias en la cual la elasticidad del producto se adapta a las necesidades y recursos de los consumidores, para que puedan optar por algo más asequible.

Distribución

MPVillacis Ecuador es una empresa importadora la cual se encarga de la distribución e instalación a nivel nacional manejando su única sede en la ciudad de Quito, mediante la

implementación del plan de marketing se prevé mejorar el modelo de ventas mediante canales digitales.

Estrategias y Tácticas

El desarrollo y la propuesta de estrategias y tácticas están enfocadas en seguir los medios de publicidad TTL(Through the line), BTL(Below the line) dejando a un lado métodos antiguos que están en proceso de desplome en esta nueva era de la digitalización, como son los medios ATL(Above the line).

OBJETIVOS	ESTRATEGIAS	TACTICAS
Posicionar la marca empresarial en redes sociales, mediante la publicación constante de contenido y estrategias de branding.	CONTENIDOS	Publicaciones promocionales de nueva mercadería
	SMM	Pildoras informativas(contenido relacionado dentro del giro del negocio)
Captar al menos 10 leads mensuales en distintos canales de difusión digital.	SEM	Implementacion de landing page
	INBOUND	Implementacion de chat bots (auto responder)
	SMM	Campaña social ads pildoras informativas(contenido relacionado dentro del giro del negocio)
Aumentar el número de ventas en un 20% mediante la implementación de herramientas de captación pagadas.	PUBLICIDAD	Estratificar el presupuesto para marketplaces y redes sociales
	ADWORDS	Creacion de campañas
	SEO	Estudio de keywords optimizacion según analisis seo

Figura 8 Diseño de Tácticas y Objetivos para MPVillacis Ecuador CIA LTDA. Fuente: Elaboración propia

La implementación de estas variables tiene como finalidad aplicar un marketing directo dentro de medios digitales a prospectos cuantificables y costos promedios, llegando a un público objetivo masivo y de la misma manera segmentado con diversas herramientas con una respuesta de feedback y análisis instantáneo de manera que podemos comunicar constantemente que hace la marca, corregir la estrategia creativa y mantener una continuidad en el tono publicitaria.

PRESUPUESTO

GOOGLE- SEM										
Anunciante		MPVillacis Ecuador CIA LTDA								
Duración de la campaña		Mayo - Noviembre								
Campaña		Campaña 2021								
Formato	Tamaño	Tipo de Pago	Duración	Anuncio	COSTO	Clicks diarios estimados	Presupuesto diario	Presupuesto mensual		
Google Search	-	CPC(Costo por Clic)	Mensual	Campaña Posicionamiento	\$ 0,11	4-6 clicks	\$ 1,00	\$ 30,00		
Google Display	720x90 px	CPC(Costo por Clic)	Mensual	Campaña Posicionamiento	\$ 0,11	4-6 clicks	\$ 1,00	\$ 30,00		
TOTAL								\$ 30,00		
TOTAL CAMPAÑA										
6 MESES		\$ 180,00								
Marketplaces										
Anunciante		MPVillacis Ecuador CIA LTDA								
Duración de la campaña		Mayo - Noviembre								
Campaña		Campaña 2021								
Formato	Tamaño	Tipo de Pago	Duración EN BASE AL PRESUPUESTO MENSUAL	Anuncio	Publicidad Activa	Alcance diario estimado	Presupuesto diario	Presupuesto mensual		
Facebook	-	CPA(Costo por Alcance)	30 DÍAS	Campaña alcance y Posicionamiento	3 Meses	285 - 825	\$ 0,67	\$ 20,00		
Mercado libre	-	CPV(Costo por Visibilidad)	60 DÍAS	Exposición maxima	6 Meses	-	-	\$ 19,00		
TOTAL								\$ 19,50		
TOTAL CAMPAÑA										
6 MESES		\$ 117,00								
FACEBOOK										
Anunciante		MPVillacis Ecuador CIA LTDA								
Duración de la campaña		Mayo - Noviembre								
Campaña		Campaña 2021								
Formato	Motivo	Tipo de Pago	Duración	Anuncio	Publicidad Activa	Alcance diario estimado	Presupuesto diario	Presupuesto mensual		
FB Ads - Newsfeed	Promocion de la pagina	CPC (Costo por Clic)	1 Mes	Campaña de Promocion de la página	30 DÍAS	318-919	\$ 1,19	\$ 35,70		
FB Ads - Newsfeed	Conseguir más clientes potenciales	CPC (Costo por Clic)	1 Mes	Campaña de captacion	30 DÍAS	396-1,1 Mil	\$ 1,19	\$ 35,70		
FB Ads - Newsfeed	Promocion de publicaciones	CPC (Costo por Clic)	3 Meses	Campaña para 3 anuncios	20 DÍAS POR PUBLICACION	529 - 1,5 Mil	\$ 3,57	\$ 107,10		
TOTAL								\$ 178,50		
TOTAL CAMPAÑA										
6 MESES		\$ 178,50								
TOTAL										
Anunciante		MPVillacis Ecuador CIA LTDA								
Duración de la campaña		Mayo - Noviembre								
Campaña		Campaña 2021								
MEDIO	INVERSIÓN*	INVERSIÓN EN %								
Google	\$ 180,00	\$ 37,85 %								
Marketplaces	\$ 117,00	\$ 24,61 %								
Facebook	\$ 178,50	\$ 37,54 %								
TOTAL INVERSIÓN	\$ 475,50	\$ 100,00 %								
INVERSIÓN MENSUAL	\$ 79,25									

