



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

INGENIERÍA EN COMERCIO ELECTRÓNICO

TEMA:

**IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MARKETING Y PUBLICIDAD
ONLINE PARA LA PROMOCIÓN DE EMPRESAS DE SERVICIOS DE
LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO; CASO DE ESTUDIO: ASOCIACIÓN DE
EMPRENDEDORES EN SERVICIOS Y MANTENIMIENTO ADONAY.**

AUTORES:

VILLÓN PINELA MARÍA ISABEL

PIEDRA GÓMEZ FREDDY SANTIAGO

TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE:

INGENIERO EN COMERCIO ELECTRÓNICO

TUTOR:

CARVACHE FRANCO ORLY DANIEL

Guayaquil, Ecuador

2017



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

INGENIERÍA EN COMERCIO ELECTRÓNICO

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Villón Pinela María Isabel** y **Piedra Gómez Freddy Santiago**, como requerimiento para la obtención del Título de **Ingeniero en Comercio Electrónico**.

TUTOR

Carvache Franco Orly Daniel

REVISOR

García Sánchez Roberto

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ulloa Armijos Ana Del Rosario

Guayaquil, a los 14 días del mes de marzo del año 2017



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

INGENIERÍA EN COMERCIO ELECTRÓNICO

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotros, **Villón Pinela María Isabel y Piedra Gómez Freddy Santiago**.

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación **Implementación de estrategias de marketing y publicidad online para la promoción de empresas de servicios de limpieza y mantenimiento; caso de estudio: Asociación de Emprendedores en Servicios y Mantenimiento Adonay** previo a la obtención del Título de **Ingeniero en Comercio Electrónico**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación, de tipo **Proyecto Integrador** referido.

Guayaquil, a los 14 días del mes de marzo del año 2017

LA AUTORA

EL AUTOR

Villón Pinela María Isabel

Piedra Gómez Freddy Santiago



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

INGENIERÍA EN COMERCIO ELECTRÓNICO

AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Villón Pinela María Isabel y Piedra Gómez Freddy Santiago**.

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación **Implementación de estrategias de marketing y publicidad online para la promoción de empresas de servicios de limpieza y mantenimiento; caso de estudio: Asociación de Emprendedores en Servicios y Mantenimiento Adonay**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 14 días del mes de marzo del año 2017

LA AUTORA

EL AUTOR

Villón Pinela María Isabel

Piedra Gómez Freddy Santiago



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

INGENIERÍA EN COMERCIO ELECTRÓNICO

CERTIFICADO DE ANTÍPLAGIO

Certificamos que después de revisar el documento final del trabajo de titulación **Implementación de estrategias de marketing y publicidad online para la promoción de empresas de servicios de limpieza y mantenimiento; caso de estudio: Asociación de Emprendedores en Servicios y Mantenimiento Adonay**, realizado por los estudiantes **Villón Pinela María Isabel y Piedra Gómez Freddy Santiago**, fue analizado por el Sistema Antíplagio Urkund, presentando un porcentaje de similitud del 1%, por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

URKUND	
Documento	tesisfinalotro.docx (D25978865)
Presentado	2017-02-23 14:51 (-05:00)
Presentado por	Orly Daniel Carvache Franco (orly.carvache@cu.ucsg.edu.ec)
Recibido	orly.carvache.ucsg@analysis.orkund.com
Mensaje	Mostrar el mensaje completo
	1% de esta aprox. 23 páginas de documentos largos se componen de texto presente en 1 fuentes.

TUTOR

Carvache Franco Orly Daniel



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

INGENIERÍA EN COMERCIO ELECTRÓNICO

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

MIEMBRO DEL TRIBUNAL 1

MIEMBRO DEL TRIBUNAL 2

MIEMBRO DEL TRIBUNAL 3



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

INGENIERÍA EN COMERCIO ELECTRÓNICO

CALIFICACIÓN

Carvache Franco Orly Daniel

TUTOR

AGRADECIMIENTO

“Dad gracias en todo, porque esta es la voluntad de Dios para con vosotros en Cristo Jesús”.

1 Tesalonicenses 5:18

“Le doy gracias a Dios porque me ha dado la vida, brindándome su infinita misericordia en mis momentos de adversidad, otorgándole a Él toda la Gloria, toda la Honra y la Alabanza en esta meta alcanzada.

Agradezco a mis padres, por su amor y apoyo incondicional, por ser mi motor de impulso diario para dar mi mayor esfuerzo en todo lo que hago.

Gracias a las Autoridades y Catedráticos de esta prestigiosa Institución, quienes con tenacidad, comprensión y responsabilidad me supieron impartir todos los conocimientos necesarios y suficientes para poder continuar y poder afrontar nuevos retos.

De igual manera le agradezco al Ing. Carvache Franco Orly Daniel quien fue la guía como tutor de este trabajo de titulación, brindando sus conocimientos, apoyo y dedicación.

También agradezco a mis compañeros de clase, por todos los momentos compartidos, porque siempre estuvimos presentes ayudándonos mutuamente”.

Villón Pinela María Isabel

“Al finalizar este trabajo de titulación previo a la obtención del Título de Ingeniero en Comercio Electrónico, me llena de inmensa alegría y satisfacción personal, sin embargo, no hubiese sido posible sin el aporte y ayuda de personas muy importantes en mi vida por tal motivo agradezco de manera especial.

A Dios mi guiador y ayudador, en todas las etapas y metas propuestas en mi vida, sin el nada hubiese sido posible.

A mis padres, por confiar en mí, por su apoyo incondicional, por cada consejo, en mis momentos de cansancio y agobio, por ser esos amigos inseparables en cada travesía, animándome a continuar adelante.

A mis compañeros y docentes de esta maravillosa institución.

Agradezco de manera especial y sincera al Ing. Carvache Franco Orly Daniel tutor de trabajo de titulación, por su aporte invaluable, por haber sido guía esencial en la realización de este trabajo”.

Piedra Gómez Freddy Santiago

DEDICATORIA

“Porque Jehová da la sabiduría, Y de su boca viene el conocimiento y la inteligencia”.

Proverbios 2:6

“Dedico este trabajo de titulación a:

A mi Dios, Señor Todo Poderoso, por haberme guiado e iluminado en cada etapa de mi vida, cuidándome, brindándome fortaleza y de su sabiduría para continuar en este largo caminar.

A mis padres, mi ayuda incondicional, quienes con su amor, consejo y comprensión, me brindan su apoyo en cada etapa de mi vida.

A mi bisabuela, mis dos abuelas, mis tíos y mis cinco hermanos, quienes siempre están prestos para ayudarme en cualquier circunstancia de mi vida.

A mi pareja y mis grandes amigos por su cariño, su apoyo, su confianza en mí y sus buenos deseos de verme realizar todos mis grandes sueños.

Y de una manera muy especial a dos personas que ya no están presentes en mi vida mi abuelo Bolívar Villón “Mi Papito Boli” como le decíamos de cariño y mi tío Jhonny Villón, ambos quienes fueron mi motivo de inspiración para lograr culminar esta etapa de mi vida”.

Villón Pinela María Isabel

“Dedico este trabajo de titulación a:

A Dios creador de todas las cosas, guiador de mi vida, el que me ha fortalecido en mis momentos de flaqueza, me ha dado de su sabiduría e inteligencia para lograr una más de mis metas.

A mis padres quienes con su esfuerzo día a día me han brindado su apoyo incondicional, en todo lo que he emprendido y han estado en cada momento.

A mis hermanos quienes con su apoyo me han incentivado para continuar en mis estudios profesionales”.

Piedra Gómez Freddy Santiago

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	2
DIAGNÓSTICO	3
Descripción del contexto	3
Antecedentes	4
Experiencias previas sobre el problema	6
JUSTIFICACIÓN	7
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	9
La descripción de la situación del problema	9
La formulación del problema	9
Delimitación del problema.....	10
OBJETIVOS.....	11
Objetivo general.....	11
Objetivos específicos	11
RELACIÓN DEL PROYECTO CON EL PROGRAMA DE ESTUDIO.....	12
MARCO TEÓRICO	13
Marco Conceptual.....	15
DISEÑO METODOLÓGICO	17
Métodos y técnicas utilizados para resolver el problema	17
Estudio exploratorio.....	17
Muestreo.....	17
Diseño de encuesta	18
Presentación de resultados.....	18
Conclusión de resultados	27
Lista de requerimientos funcionales necesarios para la implementación de la propuesta.	28
Criterios para elaborar la propuesta y su validación	29
PLAN DE TRABAJO	31
Cronograma de Actividades.....	31
Recursos	32
Presupuesto	33
LA PROPUESTA	35
Descripción general de la propuesta	35
Campañas de marketing y publicidad.....	45

Filosofía corporativa del caso de estudio	47
Diseño del sitio web.....	48
Colores y semiótica	48
Estructura del sitio web	48
Arquitectura del sitio web.....	48
Bocetos del sitio web	49
Diseño de la base de datos	52
Diseño de tienda online	52
Impacto social y ambiental de la propuesta	55
Nivel de cumplimiento con los requerimientos de la propuesta.....	55
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	56
REFERENCIAS	57
ANEXOS	60
Diseño de la encuesta	60
Imágenes del sitio web realizado.....	61

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Tabla de muestreo	18
Tabla 2: Cronograma de actividades	31
Tabla 3: Presupuesto del proyecto	33
Tabla 4: Flujo de caja a un año	34
Tabla 5: Planificación mensual de envío de newsletter	37

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Personal de la Asociación Adonay	5
Figura 2: Diagrama tipo de sexo de los encuestados	19
Figura 3: Diagrama edad de los encuestados	19
Figura 4: Diagrama de conocimiento sobre empresas de limpieza y mantenimiento	20
Figura 5: Diagrama ventajas de contratar empresas de limpieza y mantenimiento	20
Figura 6: Diagrama aspectos importantes que deberían tener las empresas de limpieza y mantenimiento.....	21
Figura 7: Diagrama herramientas de marketing y publicidad importantes ..	22
Figura 8: Diagrama de redes sociales efectivas para la promoción de empresas de servicios de limpieza y mantenimiento	23
Figura 9: Diagrama elementos en un sitio web	24
Figura 10: Diagrama beneficios de implementación del marketing y publicidad online	25
Figura 11: Diagrama de opinión sobre la implementación del marketing y publicidad online	26
Figura 12: Herramienta MailChimp	38
Figura 13: Herramienta Twak.to.....	39
Figura 14: Herramienta Fbook Page y GetSocial.....	40
Figura 15: Página Testimonios	42
Figura 16: Página Blog	42
Figura 17: Diseño de portada del sitio	43
Figura 18: Diseño tarjeta de presentación	43
Figura 19: Diseño de tríptico	44
Figura 20: Diseño de volante	44
Figura 21: Logo Asociación Adonay	47
Figura 22: Arquitectura del sitio web.....	48
Figura 23: Boceto 1 - Página de Inicio.....	49
Figura 24: Boceto 2 - Página de Nosotros	49
Figura 25: Boceto 3 - Página de Servicios.....	50
Figura 26: Boceto 4 - Página de Galería.....	50
Figura 27: Boceto 4 - Página de Testimonios	51
Figura 28: Boceto 4 - Página de Contacto	51
Figura 29: Base de datos MYSQL	52
Figura 30: Presentación de servicios en tienda online.....	52
Figura 31: Proceso de compra.....	53
Figura 32: Finalización de compra	54
Figura 33: Diseño de encuesta realizada.....	60

RESUMEN

El presente trabajo de titulación, se enfoca en la implementación de las estrategias de marketing y publicidad online necesarias para poder promover y fortalecer los servicios o productos de las empresas de servicios de limpieza y mantenimiento.

Se escogió como caso de estudio a la Asociación de Emprendedores en Servicios y Mantenimiento Adonay, constituida desde el año 2013 como organización de Economía Popular y Solidaria que presta servicios de limpieza a empresas del gobierno. Actualmente intentan elevar su promoción, presentando sus servicios a empresas privadas, dispensarios médicos y residencias.

Luego del análisis de un proceso investigativo no experimental teórico descriptivo con metodología cuantitativa, se considera que la implementación de estrategias de marketing y publicidad online sí ayudaría a la promoción de las empresas de servicios de limpieza y mantenimiento.

Por lo tanto se concluyó que el presente proyecto integrador se constituye como una solución para la promoción y fortalecimiento de los servicios que ofrecen las empresas de servicios de limpieza y mantenimiento.

Así como también este proyecto ayuda a la difusión a través de internet de las de asociaciones apoyadas por el gobierno nacional, como un medio de labor social, en beneficio y desarrollo de las comunidades.

Palabras Claves: comercio electrónico, marketing, publicidad online, servicios de limpieza y mantenimiento.

ABSTRACT

The present titling work, focuses on the implementation of marketing strategies and online advertising, for the strengthening of services and products of companies cleaning and maintenance services.

The case of the Association of Entrepreneurs in Services and Maintenance Adonay was established as a case study, established since 2013 as a Popular and Solidarity Economy organization that provides cleaning services to government companies. Currently we are in its promotion, presenting its services in private companies, medical clinics and residences.

After the analysis of a non-experimental theoretical and descriptive research process with quantitative methodology, it is considered that the implementation of marketing strategies and online advertising would help the promotion of cleaning and maintenance services companies.

Therefore, it was concluded that the present integrative project is constituted as a solution for the promotion and strengthening of the services offered by cleaning and maintenance services companies.

As well as this project helps the diffusion through the internet of those of associations supported by the national government, as a means of social work, for the benefit and development of communities.

Keywords: e-commerce, marketing, online advertising, cleaning and maintenance services.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad existe a nivel nacional e internacional la tendencia de que las pequeñas, medianas y grandes empresas que incursionan sus negocios en internet, tienen la oportunidad de alcanzar un mayor reconocimiento en el mundo de los negocios y mayor captación de potenciales clientes.

La implementación de herramientas de comercio electrónico en cuestión de marketing y publicidad online, son viables para las pequeñas, medianas y grandes empresas que se encuentran en desarrollo, debido a que le proporcionan ayuda a su crecimiento en el mercado nacional e internacional de forma segura y atractiva para el cliente, así como también son apoyo en la optimización de recursos, debido a los beneficios de ahorro económico y de tiempo.

Debido a este planteamiento este proyecto está basado en la solución de la implementación de las estrategias de marketing y publicidad online necesarias para poder promover y fortalecer los servicios de las empresas de servicios de limpieza y mantenimiento. Para lo cual se escogió como caso de estudio a la Asociación de Emprendedores en Servicios y Mantenimiento Adonay.

Esta Asociación fue constituida desde el año 2013 como organización de Economía Popular y Solidaria prestando sus servicios de limpieza a empresas del gobierno, en la cual se identifican las necesidades de ampliar su mercado para ofrecer sus servicios, fortalecer su imagen colectiva como organización, y fortalecer su estrategia de venta basada en la calidad del servicio.

La motivación principal de la realización de este proyecto es ayudar en el crecimiento de las pequeñas, medianas y grandes empresas a través de nuestro aporte con los conocimientos adquiridos en comercio electrónico.

DIAGNÓSTICO

Descripción del contexto

Mediante investigaciones y observaciones realizadas a las empresas que ofrecen el servicio de limpieza y mantenimiento en Ecuador, se observó que no tienen gran presencia en la web, es decir se encuentran pocos sitios web muy básicos, pocos atractivos y de baja usabilidad para los usuarios, así como también se pudo observar que utilizan métodos rutinarios y tradicionales para ofrecer sus servicios, poniéndolo en desventajas con otras empresas.

Por tal motivo la Asociación de Emprendedores en Servicios y Mantenimiento Adonay requiere la implementación de estrategias de marketing y publicidad online, que le permita tener un alto nivel de presencia en la web y poder conseguir potenciales clientes y aumentar sus ingresos. Pero también requieren asesoría para implementar las estrategias de publicidad por medios escritos y de boca a boca.

Antecedentes

Se toma de referencia ciertas tesis antes realizadas como antecedentes investigativos, debido a su aporte con información de importancia para este proyecto:

Verónica Lainez en su tesis “Modelo de un plan de marketing para microempresas de servicios en la parroquia de Jose Luis Tamayo, cantón Salinas, año 2013”, refiere sobre el desarrollo de las microempresas que aportan en la generación de empleo y a la sostenibilidad de los hogares y por ende en la economía del país, desde hace 5 años atrás. (Lainez, 2013)

José Lozano y Omar Sampedro en su tesis “Estudio de pre-factibilidad para la creación de una empresa de servicios de limpieza para hogares en la ciudad de Milagro” indican que es posible desarrollar actividades de calidad y competitividad para fortalecer el concepto de servicios de limpieza, tomando en cuenta que la demanda de este servicio de higienización, en un mercado que crece constantemente. (Lozano & Sampedro, 2011)

Según los trabajos investigados nos da una clara idea del concepto de la importancia que existe sobre el aseo del entorno en el que se rodean como el entorno laboral o el entorno del hogar, siendo este una señal de bienestar proyectando un ambiente de confort lo que incide en que se creen empresas de servicios de limpieza que permitan mantener un ambiente libre de suciedad y de bacterias que pueden afectar a la salud. Así como también podemos observar el aporte que estas empresas generan en un desarrollo económico.

