



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

ESCUELA DE POSGRADOS “ESPOG”

MAESTRÍA EN MENCIÓN:

Resolución: RPC-SO-22-No477-2020-CES

PROYECTO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE MAGISTER

Título del proyecto:

Campaña publicitaria digital para el posicionamiento de marca de la empresa
One Site Pro

Línea de Investigación:

Inteligencia de mercado y marketing: Investigación dedicada a la gestión del estudio de mercado, así como las estrategias eficientes de marketing para alcanzar los objetivos organizacionales, neuromarketing, geomarketing, marketing estratégico y operativo, marketing social, considerando las nuevas tendencias, tecnologías de estudio y diseño de técnicas para llegar a los públicos objetivos deseados.

Campo amplio de conocimiento:

Autor/a:

Francisco Daniel Páliz Cevallos

Tutor/a:

MSc. Wilson Nieto

Quito – Ecuador

2023

APROBACIÓN DEL TUTOR



Yo, Wilson Nieto con C.I: 171456501-5 en mi calidad de Tutor del proyecto de investigación titulado: Campaña publicitaria digital para el posicionamiento de marca de la empresa One Site Pro

Elaborado por: Francisco Daniel Páliz Cevallos, de C.I: 1720301637, estudiante de la Maestría: Marketing, de la **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL (UISRAEL)**, como parte de los requisitos sustanciales con fines de obtener el Título de Magister, me permito declarar que luego de haber orientado, analizado y revisado el trabajo de titulación, lo apruebo en todas sus partes.

Quito D.M., 25 de agosto de 2023



Wilson Nieto Aguilar

DECLARACIÓN DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL ESTUDIANTE



Yo, Francisco Daniel Páliz Cevallos con C.I: 1720301637, autor/a del proyecto de titulación denominado: Campaña publicitaria digital para el posicionamiento de marca de la empresa One Site Pro. Previo a la obtención del título de Magister en Marketing.

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 el respectivo 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. Manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Tecnológica Israel los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor@ del trabajo de titulación, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital como parte del acervo bibliográfico de la Universidad Tecnológica Israel.
3. 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 prosperidad intelectual vigentes.

Quito D.M., 25 de agosto de 2023

Firma

Tabla de contenidos

APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
DECLARACIÓN DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL ESTUDIANTE	iii
INFORMACIÓN GENERAL	7
Contextualización del tema.....	7
Problema de investigación.....	8
Objetivo general.....	9
Objetivos específicos.....	9
Vinculación con la sociedad y beneficiarios directos:.....	9
CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	10
1.1. Contextualización general del estado del arte.....	10
1.2. Proceso investigativo metodológico	11
1.3. Análisis de resultados.....	12
CAPÍTULO II: PROPUESTA.....	16
2.1. Fundamentos teóricos aplicados	16
Objetivo general de Marketing.	16
Objetivos específicos.....	16
Situación del mercado en el Ecuador.....	16
2.2. Descripción de la propuesta.....	19
2.2.1. Estructura general	20
Proceso de compra	21
2.2.2. Explicación del aporte	23
2.2.3. Estrategias y/o técnicas.....	23
2.3. Validación de la propuesta.....	54
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	59
BIBLIOGRAFÍA.....	60

Índice de tablas

Tabla 1 <i>Matriz FODA</i>	17
Tabla 2 <i>Matriz FODA Swot</i>	18
Tabla 3 <i>Comparativa de precios con la competencia</i>	28
Tabla 4 <i>Desglose de inversión por semana</i>	40