Figura 9 Presupuesto de la empresa MPVillacis Ecuador CIA LTDA. Fuente, Elaboración Propia

El presupuesto se desarrolló en base a un estimado del 5% de las ganancias que resulta ser una inversión de \$475,50 el cual se dividió para 3 distintos medios de campaña con una duración de

6 meses durante el periodo de Mayo a Noviembre de 2021, los cuales son meses claves donde más ventas se generarán para Herramientas digitales y publicidad.

Primero se presupuestó una campaña de posicionamiento dentro de los motores de búsqueda de Google en otras palabras se implementó una estrategia SEM en donde se realizarán dos campañas distintas como Google Search en la cual aumentaremos la visibilidad de nuestra web mediante el uso de palabras clave en donde el texto publicitario aparecerá en las primeras búsquedas relacionadas dentro de Google, el tipo de pago es CXP(Costo por clic) el cual genera de cuatro a seis clics diarios en un lapso de 30 días con un presupuesto mensual de 30 dólares por un periodo de 3 meses.

De la misma forma para Google Display el cual es una campaña de posicionamiento en donde se implementará un banner publicitario dentro de las webs que autorizan el uso de publicidad en la parte inferior con una medida de 720x90 px, con un presupuesto mensual de 30 dólares que resulta como total de la campaña es de 180 dólares por el motivo que se usará cada campaña por tres meses.

En segundo plano se presupuestó publicidad para Marketplaces para las plataformas de Facebook y Mercado Libre, de las cuales Facebook se caracteriza por ofrecer posicionamiento y alcance el presupuesto mensual es de 20 dólares el cual abarca 30 días con un alcance diario de 285 a 825 personas y tendrá una duración de 3 meses.

Y para Mercado Libre mensualmente se presupuestó 19 dólares que abarca una exposición máxima por 60 días la cual tendrá una vigencia de 6 meses, siendo así el total de la campaña de 117 dólares.

Finalmente se destinarán los últimos recursos para la red social de Facebook con el fin de promocionar la página, conseguir clientes potenciales mediante un formulario y finalmente la promoción de publicaciones para generar más interacción en fechas claves.

MEDICIONES

Para tener una amplia visibilidad, manejo y control de las estrategias y tácticas implementadas en base al presupuesto designado se proponen los siguientes indicadores enfocados en el contenido, publicidad y herramientas digitales.