Historia de la Asociación de Emprendedores en Servicios y Mantenimiento Adonay

En este apartado se relata la historia de cómo se creó la Asociación de Emprendedores en Servicios y Mantenimiento Adonay.



Figura 1: Personal de la Asociación Adonay

Fuente: José Morán / El Telégrafo

La Asociación de Emprendedores en Servicios y Mantenimiento Adonay es un emprendimiento que surgió en el año 2012 de un grupo de ciudadanos que dependían del Bono de Desarrollo Humano y vivían a orillas del estero Salado. Debido a el proceso de reubicación por parte de un programa gubernamental se vieron en la necesidad de dejar esta zona y fueron reubicados en el plan Socio Vivienda, en el sector de Nueva Prosperina, sin embargo luego de esto se presentó el inconveniente de la dificultad de conseguir trabajo, puesto que la mayoría se sustentaban con trabajos eventuales y del Bono de Desarrollo Humano que recibían.

El “Instituto de la Economía Popular y Solidaria y el Ministerio de Inclusión Económica y Social” (MIES) le dio la oportunidad de escoger entre cinco planes de emprendimiento, de los cuales nace la Asociación de Emprendedores en Servicios de Limpieza y Mantenimiento Adonay constituida como empresa en el año 2013, que les permitió convertirse en personas emprendedoras y dejar atrás la extrema pobreza en la que se encontraban.

Son 60 socios quienes forman parte de la Asociación manteniendo la presidencia la Sra. Elvia Estupiñán, de 46 años. Esta Asociación empezó prestando sus servicios a instituciones públicas de Guayaquil pero ahora pretende ampliar sus servicios a otros sectores públicos y privados, que les permita incrementar su desarrollo. (El Telégrafo, 2016)

Experiencias previas sobre el problema

Este tipo de empresas que ofrecen servicios de limpieza y mantenimiento requieren un alto nivel de implementación en lo que respecta a estrategias de marketing y publicidad para el fortalecimiento y ampliación de sus servicios.

Las personas que conforman la Asociación Adonay, son personas humildes, emprendedoras y con ganas de superación, puesto que sus ingresos en el sector público han disminuido por las faltas de contrataciones, se generan las siguientes necesidades identificadas, tales como:

- ❖ Ampliar su mercado para ofrecer sus servicios a empresas privadas, dispensarios médicos y residencias.
- ❖ Fortalecer su imagen colectiva como organización.
- ❖ Fortalecer su estrategia de venta basada en la calidad del servicio.

Esta asociación intenta incursionar en el comercio electrónico con la implementación de herramientas digitales como el sitio web, para presentar la imagen colectiva de la organización, y su estrategia de venta basada en la calidad del servicio, presentando testimonios de clientes satisfechos y muestras de sus esfuerzos como organización por la calidad del servicio y búsqueda de la satisfacción al cliente.

JUSTIFICACIÓN

Según el análisis de informes publicados en internet, se observa que la economía de Ecuador se sostiene por sectores principales como la educación, la salud, la agricultura, la manufactura, el transporte, la construcción y el petróleo. Considerando el pensamiento de impulsar nuevos medios de ingreso y desarrollo para el país se plantea que también existen entidades como asociaciones, fundaciones o pequeñas empresas que son un aporte tanto económico y social.

Por tal motivo nuestro proyecto se justifica los siguientes aspectos:

- ❖ Ayuda a la difusión a través del internet de los beneficios que se han obtenido con la creación de asociaciones o fundaciones apoyadas por el gobierno nacional, como un medio de labor social, en beneficio y desarrollo de las comunidades.
- ❖ En la actualidad existe a nivel nacional e internacional la tendencia de que las pequeñas, medianas y grandes empresas que incursionan sus negocios por el internet, tienen la oportunidad de alcanzar un mayor reconocimiento en el mundo de los negocios y mayor captación de potenciales clientes.
- ❖ La relevancia de la implementación de estrategias de marketing y publicidad online para las empresas de servicios de limpieza y mantenimiento les permite la promoción de sus servicios e interacción rápida y eficaz con sus clientes, logrando posicionarse en la web.

- ❖ Para la Asociación Adonay la implementación de estrategias de marketing y publicidad online le servirá para presentar su imagen colectiva y su estrategia basada en la calidad del servicio, mostrando sus esfuerzos como organización por la calidad del servicio y búsqueda de la satisfacción del cliente.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

La descripción de la situación del problema

La Asociación de Emprendedores en Servicios y Mantenimiento Adonay inició como una proyección a un desarrollo social para su comunidad.

Desde que se creó la Asociación Adonay, los dirigentes se han manejado en el proceso comercial con métodos tradicionales los cuales no han tenido éxito en la captación de nuevos clientes, por lo tanto se han visto la necesidad de implementar nuevas estrategias que les permitan darse a conocer, crecer como Asociación y aumentar sus ventas.

Debido a esta situación se presenta la propuesta de la implementación de estrategias de marketing y publicidad online, considerando que en los últimos años la implementación de negocios en el internet ha crecido sin distinción de productos o servicios, podemos observar que existen tipos de negocios desde ropa, comida, mascotas, productos electrónicos, accesorias, etc., por lo cual los servicios de dicha Asociación se puede introducir como negocio en el internet, utilizando las herramientas o técnicas idóneas de promoción online.

La formulación del problema

El problema se formula a través de las siguientes preguntas de investigación:

- ❖ *¿La implementación de estrategias de marketing y publicidad online ayuda a la promoción de empresas de servicios de limpieza y mantenimiento?*
- ❖ *¿Qué herramientas de marketing y publicidad online y offline deberían tener las empresas de servicios de limpieza y mantenimiento?*

- ❖ *¿Cuáles son las redes sociales que son más efectivas para las empresas de servicios de limpieza y mantenimiento?*
- ❖ *¿Qué elementos importantes debería tener el sitio web de una empresa de servicios de limpieza y mantenimiento?*
- ❖ *¿Cuáles son beneficios que obtienen las empresas de limpieza y mantenimiento con la implementación de estrategias de marketing y publicidad online?*

Delimitación del problema

Este proyecto está delimitado para las empresas de servicios de limpieza y mantenimiento. Se escogió a la Asociación de Emprendedores en Servicios y Mantenimiento Adonay como caso de estudio, ubicada en la provincia de Guayas.

- ❖ Campo: Comercio electrónico, marketing y publicidad online.
- ❖ Área: Social.
- ❖ Aspecto: Servicio.
- ❖ Ubicación: Ecuador, Provincia de Guayas, Ciudad Guayaquil.
- ❖ Delimitado a: Configuración e instalación de herramientas de comercio electrónico, marketing y publicidad online.

OBJETIVOS

Objetivo general

Determinar las necesidades del proceso comercial de las empresas de servicios de limpieza y mantenimiento, con la finalidad de desarrollar e implementar estrategias de marketing y publicidad online que permitan promover y fortalecer a dichas empresas.

Objetivos específicos

- ❖ Investigar y determinar las necesidades del proceso comercial de las empresas de Servicios de Limpieza y Mantenimiento.
- ❖ Diseñar una propuesta de estrategias de marketing y publicidad online para las empresas de Servicios de Limpieza y Mantenimiento.
- ❖ Implementar la propuesta de estrategias de marketing y publicidad online en el caso de estudio, la “Asociación de Emprendedores en Servicios y Mantenimiento Adonay”, para poder promover y fortalecer sus servicios.

RELACIÓN DEL PROYECTO CON EL PROGRAMA DE ESTUDIO

Este proyecto integra varios conocimientos adquiridos en el transcurso de nuestra carrera universitaria de las diversas áreas como: comercio electrónico, administración y diseño.

De cada área se escogió las materias necesarias para el desarrollo de nuestro proyecto, tales como:

❖ Comercio Electrónico:

Servicios Web, Seguridad en internet, Base de Datos, Estrategias de Promoción Online, Logística Web, Modelos de Negocios en Comercio Electrónico y Marketing e Investigación de Mercados.

❖ Administración:

Planeamiento Estratégico de Web Site, Administración de Proyectos, Evaluación de Proyectos, Métodos de Pago en Internet, Contabilidad y Costos , Aspecto Legal en Comercio Electrónico y Comunidades Virtuales.

❖ Diseño:

Diseño Gráfico, Interfase Web, Diseño de Sitios Web, Integración de Aplicaciones para Negocios Web y E-Marketing.

Estas áreas y materias se relacionaron a este proyecto para lograr desarrollar la propuesta de implementar de estrategias de marketing y publicidad online para las empresas de Servicios de Limpieza y Mantenimiento.

MARCO TEÓRICO

Empresas de Servicios en Limpieza y Mantenimiento en Ecuador.

Una empresa de servicios de limpieza y mantenimiento provee este tipo de servicio a domicilios, edificios, todo tipo de empresas, áreas verdes y todo tipo de localidad que necesite mantener una buena higiene para su convivencia con la sociedad.

Este tipo de empresa se clasifica en el grupo de empresa:

- 1) Según el tipo de unidad legal: persona jurídica.
- 2) Según la rama de actividad: CIIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas): Sección S.- otros servicios.
- 3) Según el sector económico: clasificación 5.- Servicios.

(INEC, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2012)

La Empresa y el Internet.

En la actualidad “la creciente potencia de tecnología de cómputo ha dado origen a redes de comunicación potentes que las empresas pueden utilizar para tener acceso a inmensos almacenes de información de todo el mundo y coordinar actividades más allá de tiempo y el espacio”. (Laudon & Laudon, 2004)

Estas redes están transformando la forma y la apariencia de las empresas comerciales, sentando las bases de la empresa digital. Casi 600 millones de personas que trabajan en la ciencia, la educación, el gobierno y los negocios, utilizan internet para intercambiar información o llevar a cabo transacciones comerciales con otras empresas de todo el mundo. (Laudon & Laudon, 2004)

De esta manera podemos observar como internet actualmente ayuda a la empresa a mejorar sus objetivos estratégicos, tener excelencia operacional, mejorar su modelo de negocio, a tener ventaja competitiva y tener mejor comunicación con sus clientes y proveedores.

La Empresa y el Marketing Digital.

La relación entre la empresa y el marketing digital consiste en la comunicación con intención comercial entre la empresa y sus clientes, a través de tecnologías de información basadas en el medio del internet. (Junta de Castilla y León & Cámaras de Castilla y León, 2012)

Referente a las técnicas que existen para el marketing digital podemos mencionar las siguientes principales: indicadores analíticos de web, posicionamiento en buscadores (SEO/SEM), email marketing (email masivos), social media, marketing viral y mobile marketing.

La Empresa y el Comercio Electrónico.

Según los autores Kenneth Laudon y Jane Laudon la mayoría de las transacciones comerciales de las empresas aún se realizan a través de los canales convencionales sin embargo en la actualidad están surgiendo muchos clientes y empresas que utilizan internet para el comercio electrónico. (Laudon & Laudon, 2004)

La seguridad y el comercio electrónico.

Acerca de la seguridad de las comunicaciones electrónicas (Laudon & Laudon, 2004) nos indican que es un aspecto importante para control para las compañías que practican el comercio electrónico.

Existen medidas de seguridad como la encriptación, la autenticación, los certificados digitales, los protocolos SSL (capa de zócalos seguros), S-HTTP (protocolo seguro de transporte de hipertexto), que nos permiten emplear el traslado seguro de información a través de internet.

Fundamento Legal

Según la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensaje de Datos del Ecuador, unos de los principales artículos que rigen este tipo de proyecto es:

Ley No. 2002-67 DE LOS MENSAJES DE DATOS -
PRINCIPIOS GENERALES - Art. 5.-

“Confidencialidad y reserva.- Se establecen los principios de confidencialidad y reserva para los mensajes de datos, cualquiera sea su forma, medio o intención. Toda violación a estos principios, principalmente aquellas referidas a la intrusión electrónica, transferencia ilegal de mensajes de datos o violación del secreto profesional, será sancionada conforme a lo dispuesto en esta Ley y demás normas que rigen la materia”. (Documento Ley de Comercio Electrónico del Ecuador, 2002)

Marco Conceptual

En este apartado se habla acerca de conceptos en los que se enmarca este proyecto:

❖ ***Sistemas de Información.***

“Conjunto de componentes relacionados con motivo de procesar, almacenar y distribuir información con el fin de apoyar a los procesos necesarios en la toma de decisiones”. (Laudon & Laudon, 2004)

❖ ***Comercio Electrónico o e-commerce.***

“Es una tecnología que da respuesta a varias necesidades de las empresas y de los consumidores en lo que respecta a reducción de costos, mejoras en la calidad de los productos o servicios ofertados y comunicación entre empresa y clientes”. (Burbano, 2016)

❖ ***Wordpress.***

“Es un sistema de gestión de contenidos (CMS - Content Management System) es open source o de código abierto que permite crear excelentes sitios web, blog o diferentes aplicaciones adaptadas a distintos dispositivos”. (WordPress, s.f.)

❖ ***Social Media.***

Es un medio tecnológico que sirve para la interacción de los usuarios que navegan en el internet, estos pueden ser usuarios regulares o de negocios. Los elementos que se utilizan son la transferencia de texto, fotografías, audio y video. (Revista Merca2.0 , 2013)

❖ ***Tecnología Móvil.***

Las tecnologías móviles han transformado la forma de vivir, que continuará en el futuro previsible. En algunos aspectos, el móvil es una evolución de la tecnología que se ha ido desarrollando con el tiempo. (Nicol , 2013)

❖ ***Email Marketing.***

“Se define como el envío masivo de correos electrónicos a un conjunto de contactos, con el mayor objetivo de promover un mensaje a un varios usuarios a través del correo electrónico de los mismos”. (Sarbacán Software, sl., 2014)

DISEÑO METODOLÓGICO

Métodos y técnicas utilizados para resolver el problema

Con el fin de analizar y determinar que incidencia presenta la implementación de estrategias de marketing y publicidad online para la promoción de empresas de servicios de limpieza y mantenimiento, se realizó un proceso investigativo no experimental, utilizando el método teórico descriptivo, con método de muestro no probabilístico y técnicas de encuestas.

Estudio exploratorio

En este proyecto se utilizó la metodología cuantitativa que permitió identificar y analizar el comportamiento de la problemática presentada de acuerdo a los resultados obtenidos.

Muestreo

El método a utilizado fue muestreo no probabilístico, se realizó las encuestas a estudiantes, empleados y empleadores, aledaños a las empresas de servicios de limpieza y mantenimiento del sector noroeste de la ciudad de Guayaquil.

El tipo de muestro no probabilístico se define como una técnica donde las muestras se recogen en un proceso de selección por parte del investigador y no permite a la población oportunidades iguales de ser elegidos para el motivo de investigación. (Mizner, 2008)

Es decir que las personas encuestadas fueron escogidas por los autores de este proyecto, tomando como referencia los datos obtenidos del censo de población y vivienda del 2010, (INEC, Resultados del censo 2010 de población y vivienda, 2010), se realizó la operación de dividir la población de la ciudad de Guayaquil 2.350.915 para los 4 sectores por cuadrante de la ciudad, obteniendo un valor aproximado

de 587, 72875 de habitantes por sector, y este fue el valor que se calculó como tamaño de población.

Para indicar los valores de la siguiente tabla se utilizó la herramienta Calculadora Estadística NETQUEST (Netquest, 2016)

Grupo individuo	Tamaño población (n)	Heterogeneidad	Margen de Error	Nivel de Confianza	Tamaño muestra (n)
Estudiantes Empleados Empleadores	587, 72875	50%	5%	95%	233

Tabla 1: Tabla de muestreo

Fuente: Elaboración propia

Diseño de encuesta

Se realizó la encuesta por el medio del internet, en la herramienta de google: *Formularios de Google*, formulando un total de 10 preguntas que se difundieron con el siguiente link: <https://goo.gl/forms/OuKkdeG0vtA5pDhp1>

Para ver el diseño de la encuesta, consulte la sección de anexos.

Presentación de resultados

Se obtuvieron un total de 233 encuestas, obteniendo los siguientes resultados, mostrados y analizados de forma descriptiva.

Los procedimientos para la organización, sistematización y análisis de los datos fueron los siguientes:

- ❖ Realizar las preguntas para la encuesta online.
- ❖ Reunir todos los datos obtenidos y crear una base de datos.
- ❖ Realizar el conteo respectivo de datos.
- ❖ Realizar tablas y gráficos estadísticos (herramienta Excel).

1) Sexo de los encuestados.