Índice de figuras

Figura 1	Perfil de usuarios de redes sociales	8
Figura 2	<i>Distribución del número de empresas según tamaño</i>	17
Figura 3	<i>Matriz de marketing de contenido</i>	20
Figura 4	<i>Estructura general de la estrategia</i>	21
Figura 5	<i>Flujograma del proceso de compra de la página OneSitePro.com</i>	22
Figura 6	<i>Palabra clave "Hosting"</i>	23
Figura 7	<i>Preguntas que contienen la palabra "Hosting"</i>	24
Figura 8	<i>Búsqueda con preposiciones: hosting</i>	25
Figura 9	<i>Tabla de planes de Nodored</i>	26
Figura 10	<i>Tabla de planes de Hosting Supremo</i>	27
Figura 11	<i>Tabla de planes de Daganet</i>	27
Figura 12	<i>Tabla de precios de planes de OneSitePro.com</i>	29
Figura 13	<i>Aplicación de la estrategia de Marketing</i>	30
Figura 14	<i>Diseño post Transformando el Futuro</i>	31
Figura 15	<i>Diseño post ¿Qué es hosting?</i>	31
Figura 16	<i>Explorando las Ventajas de WordPress: Tu Puerta de Entrada al Mundo Digital</i> ..	32
Figura 17	<i>Sección de Blog en el Home Page</i>	32
Figura 18	<i>Backend del plugin Social Chat</i>	33
Figura 19	<i>Frontend del plugin Social Chat</i>	34
Figura 20	<i>Paleta cromática</i>	35
Figura 21	<i>Tipografía Poppins Family</i>	35
Figura 22	<i>Diseño del banner para facebook en Photoshop</i>	36
Figura 23	<i>Diseño de la imagen de perfil para Facebook en Illustrator</i>	36
Figura 24	<i>Mockup de la vista de Facebook en dispositivos de escritorio y móviles</i>	37
Figura 25	<i>Mockup de la vista de Instagram</i>	37
Figura 26	<i>Elementos de una campaña en Meta Ads</i>	38
Figura 27	<i>Objetivo de campaña: Reconocimiento</i>	39
Figura 28	<i>Presupuesto y calendario</i>	41
Figura 29	<i>Segmentación por Público</i>	42
Figura 30	<i>Ubicaciones Advantage+</i>	43
Figura 31	<i>Nombre del anuncio</i>	44
Figura 32	<i>Crear anuncio</i>	44
Figura 33	<i>Contenido del anuncio</i>	45
Figura 34	<i>Empatía y humanidad</i>	47
Figura 35	<i>Humor</i>	48
Figura 36	<i>Controversia</i>	49
Figura 37	<i>Venta Indirecta</i>	50
Figura 38	<i>Educación</i>	51
Figura 39	<i>Sabías que / Dato interesante</i>	52
Figura 40	<i>Top 5</i>	53

INFORMACIÓN GENERAL

Contextualización del tema

OneSitePro.com es un e-commerce de alojamiento web registrado en Ecuador, tiene como principal servicio la oferta de hosting para creación y gestión de páginas web con WordPress, su modelo de negocio está dirigido principalmente hacia las PYMES y profesionales de todo tipo de nicho de mercado, opera bajo el modelo de negocio de B2B ofreciendo hosting compartido y venta de dominios.

De acuerdo con PwC (2020) el comercio electrónico en el Ecuador ha experimentado un aumento de popularidad en los últimos diez años por a la crisis de salud causada por el COVID-19. Las prohibiciones, incluido el distanciamiento social y el cierre de varios negocios, han provocado un aumento en los negocios digitales. Esto ha llevado a un aumento en la compra a través de plataformas digitales.

De acuerdo con Marino (2023) “el B2B se refiere a la relación Empresa a Empresa (Business-to-Business), un modelo de negocio o de intercambio de información entre dos empresas” (p. 127), por lo que OneSitePro.com se ha enfocado en facilitar la adquisición y configuración del hosting ofrecido para la creación de páginas web informativas con un factor diferenciador enfocado en la asistencia técnica.

En el 2020, la población a nivel nacional fue de 17.630.690 personas, de las cuales el 92,2% corresponde a la población de 5 y más años; el 58,0% de los mismos, cuenta con al menos un celular activado, y el 47,4% dispone de un celular Smartphone, de los cuales, el 44,6% utiliza redes sociales desde su celular (Peña & Herrera, 2021, p. 22).