Número de clics: Indicador muy clave para campañas de Google ads donde existe el coste por clic, el cual es la suma total de veces en la que el anuncio ha sido clicado, hay que denotar que no siempre el total de clics da como resultado el tráfico generado en la web, puede darse porque el usuario decide cerrar la ventana antes que cargue la landing page.

Número de leads: Indicador que está en el sitio web o para la red social de Facebook en la cual aplicaremos un formulario para conseguir clientes potenciales, este indicador es el número total de contactos que entran a un proceso de ventas después de haber solicitado o haberse registrado en un formulario para solicitar más información, proceso que tiene como fin la creación de una cartera de clientes.

Usuarios activos mensuales (MAU): Indicador que nos indicará el número de usuarios que visita el sitio web de manera mensual esto mediante el uso de Google Analytics se puede monitorear días, horas y ubicaciones en donde se han realizado dichas visitas.

Tabla 2
Factores a medir de acuerdo a la estrategia publicitaria

Factor a medir	Objetivo del indicador	Indicador
Visibilidad	Posicionarse en los buscadores	Costo por clic
	Anuncios emergentes en sitios web	Número de clics
	Primeras opciones en marketplaces	Costo por alcance
Nuevos Leads	Registro en sitio web	Usuarios activos mensuales
	Registro en campaña de formularios en Facebook	Porcentaje de conversión
Posicionamiento	Interacción y captación en redes	Seguidores orgánicos

Fuente: Elaboración Propia

CONCLUSIONES

Después de haber hecho el análisis del entorno y la investigación del mercado de la empresa MPVillacis Ecuador CIA LTDA referente a los años 2019 y 2021 atravesando una época de recesión económica por la pandemia, se ha obtenido la información necesaria para llegar a las siguientes conclusiones.:

- Se identificó que la demanda que hay en el mercado del grupo electrógeno es muy cambiante y se diversifica en todas las provincias del Ecuador.
- La elaboración de un plan de marketing parte de la necesidad de encontrar estrategias para incrementar las ventas mediante la digitalización y el uso publicitario de medios digitales.
- Las estrategias propuestas se implementarán en un periodo de seis meses siendo así un primer plan piloto para evaluar depurar y mejorar la publicidad dentro de medios digitales por el motivo de que nunca antes se ha implementado ni se ha digitalizado la empresa por medios pagados.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda utilizar las estrategias propuestas como plan piloto dentro de medios pagados.
- Mejorar el proceso de branding para aumentar la captación de nuevos leads los cuales formaran parte de una nueva cartera de potenciales clientes.
- Mejorar el alcance de manera digital y de campo para llegar a indistintas regiones las cuales lideran la demanda de generadores eléctricos en indistintos periodos.
- Mantener las alianzas estratégicas, con constructoras ya establecidas.

BIBLIOGRAFÍA

Normativa Ecuatoriana de construcción , 15.1.4.1 (Enero de 2013).

Hallack, C. B.-A.-M. (1 de 04 de 2010). *BID Mejorando vidas*. Obtenido de blogs.iadb.org:

<https://blogs.iadb.org/energia/es/el-sector-electrico-pilar-fundamental-en-la-batalla-contra-la-pandemia-del-covid-19/>

Grupel. 2020. “¿Qué Es Un Grupo Electrógeno?” Retrieved February 3, 2021

(<https://grupel.eu/es/grupel-es/grupo-electrogeno/>).

Juanjo Ramos. 2013. *Marketing de Contenidos. Guía Práctica*. Juanjo Ramos.

Sanangustín Eva. 2020. *Vender Más Con Marketing Digital*. Ecoe Ediciones.

Wikipedia, la enciclopedia libre. 2016. “Tendencias de Búsqueda de Google .” 1. Retrieved February 8, 2021 (https://es.wikipedia.org/wiki/Tendencias_de_búsqueda_de_Google).