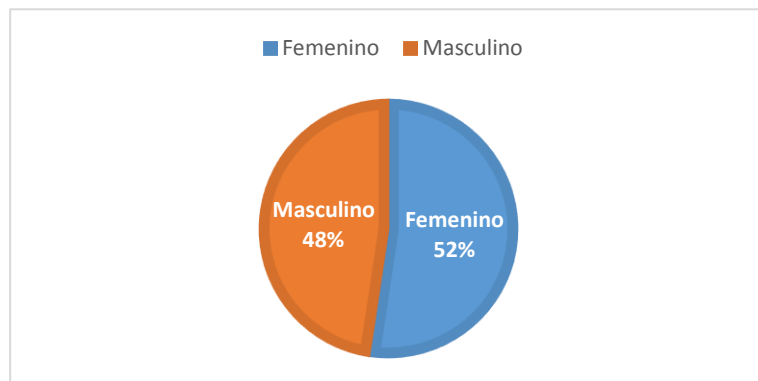


Figura 2: Diagrama tipo de sexo de los encuestados Fuente: Elaboración propia

Los resultados muestran que las personas más encuestadas fueron de sexo femenino en un 52%. En total se registraron 122 mujeres y 111 hombres.

2) Edad de los encuestados.

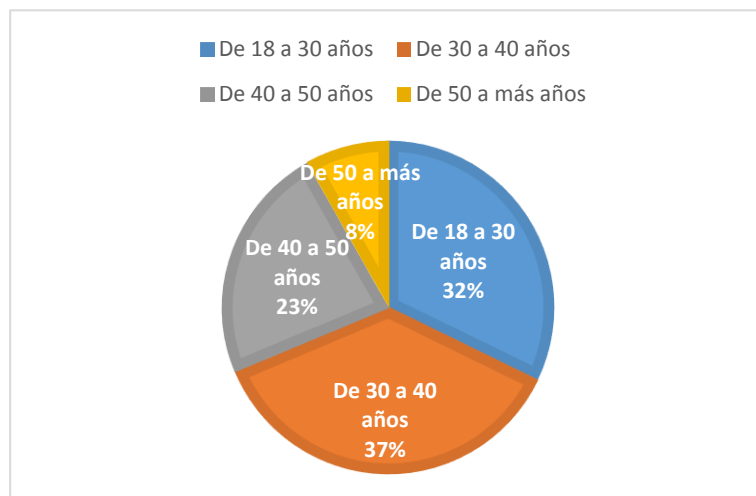


Figura 3: Diagrama edad de los encuestados Fuente: Elaboración propia

Los resultados muestran que un 37% de las personas más encuestadas tenían entre 30 y 40 años de edad. En total se registraron 75 personas “de 18 a 30 años”, 85 personas “de 30 a 40 años”, 54 personas “de 40 a 50 años” y 19 personas “de 50 a más años”.

3) ¿Conoce o usted ha trabajado en empresas que ofrezcan servicios de limpieza y mantenimiento (privadas o públicas)?

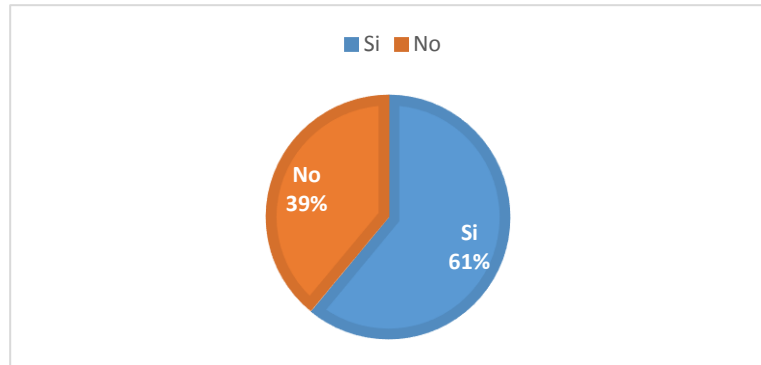


Figura 4: Diagrama de conocimiento sobre empresas de limpieza y mantenimiento
Fuente: Elaboración propia

Se muestran en los resultados un 61% de personas que tienen conocimiento o han trabajado en empresas que ofrezcan servicios de limpieza y mantenimiento. Se registraron 142 personas que respondieron “SI” y 91 personas que respondieron “NO”.

4) ¿Qué ventaja(s) considera usted que se obtiene al contratar empresas de servicios de limpieza y mantenimiento?

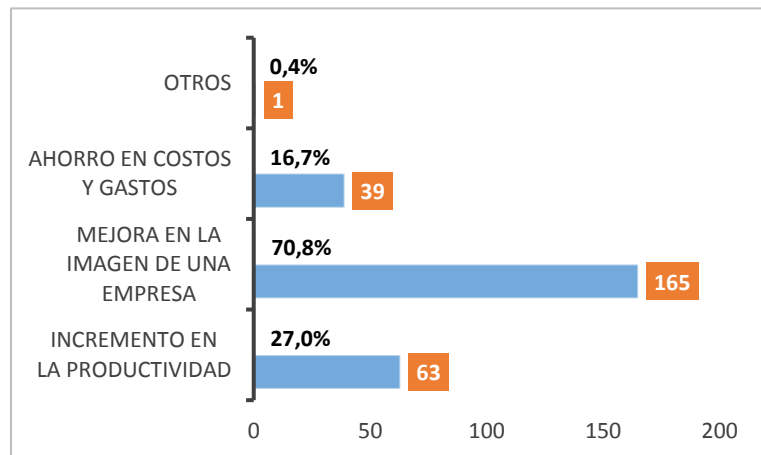


Figura 5: Diagrama ventajas de contratar empresas de limpieza y mantenimiento
Fuente: Elaboración propia

Se muestran en los resultados un 70,8% de personas consideran que la ventaja de mejora en la imagen de una empresa se obtiene al contratar empresas de servicios de limpieza y mantenimiento. Se registraron en porcentajes las opciones que las personas seleccionaron, 27% incremento en la productividad, 70,8% mejora en la imagen de una empresa, 16,7% ahorro en costos y gastos y 0,4% otros.

5) ¿Qué aspectos usted considera importantes que debería tener una empresa de servicios de limpieza y mantenimiento (privada o pública)?

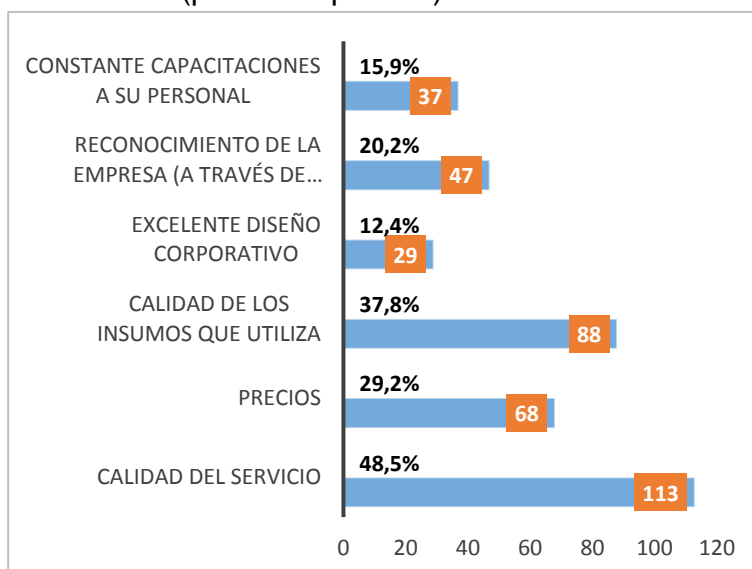


Figura 6: Diagrama aspectos importantes que deberían tener las empresas de limpieza y mantenimiento

Fuente: Elaboración propia

En los resultados se destacan 4 aspectos importantes que las personas consideran que deberían tener las empresas de servicios de limpieza y mantenimiento; 48,5% calidad del servicio, 37,8% calidad de insumos que utiliza, 29,2% precios y 20,2% reconocimiento de la empresa (a través de estrategias de marketing y publicidad).

Siendo los registros más bajos 15,9% constantes capacitaciones a su personal y 12,4% excelente diseño corporativo.

6) En cuestión de marketing y publicidad, cuál de los siguientes herramientas considera usted que es importante para una empresa de servicios de limpieza y mantenimiento.

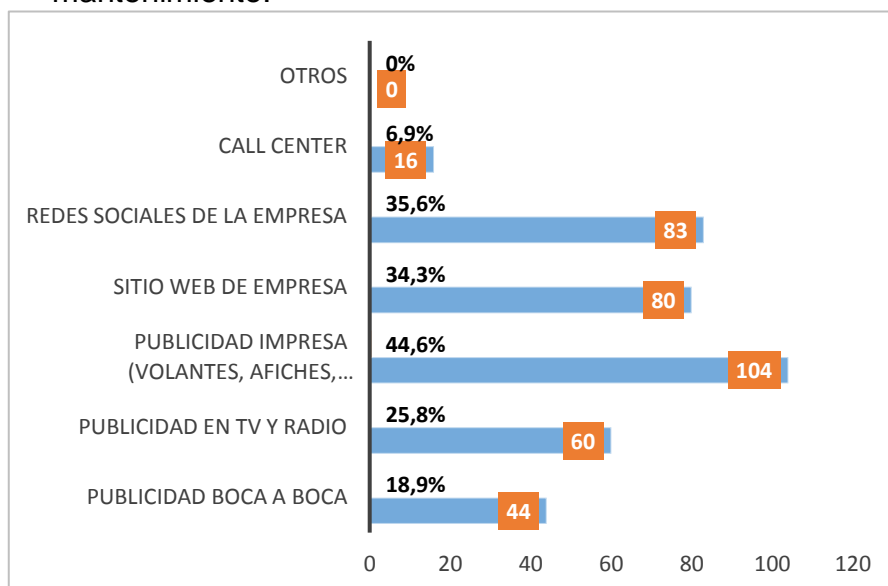


Figura 7: Diagrama herramientas de marketing y publicidad importantes

Fuente: Elaboración propia

Entre los resultados se destacan 4 herramientas importantes de marketing y publicidad que las personas consideran que deberían tener las empresas de servicios de limpieza y mantenimiento; 44,6% publicidad impresa (volantes, afiches, pancartas, tarjetas, etc.), 35,6% redes sociales de la empresa, 34,3% sitio web de la empresa y 25,8% publicidad en tv y radio. Siendo los registros más bajos 18,9% publicidad boca a boca, 6,9% call center y 0% otros.

7) En cuestión de marketing y publicidad online que redes sociales usted considera que son efectivas para promocionar una empresa de servicios de limpieza y mantenimiento.

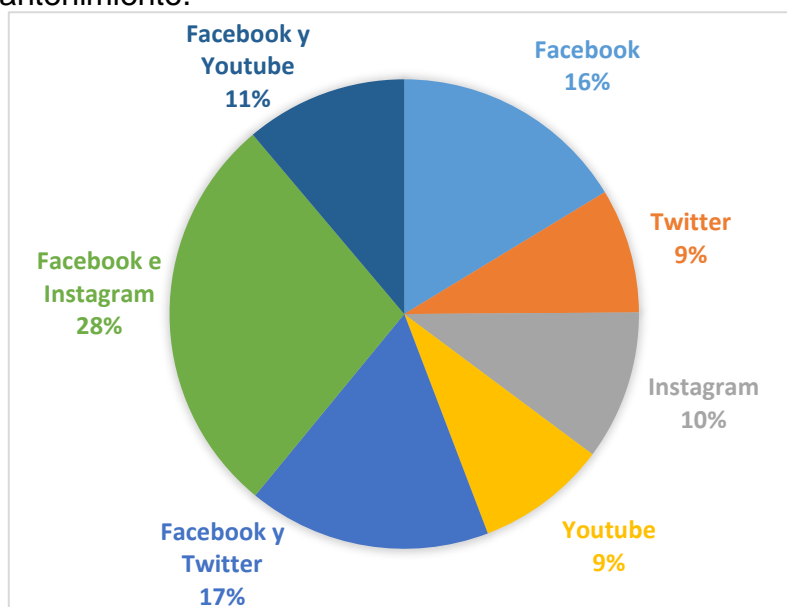


Figura 8: Diagrama de redes sociales efectivas para la promoción de empresas de servicios de limpieza y mantenimiento

Fuente: Elaboración propia

Los resultados muestran que las personas consideran en un 28% que las redes de sociales Facebook e Instagram son las más efectivas para promocionar una empresa de servicios de limpieza y mantenimiento. Sin embargo se puede determinar que la red social Facebook interactúa entre las opciones escogidas por las personas, como se muestran en los demás datos registrados: 16% facebook, 9% twitter, 10% instagram, 9% youtube, 17% facebook y twitter, 11% facebook y youtube.

8) En cuestión de marketing y publicidad online que es lo usted considera que debería haber en un sitio web de una empresa de servicios de limpieza y mantenimiento.

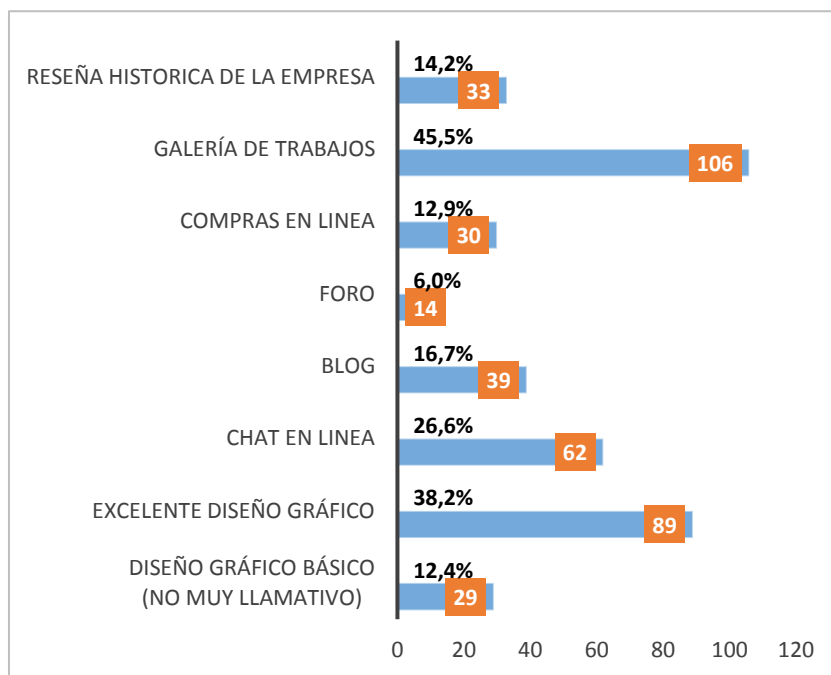


Figura 9: Diagrama elementos en un sitio web

Fuente: Elaboración propia

Los resultados destacan 4 elementos que las personas consideran que debería tener un sitio web de una empresa de servicios de limpieza y mantenimiento; 45,5% galería de trabajos, 38,2% excelente diseño gráfico, 26,6% chat en línea y 16,7% blog. Siendo los registros más bajos 14,2% reseña histórica de la empresa, 12,9% compras en línea, 12,4% diseño gráfico básico (no muy llamativo) y 6% foro.

9) ¿Cuál de los siguientes aspectos usted considera que son beneficios para las empresas de servicios de limpieza y mantenimiento con la implementación del marketing y publicidad online?

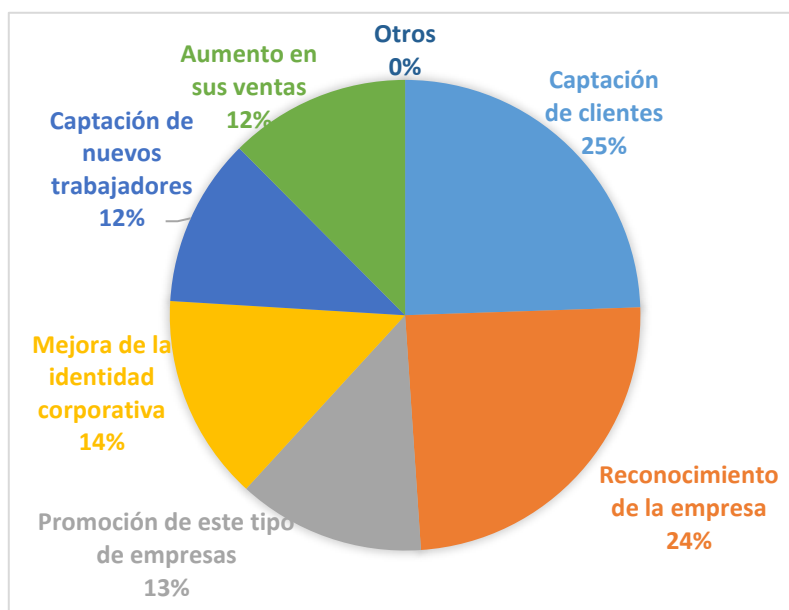


Figura 10: Diagrama beneficios de implementación del marketing y publicidad online

Fuente: Elaboración propia

Se muestran en los resultados un 25% que las personas consideran que la implementación del marketing y publicidad online le da a las empresas de servicios de limpieza y mantenimiento el principal beneficio de captación de clientes y un 24% el beneficio de reconocimiento de la empresa.