Figura 1

Perfil de usuarios de redes sociales

Perfil	Población total	Hombre	Mujer
	17.630.690	8.629.435	9.001.255
92,2% Porcentaje de población de 5 y más años	16.249.825	7.958.253	8.291.572
58,0% Sí tiene celular activado	10.219.879	5.187.634	5.032.245
47,4% Su celular es Smartphone	8.360.630	4.174.973	4.185.657
44,6% Utiliza redes sociales desde su Smartphone	7.859.704	3.931.482	3.928.222

Nota. Tomado de *Indicadores de tecnología de la información y comunicación* (p.22), por Peña & Herrera, 2021, INEC.

Con los avances tecnológicos, la digitalización de la información y los cambios en la forma en la que las empresas se dan a conocer y promocionan sus productos o servicios, se ven en la necesidad de tener presencia en la internet y redes sociales, por lo que la creación de páginas web se presenta como una opción que permita cuantificar las personas interesadas en obtener los beneficios de las PYMES.

Problema de investigación

Según Durán (2023) hace algún tiempo atrás, para iniciar un negocio o proveer un servicio, muchos expertos sugerían que lo más importante para encontrar un local adecuado era la ubicación, pero en la actualidad, antes de tener un lugar perfecto para lograr los objetivos comerciales, es crucial tener presencia en internet.

La marca One Site Pro es nueva en el mercado y carece de presencia en redes sociales lo que dificulta la obtención de datos de segmentación, desconoce el perfil y las preferencias de sus clientes potenciales, también carece de una estrategia de contenido que promueva y destaque sus planes de hosting

Objetivo general

Diseñar una campaña publicitaria digital para el posicionamiento de marca de la empresa One Site Pro

Objetivos específicos

- Construir el estado del arte en función de fuentes bibliográficas para entender el fenómeno.
- Investigar el estado del arte a través del método cualitativo, aplicando la herramienta de la entrevista.
- Analizar los resultados conseguidos del proceso de investigación.
- Diseñar la propuesta de campaña en redes sociales para el posicionamiento de marca de la empresa OneSitePro.com

Vinculación con la sociedad y beneficiarios directos:

Este documento podrá servir como base de consulta para estudiantes o empresas similares que busquen incursionar en este giro de negocio, también podrá servir como punto de partida para futuras investigaciones generando un nuevo enfoque que compare la metodología utilizada en esta investigación con el proyecto que tienen en mente, así como base para el desarrollo de nuevas habilidades académicas.

Este proyecto estará dirigido principalmente a las PYMES por lo que al ingresar con una nueva oferta de hosting en el mercado esto hace que el mercado tenga un cierto grado de dinamismo y existan nuevos competidores lo que hará que los posibles clientes tengan una variedad más amplia para elegir el hosting que más convenga a sus necesidades, ya sea en ofertas de precios, atención al cliente o calidad del producto.

Al ser OneSitePro.com un e-commerce que está disponible para cualquier persona del mundo con acceso a internet y al conseguir clientes extranjeros, se generarán divisas que ingresen a la economía de Ecuador, convirtiéndose en una de las empresas que colabora en

beneficio del país ya que también se generarán fuentes de empleo, pago de impuestos, así como consumo a proveedores ecuatorianos de diversas áreas

CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

1.1. Contextualización general del estado del arte

En todos los negocios, grandes o pequeños, el marketing digital es ahora esencial. Según las estadísticas, más de la mitad de las personas en el mundo tienen acceso a internet, cuentan con un celular y utilizan redes sociales (Pepinós Chiquito, 2021), esto nos indica que el internet es una herramienta muy importante para encontrar posibles clientes y mantenerlos informados de nuestros productos o servicios.

Es importante ser visible para lograr presencia en internet y permanecer a la vanguardia en el e-commerce (Aguilar Valarezo C. D., 2019), una campaña de reconocimiento en redes sociales es el paso inicial que en la actualidad todas las empresas grandes y pequeñas, así como los profesionales de todo ámbito deben implementar, la creación de sus redes sociales y una página web son de mucha ayuda para exhibir sus productos e informar al cliente.