ANEXOS

Anexo 1

Página Web MPVEcuador

MPV VILLACIS
Ecuador S.A. S.A.
Grupos Electrogenos

Calle N75-B y calle E6 casa E5-91 Barrio Bellavista de carreteras Sector Anansayas
+ (593 2) 3460-154 / 3460-881

Inicio | Somos | Servicios | Marcas | Certificados | Galeria | Clientes | Contáctenos Ahora

Está aquí: Inicio

Inicio

Redes Sociales
f t YouTube

CONTÁCTENOS AHORA
Contamos con taller propio y servicio los 365 días del año.

Acerca de Nosotros | **Linea de Productos** | **Consejos Prácticos**

MPV Ecuador Cía. Ltda. Es una compañía creada para brindar servicios de importación y comercialización de productos en el área de generación eléctrica. El grupo MPV cuenta con oficinas comerciales en Panamá y Miami. Somos una empresa que conoce las necesidades de nuestros clientes ofreciéndoles un servicio de calidad, basados en la confianza y honestidad, empujados dentro de las normas éticas reconocidas por la sociedad.

Ver más

Noticias y Novedades

Servicio de mantenimiento a nivel nacional con personal altamente calificado para cualquier marca de generadores. Contamos con taller propio y servicio los 365 días del año. El respaldo Post-Venta es prioridad para nuestra empresa, por lo que contamos con garantía de fábrica, stock de repuestos y servicio técnico con personal altamente calificado. **Eso es MPV Ecuador Cía. Ltda. Gracias por confiar y crecer con nosotros.**

Ver más

PRIMAAC S.A.S. SVELTUS BaiFa DEUTZ Cummins STAMFORD Perkins DOOSAN

Elaborado por Eslabon Digital

Anexo 2

Página de Facebook

The image shows a screenshot of a Facebook business page for 'Generadores Electricos MPVillacis Ecuador'. The page features a cover photo titled 'Grupos Electrogenos' showing a large blue generator. The profile picture is a yellow generator. The page includes a navigation menu on the left, a 'Citas disponibles' (Available Appointments) section with a grid of time slots for February 25th, and a 'Fotos' (Photos) section with three images of generators. On the right, there is a 'Reservar' (Reserve) button, a 'Comunidad' (Community) section showing 4,627 likes and 552 followers, an 'Información' (Information) section with a map and contact details, and a 'Transparencia de la página' (Page Transparency) section. The page also displays a 5-star rating and 627 likes.

Generadores Electricos MPVillacis Ecuador
@generadoresempy

Grupos Electrogenos

Inicio
Información
Fotos
Opiniones
Videos
Publicaciones
Grupos
Comunidad

Me gusta Compartir

Reservar Enviar mensaje

Citas disponibles

Jul, 25 Feb

11:00	11:30	12:00	12:30
13:00	13:30	14:00	14:30
15:00	15:30	16:00	16:30

Todas las horas corresponden a la zona horaria GMT-5

Ver todo

Fotos

Ver todo

Comunidad Ver todo

4.627 personas le gusta esto
552 personas siguen esto
5 visitas

Información Ver todo

SAN MARCOS

Planta al Terminal Tambo de Caceron, subiendo por la calle Capri, a la izquierda, Calle N740 (10,35 km)
Quito, Ecuador
Cómo llegar
095 405 2211
Contactar con Generadores Electricos MPVillacis Ecuador en Messenger.
mpvillacis.com
Empresa

Transparencia de la página Ver más

Facebook le muestra información para que comprenda mejor el propósito de las páginas. Consulta qué acciones han realizado las personas que administran y publican contenido.

Creación de la página: 20 de abril de 2014

Reacciones

★★★★★
627 Me gusta
6 visitas

Anexo 3

Generador Eléctrico sin cabina



Anexo 4

Generador Eléctrico Cabinado