También se registraron las demás opciones en un 14% mejora de la identidad corporativa, 12% aumento en sus ventas, 13% promoción de este tipo de empresas y 12% captación de nuevos trabajadores y 0% otros.

10) Usted considera que este tipo de empresas de servicios de limpieza y mantenimiento requieren la implementación de estrategias de marketing y publicidad online.

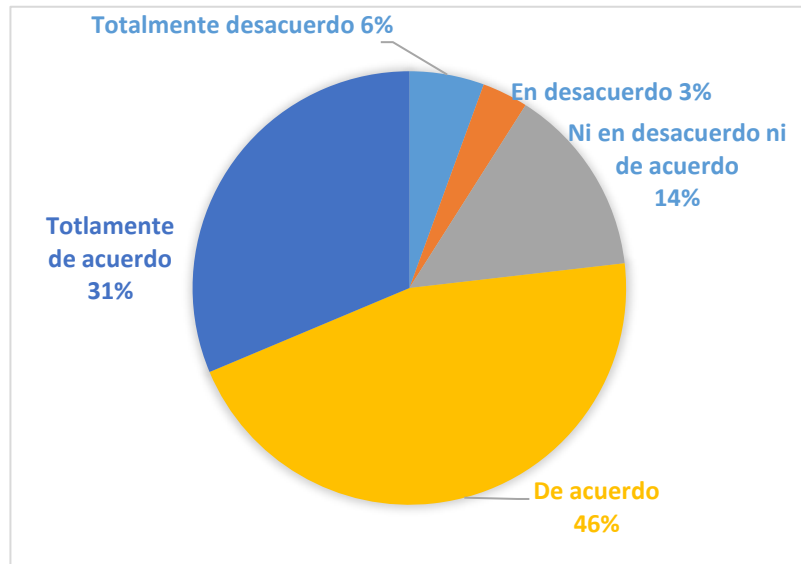


Figura 11: Diagrama de opinión sobre la implementación del marketing y publicidad online

Fuente: Elaboración propia

Los resultados muestran en un 77% que las personas consideran que este tipo de empresas de servicios de limpieza y mantenimiento requieren la implementación de estrategias de marketing y publicidad online, de acuerdo a la unión de los resultados de las opciones; 46% de acuerdo y 31% totalmente de acuerdo. También se registraron los resultados más bajos; 14% ni en desacuerdo ni de acuerdo, 6% totalmente desacuerdo y 3% en desacuerdo.

Conclusión de resultados

De acuerdo a las preguntas de investigación planteadas y a los resultados obtenidos, se pudo determinar los siguientes aspectos:

- ❖ Se considera que la implementación de estrategias de marketing y publicidad online sí ayudaría a la promoción de las empresas de servicios de limpieza y mantenimiento.
- ❖ Existe gran conocimiento o interacción con empresas de servicios de limpieza y mantenimiento, en las personas entre 30 y 40 años de edad.
- ❖ Las empresas de servicios de limpieza y mantenimiento deberían utilizar las herramientas de marketing y publicidad tanto online y offline, tales como: publicidad impresa (volantes, afiches, pancartas, tarjetas, etc.), redes sociales, sitio web, publicidad en tv y radio, publicidad boca a boca.
- ❖ En cuestión de los elementos que debería tener un sitio web de las empresas de servicios de limpieza y mantenimiento, tenemos: galería de trabajos, excelente diseño gráfico, chat en línea, blog; así como también es primordial la interacción con redes sociales, como facebook, twitter e Instagram.
- ❖ Los beneficios que obtendrían las empresas de servicios de limpieza y mantenimiento al implementar estrategias de marketing y publicidad online serían: captación de clientes y reconocimiento de la empresa.

Lista de requerimientos funcionales necesarios para la implementación de la propuesta.

Luego del análisis descriptivo de los resultados obtenidos, se determinó la siguiente lista de requerimientos funcionales que debe cumplir la propuesta:

Diseño:

1. Buena interfaz gráfica.
2. Fácil utilización.
3. Manejo de imágenes y videos.
4. Manejo de textos.
5. Diseño móvil.

Marketing Online:

1. Implementación de mail masivo.
2. Añadir suscriptores.
3. Blog.
4. Formularios.
5. Geolocalización.
6. Chat en línea.

Publicidad Online:

1. Interacción con redes sociales.
2. Diseños de publicidad.
3. Manejo de testimonios.

Se efectuara muestras de una tienda online para este tipo de empresas, con métodos de pago de pago de transferencia bancaria y pago contra reembolso; este procedimiento se efectuara como ejemplo por motivos de emplear los conocimientos adquiridos en la carrera, pero no es un requerimiento pedido por la Asociación Adonay que es la empresa para efecto de nuestro caso de estudio.

Criterios para elaborar la propuesta y su validación

Se utilizaron los siguientes criterios para la elaboración y validación de la propuesta:

1. **Fiabilidad:**

En este criterio trata sobre que la plataforma de comercio electrónico a implementarse para la propuesta debe ser fiable, es decir que sus resultados sean confiables y verídicos.

2. **Seguridad:**

Trata sobre los estándares de seguridad que debe cumplir la plataforma de comercio electrónico, para cumplir con el requerimiento de dar seguridad al cliente en el manejo de información.

3. **Accesibilidad y usabilidad:**

Este criterio trata en que la plataforma de comercio electrónico utilizada cumpla con los criterios de la W3C, en cuestión de fácil uso y operación para todo tipo de usuario en todo el mundo.

4. **Disponibilidad:**

Significa que todos los elementos a utilizarse en la plataforma de comercio electrónico estén disponibles las 24 horas del día y de acceso libre para el usuario.

5. Interacción:

Trata sobre los elementos de interacción de la plataforma con el usuario; estos elementos pueden ser tales como: imágenes, videos, blog, chat en línea, formularios de contacto, redes sociales.

6. Consistencia, contenido y calidad:

Este criterio trata sobre el contenido que se publica en la plataforma, debe ser coherente, de alta calidad, y mantener una actualización constante.

7. Portabilidad:

Significa que la plataforma debe cargar en varios dispositivos, tales como: computadoras de escritorio, computadoras portátiles, tabletas y teléfonos inteligentes.

PLAN DE TRABAJO

Cronograma de Actividades

ACTIVIDADES	MESES			
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4
Elaboración del documento del proyecto integrador Resumen Introducción Diagnostico Justificación Formulación del Problema Objetivos Relación del proyecto con el programa de estudio Marco Teórico Diseño Metodológico Plan de trabajo Propuesta Conclusiones y Recomendaciones Referencias Anexos				
Visitas a las oficinas de la Asociación Adonay				
Visita a los lugares de trabajo de la Asociación Adonay, para toma de fotos.				
Capacitación al personal de la Asociación Adonay en el manejo del sitio web				

Tabla 2: Cronograma de actividades

Fuente: Elaboración propia

Recursos

Este proyecto requirió de ciertos tipos de recursos, tales como:

❖ **Recurso Humano:**

- ✓ El proyecto se elaboró por 2 estudiantes y 1 tutor académico.
- ✓ Se requirió del aporte de los directivos de la Asociación de Emprendedores en Servicios y Mantenimiento Adonay, para la obtención de la información necesaria acerca de la asociación para el sitio web.
- ✓ También se requirió la colaboración de las personas encuestadas para el proceso investigativo del proyecto.

❖ **Recurso Tecnológico:**

Se utilizó 2 computadoras (laptop), 1 impresora, servicio de internet, servicio de hosting y dominio, herramientas Open Source como Wordpress para la elaboración del sitio web con sus respectivos plugins para la interacción de redes sociales, galería, formularios, email masivo, y tienda online.

❖ **Recurso Financiero:**

Se utilizó recursos para financiar la movilización a las oficinas de la Asociación Adonay, para las reuniones necesarias para el proceso de estudio.

❖ **Papelería:**

Para las respectivas correcciones y presentaciones se utilizó, 2 resmas de papel de impresión, tinta de impresora, carpetas, sobres, cd, plumas, empastados.

❖ **Publicidad:**

Roll Up (banner), tarjetas de presentación, trípticos, volantes.

Presupuesto

El presente presupuesto se elaboró de acuerdo a las actividades y los recursos descritos anteriormente.

HADWARE, EQUIPO DE OFICINA Y PAPELERIA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Computadora portátil	2	\$ 1.200,00	\$ 2.400,00
Impresora Hp Deskjet 1515	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Resma de papel de impresión	2	\$ 20,00	\$ 40,00
Tinta de impresora	4	\$ 25,00	\$ 100,00
Plumas, lápices, borradores x 2 c/u	6	\$ 0,50	\$ 3,00
Libretas para apuntes	2	\$ 1,00	\$ 2,00
Carpetas	5	\$ 0,60	\$ 3,00
Sobres	5	\$ 0,60	\$ 3,00
CD	4	\$ 1,50	\$ 6,00
Empastados	4	\$ 40,00	\$ 160,00
TOTAL DE HADWARE, EQUIPO DE OFICINA Y PAPELERIA			\$ 2.867,00
SOFTWARE Y SERVICIOS			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Instalación de WordPress (Open Source)	1	\$ -	\$ -
Internet (4 meses - CNT)	4	\$ 25,00	\$ 100,00
Hosting y Dominio (MIHTTP)	1	\$ 68,38	\$ 68,38
Servicios Básicos x 4 meses (agua y electricidad)	4	\$ 50,00	\$ 200,00
TOTAL DE SOFTWARE Y SERVICIOS			\$ 368,38
TRANSPORTE Y GATOS PERSONALES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Visitas a las oficinas de la Asociación Adonay	6	\$ 20,00	\$ 120,00
Visita a los lugares de trabajo de la Asociación Adonay, para toma de fotos.	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Alimentación x 2 personas	2	\$ 50,00	\$ 100,00
Plan Celular x 2 personas (CLARO)	2	\$ 60,00	\$ 120,00
TOTAL DE TRANSPORTE Y GATOS PERSONALES			\$ 380,00
CAPACITACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Capacitación al personal de la Asociación Adonay en el manejo del sitio web	2	\$ -	\$ -
Alimentación en la capacitación x 6 personal administrativo	6	\$ 20,00	\$ 120,00
TOTAL DE CAPACITACIÓN			\$ 120,00
GASTOS DE PUBLICIDAD			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Roll Up (Banner)	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Diseño de tarjetas de presentación para la Asociación Adonay	1	\$ -	\$ -
Impresión de tarjetas de presentación	100	\$ 25,00	\$ 25,00
TOTAL DE GASTOS DE PUBLICIDAD			\$ 75,00
MANTENIMIENTO			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Mantenimiento de estrategias de marketing y publicidad implementadas (por el primer mes)	1	\$ -	\$ -
TOTAL DE MANTENIMIENTO			\$ -
TOTAL DEL PRESUPUESTO DEL PROYECTO			\$3.810,38

Tabla 3: Presupuesto del proyecto

Fuente: Elaboración propia

Los rubros de: instalación del software WordPress, capacitación al personal de la Asociación Adonay en el manejo del sitio web y mantenimiento de estrategias de marketing y publicidad online implementadas tiene un costo de \$ 0,00 debido a que son parte de actividades que enmarca el proyecto.

Después se plantean las ganancias proyectadas a un año con la implementación del proyecto, se ofrece dos meses gratis y diez meses con costos:

Los costos serían:

- ❖ Capacitaciones 4 horas al mes a \$30 = \$120 mensual
- ❖ Mantenimiento 16 horas al mes a \$30 = \$480 mensual

FLUJO DE CAJA – PRIMER AÑO												
	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
INGRESOS												
Capacitaciones al personal de la empresa	\$ -	\$ -	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00
Mantenimiento de estrategias y publicidad	\$ -	\$ -	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 480,00
TOTAL INGRESOS	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00
EGRESOS												
GASTOS DE HADWARE, EQUIPO DE OFICINA Y PAPELERÍA												
Computadora portátil x 2	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Plumas, lápices, borradores	\$ 3,00		\$ 3,00			\$ 3,00			\$ 3,00			\$ 3,00
Libretas para apuntes	\$ 2,00		\$ 2,00			\$ 2,00			\$ 2,00			\$ 2,00
GASTOS DE SOFTWARE Y SERVICIOS												
Instalación de WordPress (Open Source)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Internet	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00
Hosting y Dominio (MIHTTP)	\$ 68,38											\$ 68,38
Servicios Básicos (agua y electricidad)	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00
GASTOS TRANSPORTE Y GATOS PERSONALES												
Visitas para capacitaciones	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00
Visita a los lugares de trabajo de la empresa para fotografías	\$ 40,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Plan Celular	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00
GASTO DE PUBLICIDAD												
Banner en periódico electrónico de 300 x 250 (sección home)	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00
TOTAL EGRESOS	\$ 213,38	\$ 100,00	\$ 105,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 105,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 105,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 173,38
SALDO FINAL	-\$ 213,38	-\$ 100,00	\$ 495,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 495,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 495,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 426,62
SALDO ACUMULADO	-\$ 213,38	-\$ 313,38	\$ 181,62	\$ 681,62	\$ 1.181,62	\$ 1.676,62	\$ 2.176,62	\$ 2.676,62	\$ 3.171,62	\$ 3.671,62	\$ 4.171,62	\$ 4.598,24

Tabla 4: Flujo de caja a un año

Fuente: Elaboración propia

LA PROPUESTA

Descripción general de la propuesta

Se presenta la propuesta de la implementación y configuración de estrategias de marketing y publicidad online para empresas de servicios de limpieza y mantenimiento, trabajando con la Asociación de Emprendedores en Servicios y Mantenimiento como caso de estudio.

Se propone las siguientes estrategias de marketing y publicidad online que serán implementadas en todas las campañas de venta o actividades realizadas por la Asociación:

❖ **Creación de un sitio web:**

Se crea un sitio web como medio de trabajo para dar a conocer la Asociación Adonay y ofertar sus servicios, para lo cual se implementó el sitio web con la plataforma WordPress.

WordPress excelente y potente plataforma que permite la publicación de gran cantidad contenido en el internet de forma fácil y sencilla debido a las características que posee, el contenido que se cree puede ser en forma de sitio webs o de blog.

Algunas de las características de WordPress son:

- Puede actuar como gestor de contenidos, como blog o como ambos simultáneamente, lo que permite disponer de un sitio web empresarial con su blog corporativo.
- Se integra fácilmente a las redes sociales y posee variedad de plantillas y temas para la utilización de los usuarios.

(Esfera Hosting , 2003)

❖ **Estrategia de posicionamiento:**

- ✓ Posicionar el sitio web utilizando el protocolo **.ec** para dar mayor posicionamiento localmente.
- ✓ Utilización de palabras claves dentro del sitio para indexar a los buscadores.
- ✓ Utilización de estrategias SEO/SEM para posicionamiento en buscadores.

❖ **Estrategia de email marketing:**

Objetivos de la estrategia:

- ✓ Crear un nuevo canal para fidelizar a los usuarios.
- ✓ Crear un nuevo medio para ofertar los servicios que se ofrece y dar a conocer la imagen colectiva de la Asociación Adonay, a través de newsletter.
- ✓ Crear una base de datos de usuarios y potenciales clientes, a través de suscripciones.
- ✓ Aumentar el 10% de la rentabilidad de las campañas de venta realizadas por la Asociación.

Funcionamiento de la estrategia:

- ✓ Crear newsletter, con los siguientes contenidos:
 - Envío de información relevante de la Asociación Adonay.
 - Ofertas o campañas de venta para los suscriptores.
 - Envío de información detallada de los servicios ofertados.
 - Envío de video tutoriales de los servicios ofertados.
 - Fotos y Banners de la asociación y de los servicios ofertados.
 - Envío de tips de limpieza para los suscriptores.
 - Envío de testimoniales para los suscriptores.

- ✓ Se propone enviar 4 newsletter al mes, para la realización del plan de envío considera los aspectos de creación del newsletter, envío, informe estadístico y captación de suscriptores.

El plan de envío se describe en la siguiente tabla:



	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Fines de semana
Semana 1						
Semana 2						
Semana 3						
Semana 4						

Tabla 5: Planificación mensual de envío de newsletter

Fuente: Elaboración propia

Herramienta de email marketing:

- ✓ La herramienta a utilizarse es MailChimp. MailChimp “es un servicio de boletines que le permite enviar campañas de correo electrónico a una lista de suscriptores de correo electrónico, es gratuito para listas de hasta 2000 suscriptores, por lo que es el boletín de servicio de elección para miles de empresas”. (WordPress.ORG, 2017).

- ✓ MailChimp permite: poner formulario de suscripción, diseñar o crear newsletter, obtener informes detallados de los newsletter enviados, crear listas de suscriptores.