Las empresas pueden iniciar su presencia en línea mediante la creación de un sitio web, este sitio web deberá contar con un alojamiento web, conocido también por su término en inglés denominado como hosting, el servicio de alojamiento web proporciona a los usuarios de Internet un espacio virtual para guardar sus datos en línea, permitiendo así compartir cualquier tipo de contenido específicamente desde un servidor. Normalmente, este servidor alberga múltiples aplicaciones o páginas web (Ionos, 2020)

Existen diferencias entre posicionamiento y reconocimiento de marca, con esto, es probable que una marca sea conocida, pero carezca de una posición destacada. Este fenómeno se repite con todo tipo de marcas en general, esto claramente muestra las diferencias entre reconocimiento y posicionamiento de marca, lo que es conocido también como Brand Awareness. Conceptos como ventas, cuota de mercado, uso de productos, valoración de usuarios y liderazgo en general están relacionados con el posicionamiento, mientras que, por otro lado, cuando pensamos en que tan conocida es una marca y cuánto saben sobre ella, estamos hablando de reconocimiento de la marca lo cual demuestra que el Brand Awareness es solo una parte de todo lo que conlleva el posicionamiento (Corrales, 2021).

De acuerdo con (Acibeiro, 2023) una red social, también conocida por su abreviatura como RRSS es una plataforma en línea que facilita la comunicación entre sus usuarios, fundamentalmente se intercambia información en forma de imágenes, texto y videos, los usuarios con perfiles en RRSS pueden ser personas o empresas que las usan para formar comunidades de seguidores. Son plataformas en línea que permiten interactuar en lugar de solo promocionar su marca en el perfil, también permite hacerlo con los seguidores y otras cuentas en comentarios y mensajes privados, contestar dudas y preguntas de los posibles clientes.

El marketing digital es fundamental en nuestra época actual y es importante conocer a qué se refiere, según (Aguilar, 2019, como se citó en Kotler & Armstrong, 2012) el marketing digital es una estrategia de promoción que está experimentando un crecimiento acelerado. La llegada del Internet ha facilitado a consumidores y empresas acceder y compartir grandes cantidades de información. Internet ha brindado a los profesionales del marketing una oportunidad sin precedentes para generar valor y establecer conexiones significativas con los clientes (pp. 10).

1.2. Proceso investigativo metodológico

Según (Páramo Morales y otros, 2020) la investigación cualitativa previene intrusiones conocidas o manipulaciones de datos y, por lo tanto, conduce a resultados que se corresponden mejor con la realidad. Las investigaciones cualitativas podemos observar que se definen como un enfoque epistemológico que facultan asimilar los acontecimientos sociales a partir de su propia complejidad y no de pautas conceptuales preestablecidas (p. 24).

Este proceso investigativo reúne información utilizando como herramienta la entrevista, para recopilar datos de forma cualitativa, con un formato de 8 preguntas abiertas estructuradas y semiestructuradas, con el objetivo de investigar el estado del arte y obtener información detallada sobre las percepciones, opiniones y experiencias de los participantes en relación con el tema de estudio, las personas entrevistadas son profesionales con un perfil académico y laboral en las áreas de marketing, diseño gráfico y sistemas.

Este estudio cualitativo se realizó a 6 profesionales que expresaron su opinión en varios bloques de temas en los cuales empezaron describiendo su perfil académico/profesional y emitieron sus pensamientos y experiencias en torno a la importancia de la marca de una empresa, el branding, utilización de plataformas digitales como ayuda para el posicionamiento, las falencias de las marcas ecuatorianas, análisis del mercado y sus conclusiones y recomendaciones para el posicionamiento de una marca.