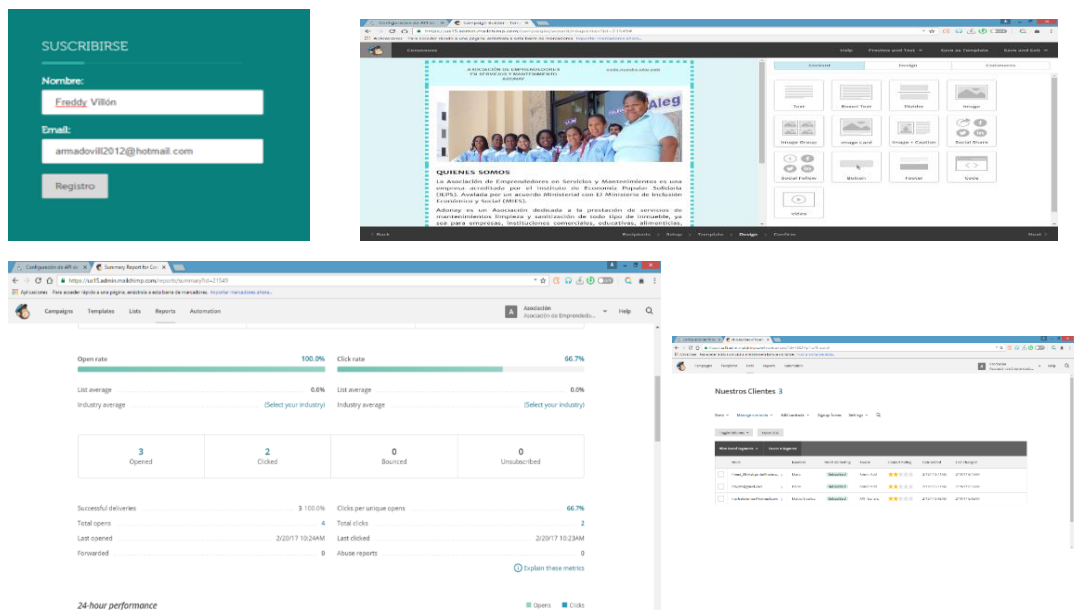


Figura 12: Herramienta MailChimp

Fuente: Elaboración propia

❖ **Estrategia de chat online:**

Objetivos de la estrategia:

- ✓ Conocer las dudas o inquietudes de los usuarios, para poder mejorar los servicios ofertados.
- ✓ Detectar problemas que existan en el funcionamiento o en el diseño del sitio web.
- ✓ Dar respuesta rápida y eficaz a las necesidades de los usuarios.

Funcionamiento de la estrategia:

- ✓ Se capacita al personal de la Asociación Adonay en el manejo de la herramienta de chat online y se establecen protocolos de saludos, formas de cordial respuesta y mensajes despedida para las conversaciones entre el personal de la Asociación con el usuario.

- ✓ Se estable y se configura que el chat online esté disponible 24/7, para esto se configura para que la herramienta de chat online este activa en computadoras y en móviles, tanto para el personal de la Asociación como para el personal de mantenimiento.

Herramienta de chat online:

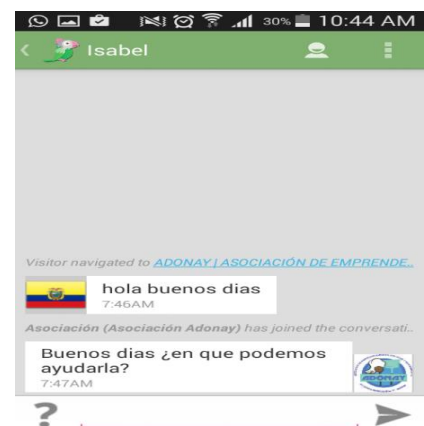
- ✓ La herramienta utilizada es Tawk.to “una aplicación de mensajería gratuita que te permite monitorear y chatear con visitantes en su sitio web o desde una página personalizable gratuita” (Tawk.to, 2016)

Las características principales de Tawk.to son:

- Fácil configuración para insertar widget de chat en un sitio web.
- Permite invitar miembros y accesos directos para charlar con los visitantes en un sitio web.
- Permite monitorear y analizar el progreso del historial de los chats.
- Posee aplicación móvil para mayor utilización.



Figura 13: Herramienta Twak.to



Fuente: Elaboración propia

❖ **Estrategia de interacción de redes sociales:**

Objetivos de la estrategia:

- ✓ Dar a conocer y posicionar la marca de la Asociación Adonay.
- ✓ Fidelización de usuarios o clientes.
- ✓ Crear una comunidad social.
- ✓ Crear una participación activa entre la Asociación Adonay y los usuarios o clientes.

Funcionamiento de la estrategia:

- ✓ Dentro del sitio web se implementó dos herramientas viables para dar a conocer y permitir la interacción con las redes sociales de la Asociación. Estas herramientas son:
 - Fbook Page widget ex like box y GetSocial: Lo que permitió colocar el Fan Page de Facebook de la Asociación y un menú colgante de redes sociales.

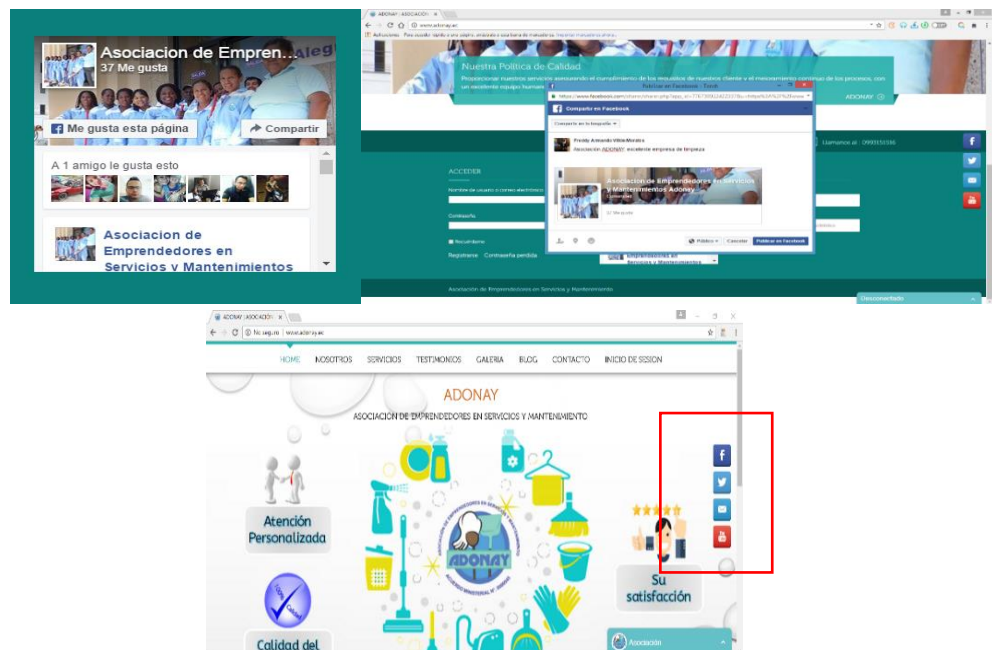


Figura 14: Herramienta Fbook Page y GetSocial

Fuente: Elaboración propia

- ✓ En la red social facebook, se establecieron las siguientes actividades:
 - Compartir: fotografías de actividades recreativas o sociales y trabajos realizados por la Asociación, de los servicios realizados, ilustraciones que generen conceptos de empatía (participación efectiva entre personas), y videos de documentales, testimoniales, actividades, y trabajos realizados.
 - Compartir contenido de valor: información sobre la Asociación, los servicios que oferta, entrevistas, encuestas, tips de limpieza.
 - Crear: concursos, promociones, campañas de venta.
 - Segmentar las publicaciones para cada tipo de usuario registrado, también controlar los tiempos de publicaciones.
 - Utilización de la herramienta de anuncios de facebook.
 - Conectar la red social facebook con otras redes sociales de la Asociación y con el sitio web, con el fin de compartir contenido.
 - Utilización de herramienta beetalier para medir y ver como se incrementa las visitas a página.
- ✓ En la red social twitter, se establecieron las siguientes actividades:
 - Compartir twist con contenido de relevancia incluyendo fotografías, ilustraciones y videos de actividades recreativas o sociales y trabajos realizados por la Asociación.

- ✓ Creación de redes sociales en Youtube e Instagram para la Asociación, para obtener mayor interacción con los usuarios.

❖ **Estrategia de marketing relacional:**

- ✓ Se estableció la interacción con los usuarios para dar a conocer la calidad de los servicios, con la implementación de testimonios en el sitio web.

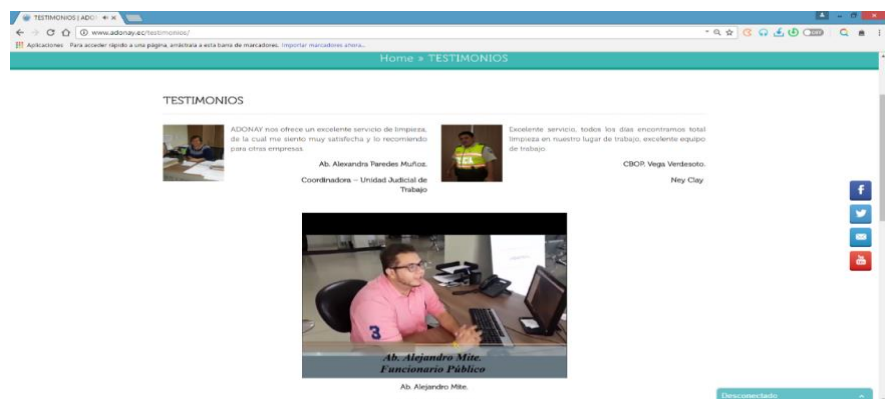


Figura 15: Página Testimonios

Fuente: Elaboración propia

- ✓ Se definió como estrategia generar aporte a la sociedad con la implementación de un Blog en el sitio web, donde se muestran distintos temas de limpieza para los usuarios y que se pueden compartir en redes sociales.

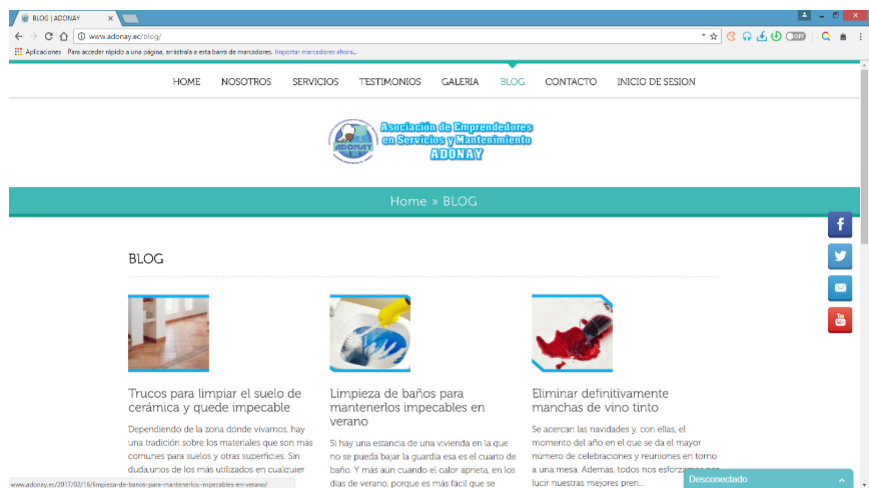


Figura 16: Página Blog

Fuente: Elaboración Propia

También se planteó la realización de encuestas que permitan identificar inquietudes, problemas a mejorar y mostrar al cliente o usuario que su opinión es de vital importancia.

❖ **Estrategia de publicidad:**

- ✓ Se pretende la utilización de publicidad en periódicos electrónicos uno cada mes (banner publicitario).
- ✓ Se realizaron varios diseños para publicidad online y offline:
 - Diseño de portada del sitio web, se estableció realizar cambio de diseño cada mes.



Figura 17: Diseño de portada del sitio

Fuente: Elaboración propia

- Diseño de tarjeta de presentación, se estableció cambio del diseño anual.



Figura 18: Diseño tarjeta de presentación

Fuente: Elaboración propia

- Diseño de tríptico se estableció cambio de diseño cada dos meses.

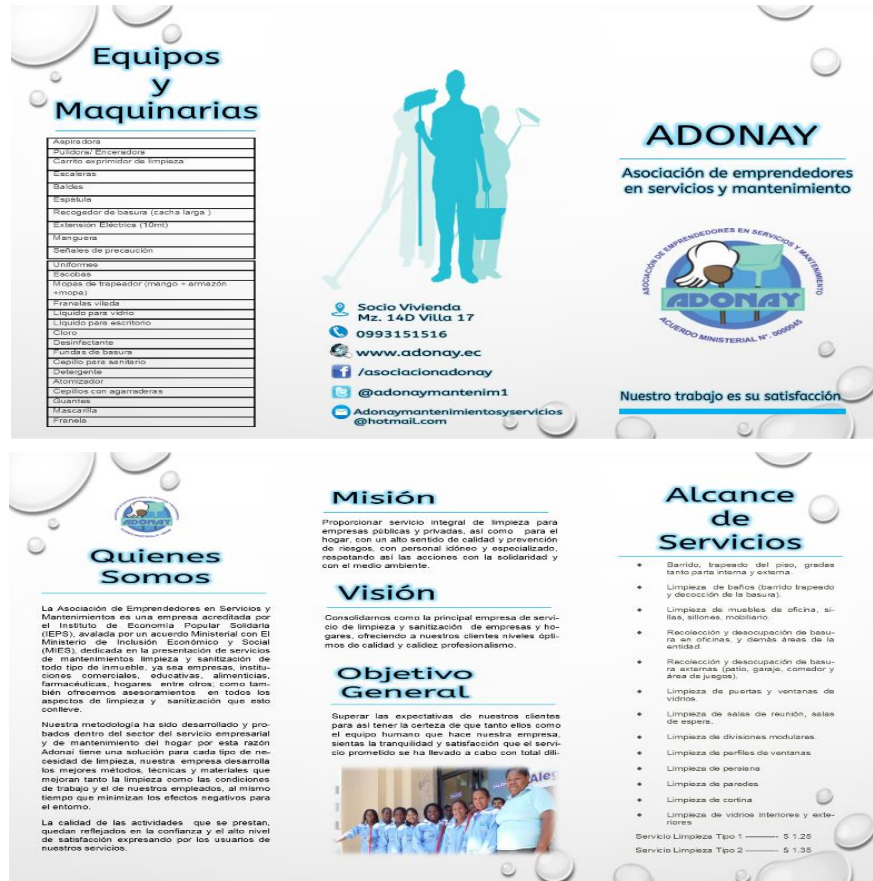


Figura 19: Diseño de tríptico

Fuente: Elaboración propia

- Diseño de volante, se estableció cambio de diseño cada dos meses.



Figura 20: Diseño de volante

Fuente: Elaboración propia

Campañas de marketing y publicidad

De acuerdo a las reuniones realizadas con la Asociación Adonay se establecieron dos campañas de venta a introducirse en el sector industrial y en sector empresarial.

- ❖ Campaña del 10% de descuento en los servicios, para el sector empresarial del noroeste de Guayaquil.
- ❖ Campaña de promoción del servicio “Limpieza de un baño gratis”, para el sector empresarial del noroeste de Guayaquil, con el fin de promocionar la calidad del servicio.

Se propone la implementación de todas las estrategias descritas anteriormente durante el tiempo de ejecución del proyecto, así como también se establece las capacitaciones para el personal de la Asociación en cada una de las estrategias para que ellos mantengan el proyecto en funcionamiento.

La primera campaña se realizara a partir de Abril del presente año, para lo cual se ha descrito como será la implementación de las estrategias de marketing y publicidad online propuestas en esta campaña.

Servicio de calidad a un precio competitivo propuesta: 10% de descuento para empresas en mes de Abril 2017

Estrategia del sitio web y chat online para la campaña Abril 2017:

Publicación de LandPage con promoción del 10% ampliamente explicada, incentivando a comunicarse por el chat online para mayores detalles, mostrando contacto telefónico para mayor información y mostrar la opción de suscriptores.

Email marketing para la campaña Abril 2017:

Envío de newsletter a toda la base de datos de suscriptores y fans de la Asociación captados en el sitio web y redes sociales, utilizando MailChimp con capacidad de medir la efectividad de la campaña.

Estrategia interacción de redes sociales para la campaña Abril

2017:

Facebook: Compartir con video promocional e imágenes y concurso de la promoción:

- ❖ Concurso: Dale “Me gusta” o “Me encanta” a nuestra promoción y compártela para ganar, mientras más compartas tienes más oportunidad. Los ganadores del concurso de facebook ganaran una limpieza gratis de una área de 100 m2).
- ❖ Armar grupo en facebook para Adonay y comunicar la promoción.
- ❖ Compartir amplios textos incentivando a la comunicación bidireccional, entre los usuarios y la Asociación. Para que los usuarios opinen y se interesen en la promoción.



Me gusta



Me encanta

Twitter: Envió de twist a seguidores comunicando la promoción, con video promocional incentivando a ir al sitio web para mayor detalle de la misma.

Youtube: Publicación de video promocional presentando la calidad del servicio y la campaña del descuento 10% para empresas, mostrando los servicios con los clientes actuales y testimonios de clientes, mostrando en el video un link incentivando a visitar el sitio web.

Estrategia de publicidad para la campaña Abril 2017:

Creación de diseño de portada con la promoción en el sitio web, y creación de diseños para tríptico y volante con la promoción.

Filosofía corporativa del caso de estudio



Figura 21: Logo Asociación Adonay

Fuente: Elaboración propia

La Asociación de Emprendedores en Servicios y Mantenimientos es una empresa acreditada por el Instituto de Economía Popular Solidaria (IEPS). Avalada por un acuerdo Ministerial con El Ministerio de Inclusión Económico y Social (MIES).

Adonay es un Asociación dedicada a la prestación de servicios de mantenimientos limpieza y sanitización de todo tipo de inmueble, ya sea para empresas, instituciones comerciales, educativas, alimenticias, farmacéuticas, hogares, entre otros.

Visión

Consolidarnos como la principal empresa de servicio de limpieza y mantenimientos dentro de empresas públicas, privadas y hogares, ofreciendo a nuestros clientes niveles óptimos de calidad, calidez profesionalismo.

Misión

Proporcionar servicio integral de limpieza para empresas públicas y privadas, así como para el hogar, con un alto sentido de calidad, con personal idóneo y especializado, con materiales amigables al medio ambiente.

Objetivo General

Superar las expectativas de nuestros clientes para así tener la certeza de que tanto ellos como el equipo humano que hace nuestra empresa, sientan la tranquilidad y satisfacción que el servicio prometido se ha llevado a cabo con total diligencia, profesionalismo y honestidad.

Diseño del sitio web

Colores y semiótica

Los colores corporativos tienen una relación directa con el propósito de la empresa, por cual se combinó los colores: blanco, celeste y turquesa; generando limpieza, tranquilidad y pureza en los servicios ofertados al cliente.

Estructura del sitio web

Se utilizó la plataforma WordPress con la implementación de la plantilla ButterBelly, que se acoge con los colores y funcionalidades requeridas. El sitio web queda implementado con el dominio www.adonay.ec

Arquitectura del sitio web

En la creación sitio web se utilizara la arquitectura cliente/servidor que permite la interacción entre el usuario que navega en internet y la información que existe el servidor donde se encuentra alojada. La arquitectura cliente/servidor utiliza 3 capas: capa cliente, capa intermedia y capa servidor.



Figura 22: Arquitectura del sitio web

Fuente: Elaboración propia

Bocetos del sitio web

Boceto 1: Página de Inicio

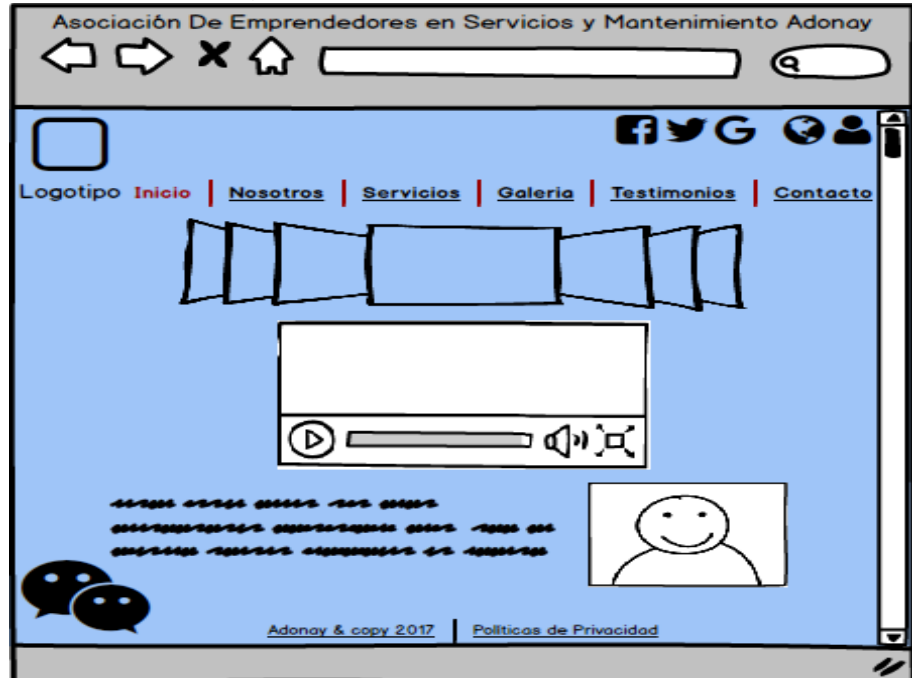


Figura 23: Boceto 1 - Página de Inicio

Fuente: Balsamiq Mockups - Elaboración propia

Boceto 2: Página de Nosotros

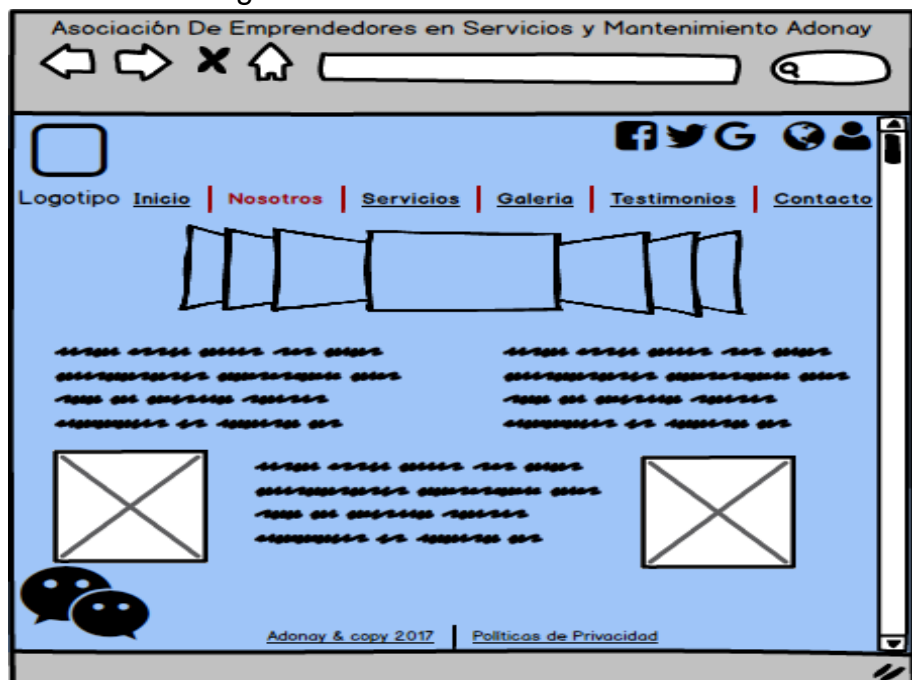


Figura 24: Boceto 2 - Página de Nosotros

Fuente: Balsamiq Mockups - Elaboración propia

Boceto 3: Página de Servicios

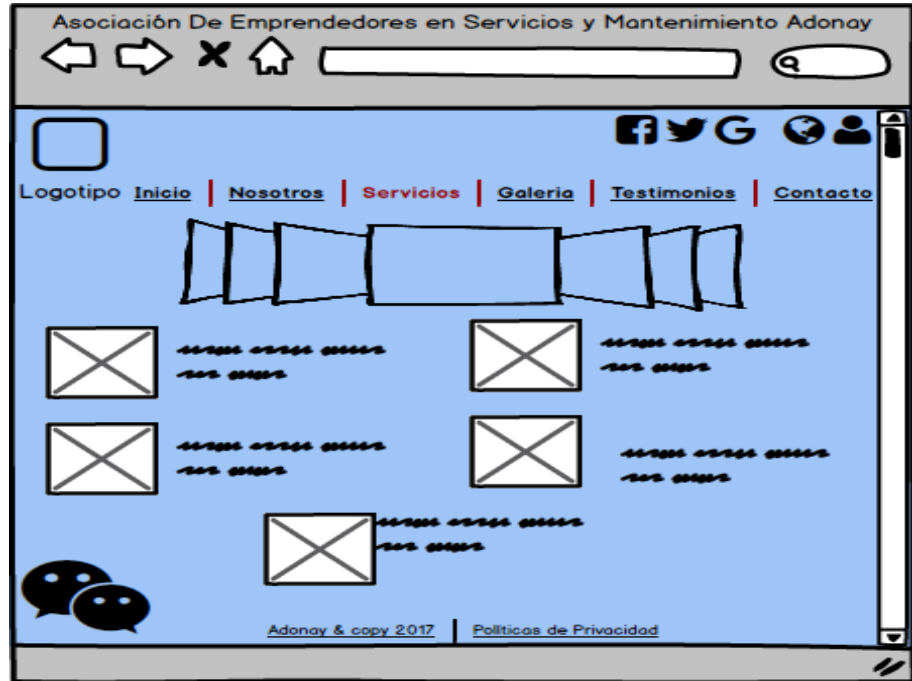


Figura 25: Boceto 3 - Página de Servicios
Fuente: Balsamiq Mockups - Elaboración propia

Boceto 4: Página de Galería

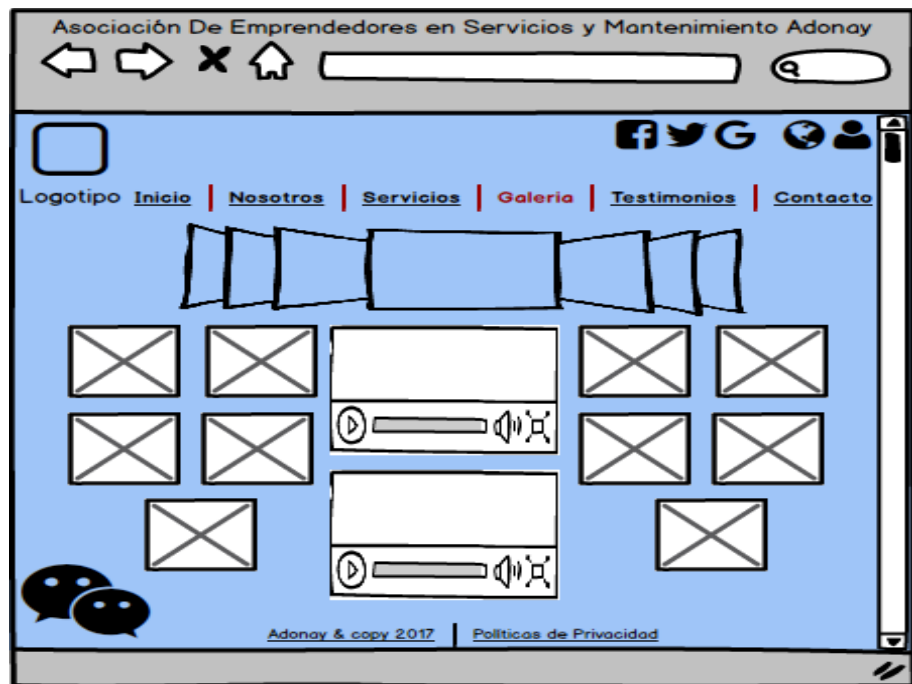


Figura 26: Boceto 4 - Página de Galería
Fuente: Balsamiq Mockups - Elaboración propia

Boceto 5: Página de Testimonios

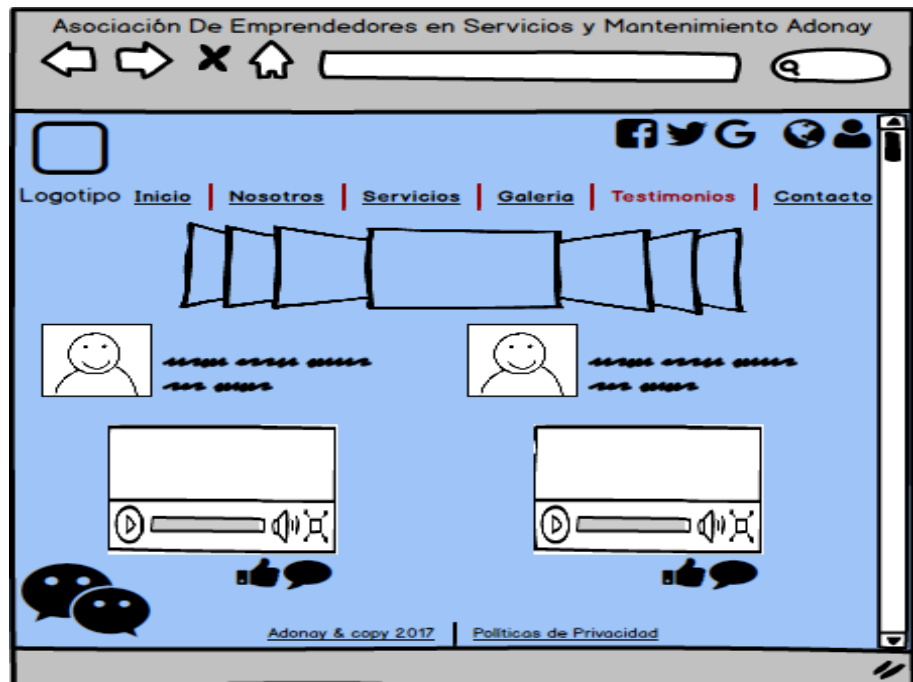


Figura 27: Boceto 4 - Página de Testimonios
Fuente: Balsamiq Mockups - Elaboración propia

Boceto 6: Página de Contacto

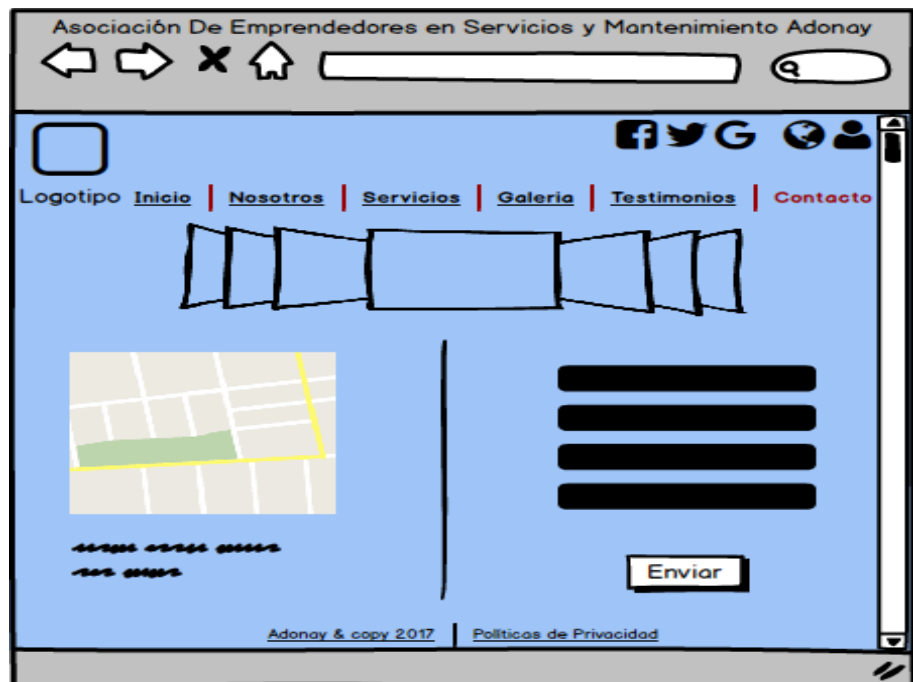


Figura 28: Boceto 4 - Página de Contacto
Fuente: Balsamiq Mockups - Elaboración propia