Se estima recopilar información en etapas tempranas para validar conceptos y evitar complicaciones en etapas posteriores, así como conocer la opinión de la percepción de un profesional hacia la marca One Site Pro, identificando oportunidades de mejora e innovación, así como optimizar la experiencia del usuario con el fin de establecer una marca que sea agradable y obtenga a futuro un éxito competitivo en el mundo tecnológico.

Según una publicación de la página web de Primicias en el que muestra un estudio realizado entre enero del 2020 y enero del 2021 el 78.7% de los ciudadanos ecuatorianos usa redes sociales y muestra que las plataformas más populares son Facebook, Instagram, TikTok y Twitter, siendo Facebook e Instagram las 2 plataformas con más usuarios y las 3 aplicaciones de mensajería más utilizadas son Whatsapp, Messenger y Telegram (Dávalos, 2021)

1.3. Análisis de resultados

A continuación, se realizará un análisis cualitativo de cada pregunta, de acuerdo con la percepción, opiniones y experiencias de los profesionales entrevistados, se detalla en primer lugar el perfil académico/profesional de los entrevistados y continua con las preguntas:

1. Perfil académico/profesional de los entrevistados

- Msc. Marco Ochoa, Ing. en Sistemas, Magister en Redes, Magister en Ciberseguridad.
- Msc. Jessica Ochoa, MBA en TI y PhD (c) in Strategic Management and International Business.
- Msc. Jaime Mayorga, Magister en Inteligencia de Negocios
- Msc. David Rivera, Licenciado en Diseño Gráfico, Magister en Marketing
- Msc. Jacqueline Ochoa, Ing. Diseño Empresarial, Máster neuromarketing
- Msc. Sebastián Sánchez, Magister en Márketing

2. En su opinión, ¿cuál es el roll de la marca de una empresa para su éxito económico?

Marco comenta: Una marca conocida y bien posicionada puede tener más clientes debido a que los clientes recordarán el nombre de la empresa cuando requieran sus servicios o productos

Jessica opina: Es muy importante porque en función de la marca se construye el propósito de la empresa, la voz, personalidad y valores con los que se va a posicionar la empresa en el mercado.

De acuerdo con Jaime: La marca es el principal nexo de percepción con el cliente

David comenta: La marca brinda credibilidad y confianza

Sebastián opina: Es el factor más importante de una empresa, ya que esta es quien tiene la capacidad de dejar una huella en la mente del consumidor, haciendo que este regrese y consuma más productos de esta "MARCA" a pesar de que existan más productos similares de la competencia. El rol fundamental de la marca para su éxito económico es tratar de quedar grabado en la mente de nuestros consumistas: esto se puede lograr con acciones, con experiencias, y otros factores del producto que allí se distribuye.

3. En su opinión, ¿cuáles son los pasos para posicionar una marca y qué elementos se deben considerar?

Jessica opina: Se puede empezar con el círculo de Simon Sinek para identificar el por qué, el cómo y el qué de los servicios y productos que ofrece la empresa. Con ello se construye el logotipo, el manual de marca las tipografías y colores, personalidad y voz de marca, valores, visión, sentimientos de marca.

Marco comenta: También puede ser recomendable escoger un nombre corto y fácil de recordar y realizar campañas de marketing

Jaime comenta: Es importante generar valor, crear posicionamiento, anclar la marca al cliente y generar fidelidad acorde a las tendencias y presupuesto.

Jacqueline opina: Es importante conocer al cliente, hacer el recorrido que este realizará al momento de elegir el servicio o producto que se ofrece y diferenciarse de la competencia analizando la recompensa emocional sobre a la racional.

Sebastián comenta: Los pasos y elementos para posicionar una marca son:

- Estudiar el mercado para de este modo obtener las preferencias y necesidades del consumidor.
- Un segundo factor es estudiar y analizar la competencia.
- Conectar a nivel humano con nuestros posibles consumidores.
- Dar un valor agregado a nuestro producto.
- Diferenciación de los demás productos del mercado que sean similares.