Diseño de la base de datos

Tabla	Acción	Tipos	Caracteres	Tamaño	Residuo a depurar
wp3c_comments	Examinar Estructura Buscar Insertar Vaciar Eliminar	MyISAM utf8_general_ci	4 KB		
wp3c_commentsmeta	Examinar Estructura Buscar Insertar Vaciar Eliminar	MyISAM utf8_general_ci	7.5 KB		
wp3c_links	Examinar Estructura Buscar Insertar Vaciar Eliminar	MyISAM utf8_general_ci	1 KB		
wp3c_opinions	Examinar Estructura Buscar Insertar Vaciar Eliminar	MyISAM utf8_general_ci	275 KB	4.300	
wp3c_postmeta	Examinar Estructura Buscar Insertar Vaciar Eliminar	MyISAM utf8_general_ci	143.9 KB	768	
wp3c_posts	Examinar Estructura Buscar Insertar Vaciar Eliminar	MyISAM utf8_general_ci	284.7 KB		
wp3c_postmeta	Examinar Estructura Buscar Insertar Vaciar Eliminar	MyISAM utf8_general_ci	9.3 KB		
wp3c_posts	Examinar Estructura Buscar Insertar Vaciar Eliminar	MyISAM utf8_general_ci	21.3 KB		
wp3c_term_relationships	Examinar Estructura Buscar Insertar Vaciar Eliminar	MyISAM utf8_general_ci	1.3 KB	148	
wp3c_term_taxonomy	Examinar Estructura Buscar Insertar Vaciar Eliminar	MyISAM utf8_general_ci	42.3 KB		
wp3c_usermeta	Examinar Estructura Buscar Insertar Vaciar Eliminar	MyISAM utf8_general_ci	13.8 KB	1184	
wp3c_users	Examinar Estructura Buscar Insertar Vaciar Eliminar	MyISAM utf8_general_ci	7.5 KB	128	
wp3c_woocommerce_api_keys	Examinar Estructura Buscar Insertar Vaciar Eliminar	MyISAM utf8mb4_unicode_520_ci	2 KB		
wp3c_woocommerce_attribute_taxonomies	Examinar Estructura Buscar Insertar Vaciar Eliminar	MyISAM utf8mb4_unicode_520_ci	4 KB		
wp3c_woocommerce_downloadable_product_permissions	Examinar Estructura Buscar Insertar Vaciar Eliminar	MyISAM utf8mb4_unicode_520_ci	4 KB		
wp3c_woocommerce_order_itemmeta	Examinar Estructura Buscar Insertar Vaciar Eliminar	MyISAM utf8mb4_unicode_520_ci	4 KB		
wp3c_woocommerce_order_items	Examinar Estructura Buscar Insertar Vaciar Eliminar	MyISAM utf8mb4_unicode_520_ci	1 KB		
wp3c_woocommerce_payment_tokenmeta	Examinar Estructura Buscar Insertar Vaciar Eliminar	MyISAM utf8mb4_unicode_520_ci	4 KB		
wp3c_woocommerce_payment_tokens	Examinar Estructura Buscar Insertar Vaciar Eliminar	MyISAM utf8mb4_unicode_520_ci	1 KB		
wp3c_woocommerce_sessions	Examinar Estructura Buscar Insertar Vaciar Eliminar	MyISAM utf8mb4_unicode_520_ci	1 KB		
wp3c_woocommerce_shipping_zones	Examinar Estructura Buscar Insertar Vaciar Eliminar	MyISAM utf8mb4_unicode_520_ci	1 KB		
wp3c_woocommerce_shipping_zone_locations	Examinar Estructura Buscar Insertar Vaciar Eliminar	MyISAM utf8mb4_unicode_520_ci	4 KB		
wp3c_woocommerce_shipping_zone_methods	Examinar Estructura Buscar Insertar Vaciar Eliminar	MyISAM utf8mb4_unicode_520_ci	1 KB		
wp3c_woocommerce_tax_rates	Examinar Estructura Buscar Insertar Vaciar Eliminar	MyISAM utf8mb4_unicode_520_ci	4 KB		
wp3c_woocommerce_tax_rate_locations	Examinar Estructura Buscar Insertar Vaciar Eliminar	MyISAM utf8mb4_unicode_520_ci	4 KB		
25 tablas	Número de filas	1.134	MyISAM utf8_general_ci	729 KB	4.1 KB

Figura 29: Base de datos MySQL

Fuente: localhost phpMyAdmin - Elaboración propia

Diseño de tienda online

Para efecto de este proyecto no fue requerida la implementación de una tienda online, sin embargo se efectuaron muestras de cómo se implementaría una tienda online para este tipo de empresa.

Para la realización de la tienda online se utilizó la herramienta WooCommerce la cual cumplió con las funciones de: publicación de los servicios principales ofertados con su respectiva descripción, proceso de venta (carrito de compras) y proceso de facturación.

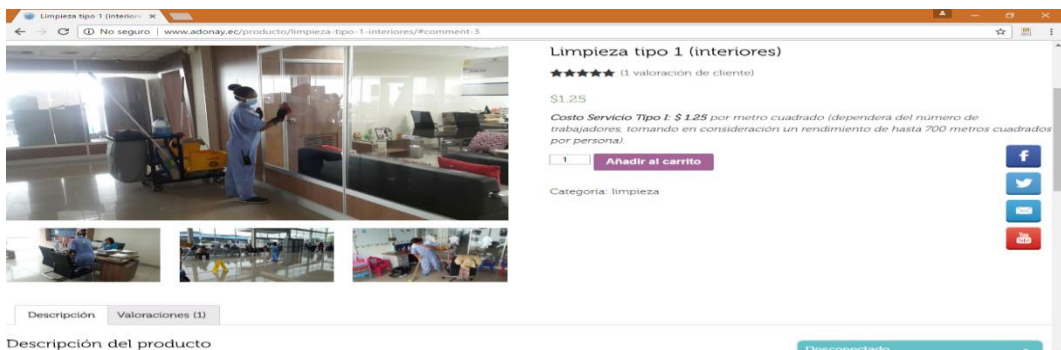


Figura 30: Presentación de servicios en tienda online

Fuente: Elaboración propia

Debido a la naturaleza de este tipo de empresas se determinó los métodos de pago: de transferencia bancaria y pago contra bolso, por ser los métodos más confiables y accesibles para este tipo de empresas.

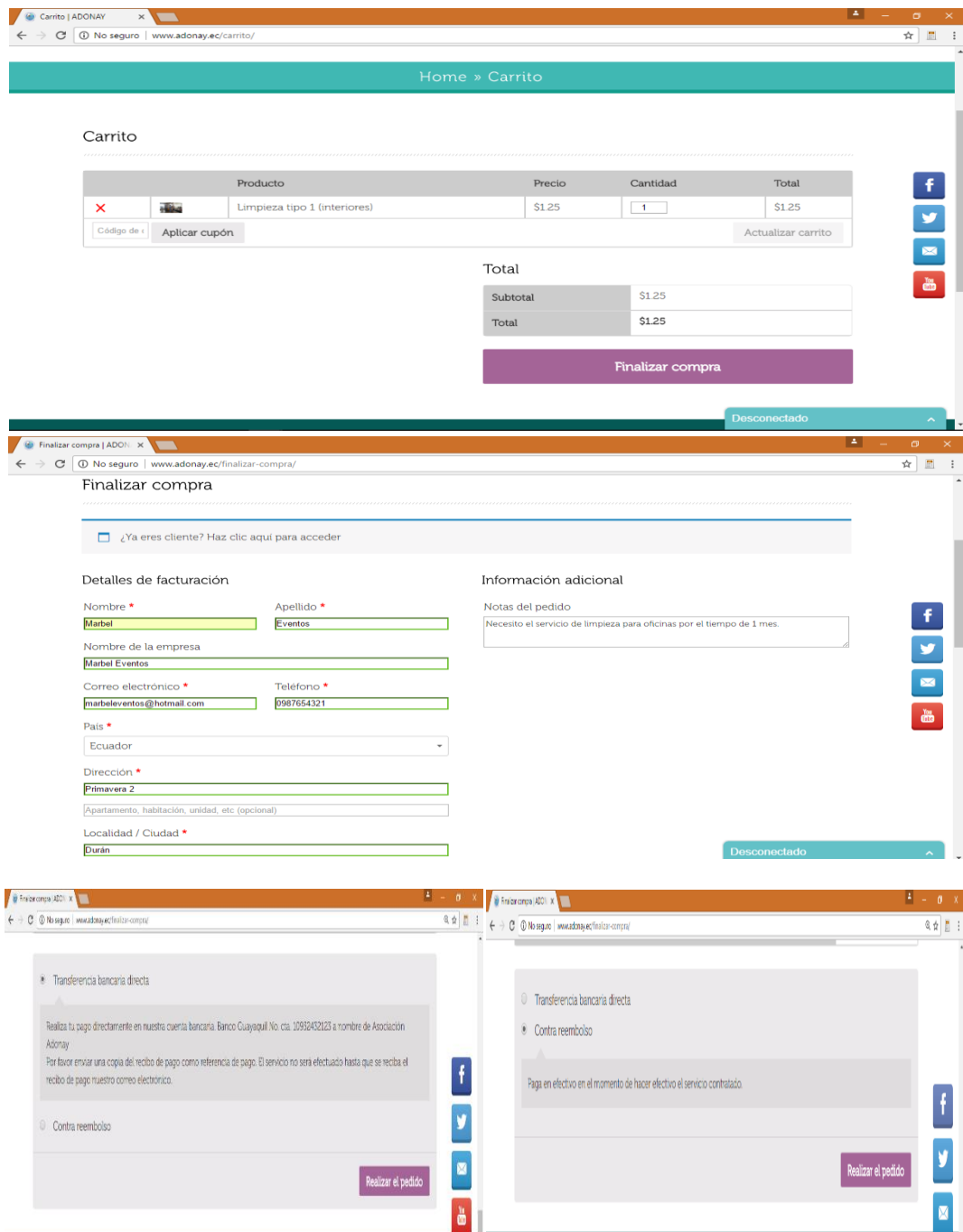


Figura 31: Proceso de compra

Fuente: Elaboración propia

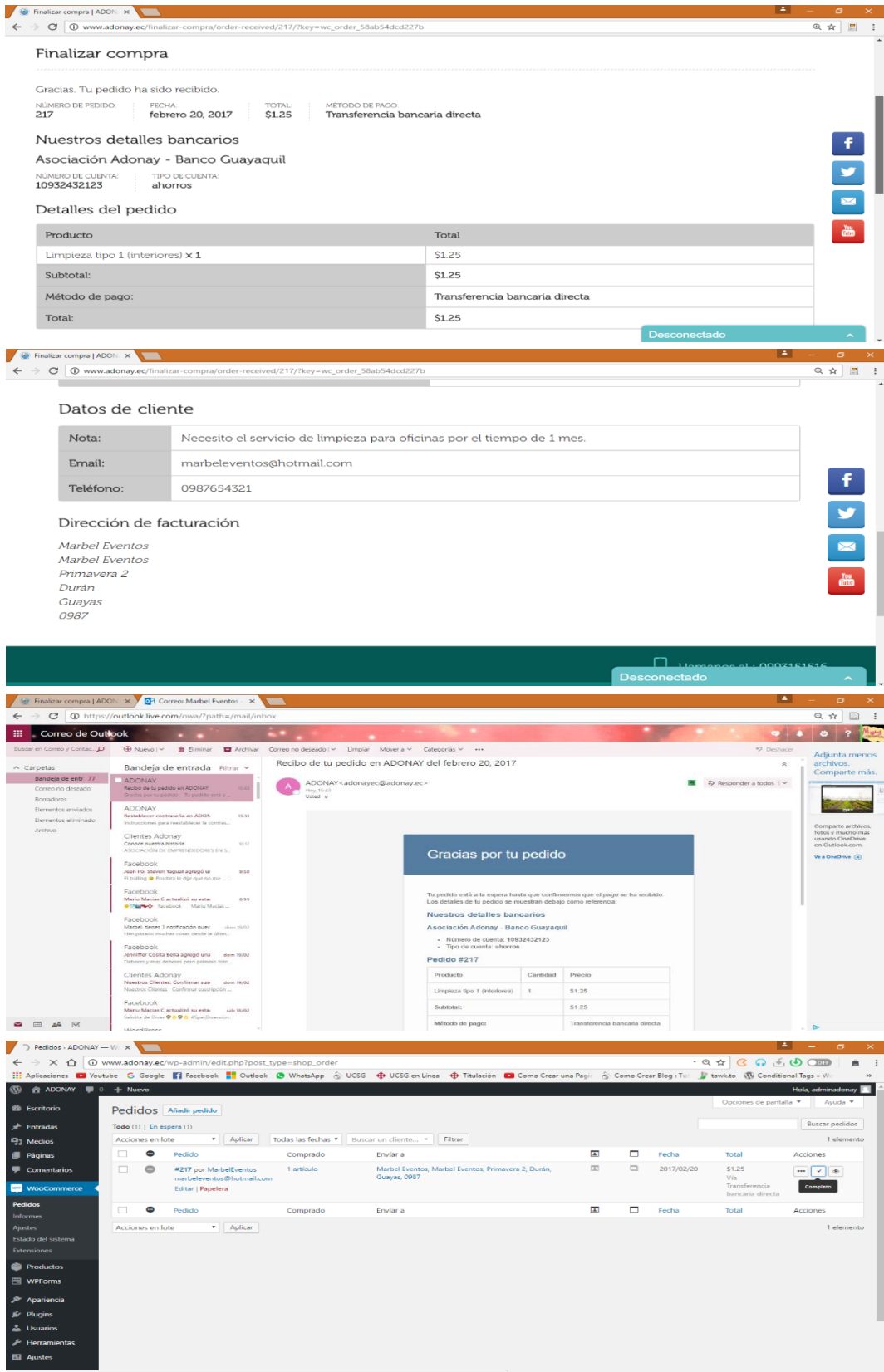


Figura 32: Finalización de compra

Fuente: Elaboración propia

Impacto social y ambiental de la propuesta

Este proyecto tiene como impacto social la ayuda al crecimiento de las empresas de servicios de limpieza y mantenimiento, manteniendo un claro pensamiento de ayuda social y desarrollo tecnológico en cuestión de la utilización de herramientas de comercio electrónico en el país.

Como impacto ambiental se escogió este tipo de empresas con el pensamiento de incentivar a la limpieza en el entorno laboral y del hogar, a través del servicio que ofrecen dichas empresas.

Nivel de cumplimiento con los requerimientos de la propuesta

Este proyecto se organizó, planificó y corrigió continuamente por parte de los autores y del tutor asignado con el fin de completar a un 100% con las expectativas y requerimientos establecidos desde el inicio del proyecto.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Se concluye, que este tipo de empresas de servicios de limpieza y mantenimiento tienen gran importancia para prevalecer un ambiente de limpieza en el entorno que nos rodea sea este un entorno laboral o del hogar.

Se da referencia que el presente proyecto integrador basado en la implementación de estrategias de marketing y publicidad online se constituye como una solución para la promoción y fortalecimiento de los servicios que ofrecen las empresas de servicios de limpieza y mantenimiento.

Debido a esto se pudo implementar las estrategias de marketing y publicidad online para la Asociación de Emprendedores en Servicios y Mantenimiento ADONAY, obteniendo buena aceptación y satisfacción por parte de la misma.

Dándonos referencia a concluir que este tipo de proyecto ayuda a la difusión a través del internet de estas asociaciones apoyadas por el gobierno nacional, como un medio de labor social, en beneficio y desarrollo de las comunidades.

Para lo cual se recomienda que se implemente este tipo de proyecto en las demás asociaciones asociadas al gobierno nacional.

REFERENCIAS

- Burbano, A. (2016). Comercio Electronico. Obtenido de <https://httpvisitandsharekarisajennifer.wordpress.com/2016/10/27/primera-entrada-del-blog/>
- Documento Ley de Comercio Electrónico del Ecuador. (2002). Obtenido de http://www.oas.org/juridico/spanish/cyb_ecu_ley_comelectronico.pdf
- Edublogs. (2017). Facebook Page Plugin Widget. Obtenido de <http://help.edublogs.org/facebook-widget/>
- El Telégrafo. (24 de Enero de 2016). El Telégrafo. Obtenido de Las mujeres que abandonaron el estero ahora tienen una empresa de limpieza: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/sociedad/4/asociacionadonay-mujereseempreendedoras>
- Esfera Hosting . (2003). Características del gestor de contenidos WordPress. Obtenido de <https://www.esferahosting.com/wordpress>
- GetSocial.io. (2015). Compartir Botones y herramientas para aumentar el tráfico de GetSocial.io. Obtenido de <http://blog.getsocial.io/add-social-sharing-buttons-wordpress#gs.QR0wIKg>
- Hopkins, J., & Turner, J. (2012). Go mobile, location-based marketing, apps, mobile optimized ad campaigns, 2d codes and other mobile strategies to grow your business. Estados Unidos: John Wiley & Sons, Inc.
- INEC. (2010). Resultados del censo 2010 de población y vivienda. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/guayas.pdf>
- INEC. (2012). Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Obtenido de Directorio de Empresas y Establecimientos: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/140210%20DirEmpresas%20final3.pdf
- Junta de Castilla y León, & Cámaras de Castilla y León. (2012). Marketing Digital para Pymes. Obtenido de <https://www.cyldigital.es/sites/default/files/library/guiamarketingdigital.pdf>
- Lainez, V. (2013). Modelo de un plan de marketing para microempresas de servicios en la parroquia de Jose Luis Tamayo, cantón Salinas, año

2013. Obtenido de
<http://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/769/1/109.-LAINEZ%20DEL%20PEZO%20VERONICA.pdf>
- LaptopTips. (2016). TinyMCE Advanced. Obtenido de
<http://www.laptoptips.ca/projects/tinymce-advanced/>
- Laudon , K., & Laudon, J. (2004). *Sistemas de Información Gerencial*. México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Lozano, J., & Sampedro, O. (2011). *Estudio de pre-factibilidad para la creación de una empresa de servicios de limpieza para hogares en la ciudad de Milagro*. Obtenido de
<http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/1617/3/ESTUDIO%20DE%20PRE-FACTIBILIDAD%20PARA%20LA%20CREACI%C3%93N%20DE%20UNA%20EMPRESA%20DE%20SERVICIOS%20DE%20LIMPIEZA%20PARA%20HOGARES%20EN%20LA%20CIUDAD%20DE%20MILAGRO.pdf>
- Mizner, W. (2008). *Muestreo no probabilístico*. Obtenido de
<https://explorable.com/es/muestreo-no-probabilistico>
- MotoPress. (2017). *Generador de páginas para WordPress*. Obtenido de
<http://www.getmotopress.com/>
- Netquest. (2016). *Calculadora de muestra Netquest*. Obtenido de
<https://www.netquest.com/gracias-calculadora-muestra?submissionGuid=0cc705d3-8adb-44d2-9a24-8a83e4b675df>
- Nicol , D. (2013). *Mobile Strategy, how your company can win by embracing mobile technologies*. Estados Unidos: Pearson PLC.
- Revista Merca2.0 . (2013). *¿Qué es el social media? 4 definiciones*. Obtenido de <http://www.merca20.com/que-es-el-social-media-4-definiciones/>
- Ríos Calero, J. E. (2011). *Creación de la empresa “Cemajo s.a.” dedicada a dar servicio de limpieza a empresas de Guayaquil*. Obtenido de
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/1333/1/TESIS%20SERVICIO%20DE%20LIMPIEZA%20CEMAJO%20S.A.pdf>
- Sarbacán Software, sl. (2014). *Mailify*. Obtenido de
<https://es.mailify.com/beneficios-email-marketing>
- Tawk.to. (2016). *Mensaje a tus visitantes en tiempo real*. Obtenido de
<https://www.tawk.to/>

themeisle. (2017). Personalizar la página de inicio personalizado. Obtenido de <https://themeisle.com/plugins/login-customizer/>

woocommerce. (2017). Plataforma para la construcción de su negocio en línea. Obtenido de <https://woocommerce.com/>

WordPress. (s.f.). Únete a WordPress. Obtenido de <https://es.wordpress.org/>

WordPress.ORG. (2017). MailChimp para WordPress. Obtenido de <https://es.wordpress.org/plugins/mailchimp-for-wp/>

wpforms. (2017). Arrastre y suelte WordPress Form Builder. Obtenido de <https://wpforms.com/>

ANEXOS

Diseño de la encuesta

Estudio de Marketing y Publicidad para empresas.

La realización de la siguiente encuesta es para hacer un estudio de mercado sobre las empresas de servicios de limpieza y mantenimiento en la ciudad de Guayaquil y determinar las ventajas de la implementación de estrategias de marketing y publicidad online en una empresa.

***Obligatorio**

1) **Sexo:** *

Hombre

Mujer

2) **Edad:** *

De 18 a 30 años

De 30 a 40 años

De 40 a 50 años

De 50 a más años

3) ¿Conoce o usted ha trabajado en empresas que ofrezcan servicios de limpieza y mantenimiento (privadas o públicas)? *

Sí

No

4) ¿Qué ventaja(s) considera usted que se obtiene al contratar empresas de servicios de limpieza y mantenimiento? *

Incremento en la productividad

Mejora en la imagen de una empresa

Ahorro en costos y gastos

Otros: _____

5) ¿Que aspectos usted considera importantes que debería tener una empresa de servicios de limpieza y mantenimientos (privadas o públicas)? *

Calidad del servicio

Precios

Calidad de los insumos que utiliza

Excelente diseño corporativo

Reconocimiento de la empresa (a través de estrategias de marketing y publicidad)

Constante capacitaciones a su personal

6) En cuestión de marketing y publicidad, cual de los siguientes elementos considera usted que es importante para una empresa de servicios de limpieza y mantenimiento *

Publicidad Boca a Boca

Publicidad en TV y Radio

Publicidad impresa (volantes, afiches, pancartas, tarjetas, etc.)

Sitio Web de la empresa

Redes Sociales de la empresa

Call Center

Otros: _____

7) En cuestión de marketing y publicidad online que redes sociales usted considera que son efectivas para promocionar una empresa de servicios de limpieza y mantenimiento *

Facebook

Twitter

Instagram

Youtube

Facebook y Twitter

Facebook e Instagram

Facebook y Youtube

8) En cuestión de marketing y publicidad online que es lo usted considera que debería haber en un sitio web de una empresa de servicios de limpieza y mantenimiento *

Diseño gráfico básico (no muy llamativo)

Excelente diseño gráfico

Chat en línea

Blog

Foro

Compras en línea

Galería de trabajos realizados

Reseña histórica de la empresa

9) ¿Cuál de los siguientes aspectos usted considera que son beneficios para las empresas de servicios de limpieza y mantenimiento con la implementación del marketing y publicidad online? *

Captación de clientes

Reconocimiento de la empresa

Promoción de este tipo de empresas internacionalmente

Mejora de la identidad corporativo

Captación de nuevos trabajadores

Aumento en sus ventas

Otros: _____

10) Usted considera que este tipo de empresas de servicios de limpieza y mantenimiento requieren la implementación de estrategias de marketing y publicidad online *

Totalmente desacuerdo

En desacuerdo

Ni en desacuerdo ni acuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

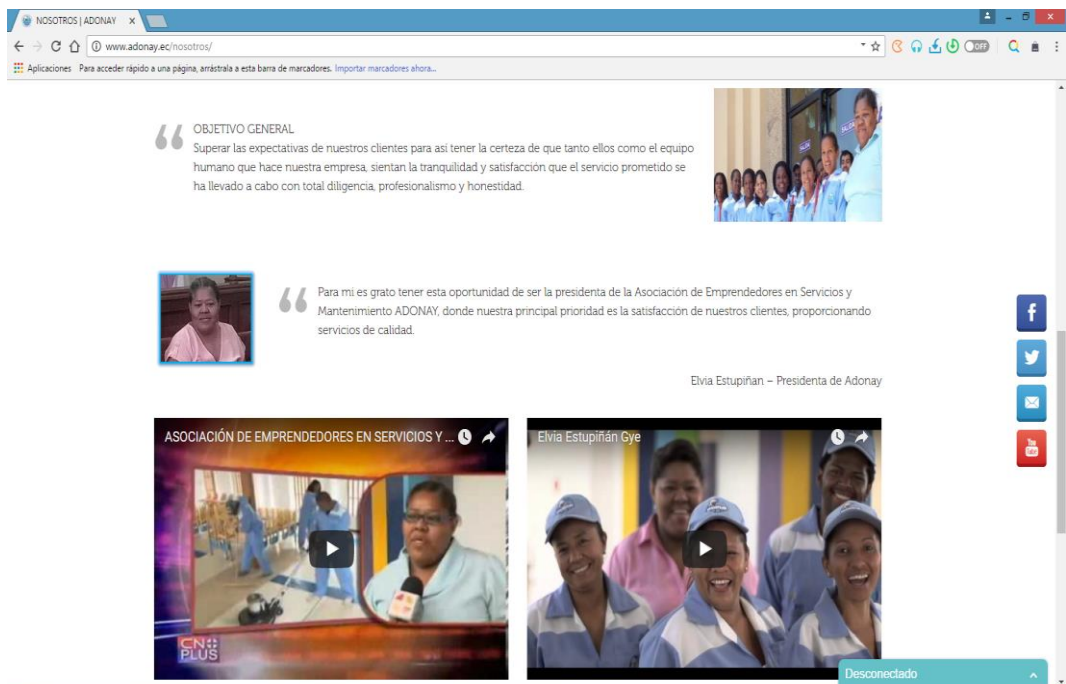
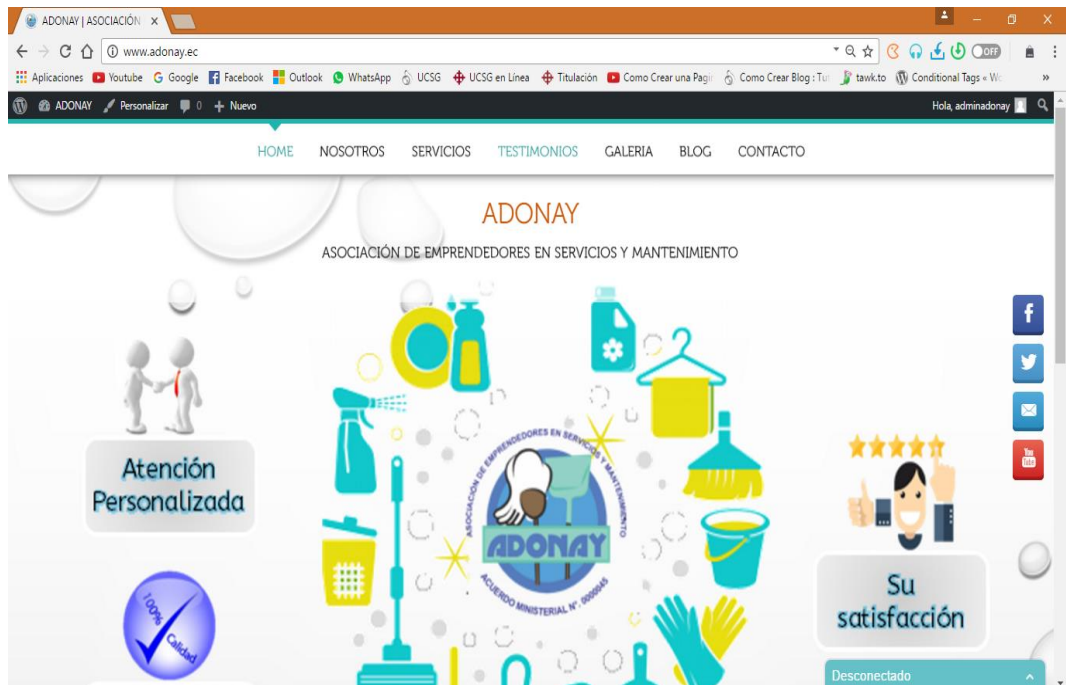
ENVIAR

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Figura 33: Diseño de encuesta realizada

Fuente: Elaboración propia

Imágenes del sitio web realizado



SERVICIOS | ADONAY x



www.adonay.ec/servicios/

Home » SERVICIOS

SERVICIOS

OFRECEMOS LOS SERVICIOS DE:

1. SERVICIO DE LIMPIEZA TIPO 1: Limpieza de interiores, oficinas.
2. SERVICIO DE LIMPIEZA TIPO 2: Limpieza de exteriores.
3. SERVICIO DE JARDINERÍA.
4. SERVICIO DE PINTURA.
5. SERVICIO DE ELECTRICIDAD BÁSICA.
6. SERVICIO DE GASIFERÍA.
7. PROVEEMOS NUESTROS SERVICIOS DE FORMA RESPONSABLE, COMPROMETIDOS A OFRECERLE UN SERVICIO DE CALIDAD, UTILIZANDO MATERIALES ALTAMENTE ADECUADOS PARA REALIZAR CORRECTAMENTE NUESTROS TRABAJOS.





Desconectado


TESTIMONIOS | ADONAY x

www.adonay.ec/testimonios/


Nuestros Clientes:




Dirección del Consejo de la Judicatura – Guayas
(1 complejo, 1 unidad penal, 5 centros de mediación)



Servicio de Gestión Inmobiliaria del Sector Público Inmobiliar
(2 Edificios)

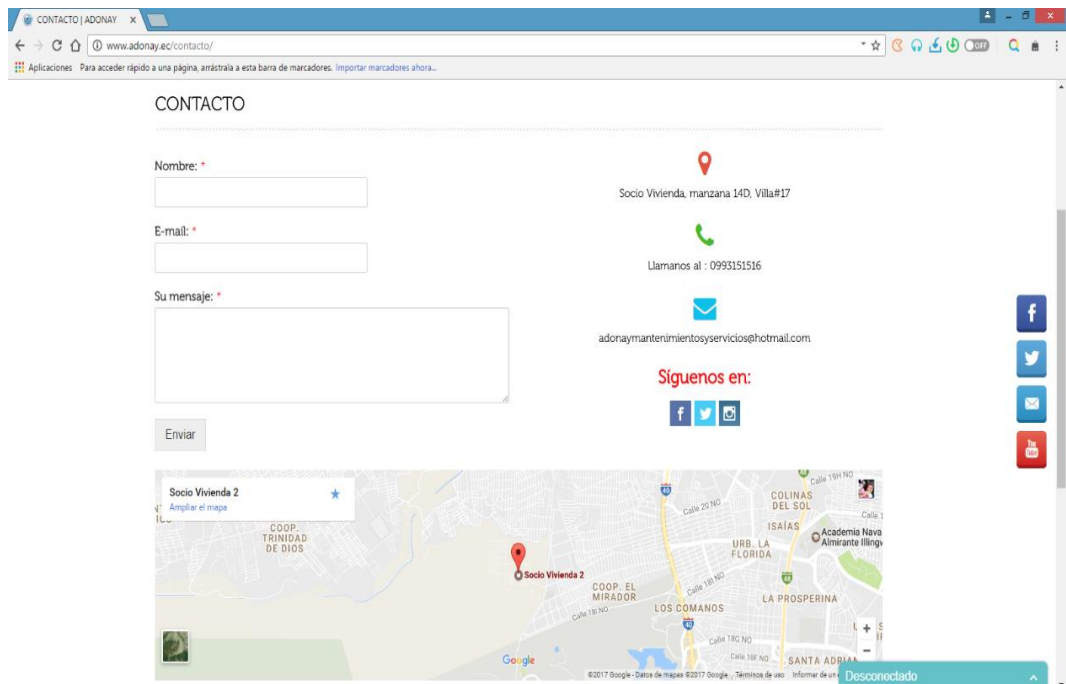


Dirección Distrital 09D09 Tarquí 3 MIES
(3 Centros del Buen Vivir)



Superintendencia de Economía Popular y Solidaria
(oficinas Guayaquil)

Desconectado





Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT

Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Villón Pinela María Isabel** y **Piedra Gómez Freddy Santiago**, con C.C: # 0940574163 y 0917052268 autores del trabajo de titulación: Titulación **Implementación de estrategias de marketing y publicidad online para la promoción de empresas de servicios de limpieza y mantenimiento; caso de estudio: Asociación de Emprendedores en Servicios y Mantenimiento Adonay** previo a la obtención del título de **INGENIERO COMERCIO ELECTRÓNICO** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

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 entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación 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 titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 14 de marzo de 2017

f. _____

Nombre: Villón Pinela María Isabel

C.C: 0940574163

f. _____

Nombre: Piedra Gómez Freddy Santiago

C.C: 0917052268



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Implementación de estrategias de marketing y publicidad online para la promoción de empresas de servicios de limpieza y mantenimiento; caso de estudio: Asociación de Emprendedores en Servicios y Mantenimiento Adonay.		
AUTOR(ES):	Villón Pinela María Isabel y Piedra Gómez Freddy Santiago		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES):	García Sánchez Roberto, Carvache Franco Orly Daniel		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Ingeniería en Comercio Electrónico		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniero en Comercio Electrónico		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	14 de marzo de 2017	No. DE PÁGINAS:	75
ÁREAS TEMÁTICAS:	Comercio Electrónico, Marketing, Publicidad Online		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	comercio electrónico, marketing, publicidad online, servicios de limpieza y mantenimiento		
RESUMEN/ABSTRACT:	<p>El presente trabajo de titulación, se enfoca en la implementación de las estrategias de marketing y publicidad online necesarias para poder promover y fortalecer los servicios o productos de las empresas de servicios de limpieza y mantenimiento.</p> <p>Se escogió como caso de estudio a la Asociación de Emprendedores en Servicios y Mantenimiento Adonay, constituida desde el año 2013 como organización de Economía Popular y Solidaria que presta servicios de limpieza a empresas del gobierno. Actualmente intentan elevar su promoción, presentando sus servicios a empresas privadas, dispensarios médicos y residencias.</p> <p>Luego del análisis de un proceso investigativo no experimental teórico descriptivo con metodología cuantitativa, se considera que la implementación de estrategias de marketing y publicidad online sí ayudaría a la promoción de las empresas de servicios de limpieza y mantenimiento.</p> <p>Por lo tanto se concluyó que el presente proyecto integrador se constituye como una solución para la promoción y fortalecimiento de los servicios que ofrecen las empresas de servicios de limpieza y mantenimiento.</p> <p>Así como también este proyecto ayuda a la difusión a través de internet de las de asociaciones apoyadas por el gobierno nacional, como un medio de labor social, en beneficio y desarrollo de las comunidades.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfonos: 0986918529 / 0996677903	E-mail: mivp95@gmail.com / santiagopiedragomez@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN: COORDINADORA DEL PROCESO DE UTE	Nombre: Cruz Luzuriaga María Isabel		
	Teléfono: +593 04 2206950 ext 5028		
	E-mail: maria.cruz09@cu.ucsq.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			