4. Haga una crítica o análisis sobre cómo se muestran ante el mercado en la actualidad las marcas de tecnología (hosting compartido, almacenamiento de datos, servidores)

Jessica comenta: En la actualidad ofrecen servicios commodity que no tienen mayor diferenciación una marca de otra. Por ello el factor predominante para escoger al proveedor es el precio. En el mercado existe desconocimiento del tema, por lo que es necesario hacer

acciones de educación a los potenciales clientes para que puedan identificar su utilidad y necesidad. Es necesario comunicar en que se diferencian de la competencia en términos fácilmente entendibles.

David opina: Son posicionamientos con nichos directos que son básicamente utilizados por Pymes, estaría bien hacer una propuesta para pequeños negocios los cuales desconocen lo que es un hosting y dominio, así mismo brindarles un asesoramiento de marca para los nuevos emprendimientos

Jaime comenta: Es muy variado, poco cualificado y no existe transmisión de valor.

Marco opina: Se debe tener en cuenta que ahora todo tiende a la nube, son muy requeridos los servicios IAAS, SAAS, PAAS, NAAS, CAAS, FAAS.

5. ¿Qué nos falta a las marcas ecuatorianas para consolidarse?

Marco opina: Darse a conocer, garantizar sus servicios con SLAs similares a otros países, publicitar la ventaja del horario, idioma, disponibilidad, cercanía para ayuda presencial y remota, certificaciones y títulos que avalen los conocimientos, años de experiencia, trabajos realizados y empresas con las que se ha trabajado.

Jessica comenta: Alianzas estratégicas que les permitan llegar a ser conocidas por las empresas que requieran de este servicio, así como una estrategia de comunicación más específica para que den un mensaje dirigido a cada segmento objetivo.

David opina: Un buen manejo de marca, construir un producto amigable al usuario, que brinde calidad, versatilidad, actualización, innovación.

Sebastián comenta: Lo que les falta a las marcas ecuatorianas para consolidarse es innovación

6. Realice un análisis o crítica del branding en la página [onesitepro.com](https://www.onesitepro.com) y cuáles serían sus sugerencias

Marco opina: Se ve muy bien, se puede incluir nombres de clientes (con el permiso de cada uno) , SLAs, videos tutoriales, años de experiencia

Jessica comenta: La resolución de la imagen del chico es baja, por lo que se ve borrosa. El carrito de compras y la parte de búsqueda de dominios esta super bien. El home no está atractivo. Como sugerencia se podría colocar completar con los casos de uso, por ejemplo, si quiere hacerme un elearning, un ecommerce, una página informativa, para alguna industria en

especial como para venta de comida. Eso podría ayudar a la audiencia a relacionar lo que necesita con la contratación del dominio y el hosting. Es una buena idea adicionar ofertas de upsell o de bundle para aumentar el ticket promedio de compra en el carrito de compras.

David opina: Existe una sobre saturación del color azul, es muy estática y sería bueno manejar un tono juvenil con más colores.

7. En su opinión, ¿cuáles son las plataformas digitales que una empresa de tecnología debería utilizar para posicionar su marca?

En general las personas entrevistadas opinan: Se debe partir de una buena elaboración de la página web y dependiendo del mercado a quien atiende. Si es el mercado corporativo debe estar en LinkedIn y Google Ads; si ofrece productos o servicios al mercado masivo Facebook e Instagram son buenas redes para comunicar a más que el costo de la publicidad es bastante conveniente.

8. Cuáles serían sus conclusiones o recomendaciones al momento de realizar una campaña de posicionamiento de marca

Jessica opina: El primer paso es crear la estrategia de comunicación pensando en el customer journey, el embudo de marketing y pipeline de ventas y todo esto aterrizar en un plan táctico para su implementación. Revisar el presupuesto y los indicadores que desean alcanzar para determinar si la campaña tiene buenos resultados o hay que replantearla y volverla a lanzar. Hacer pruebas de segmentación y documentar aquellas que tienen mejores resultados. Aprender del proceso y no descuidar las etapas del journey porque es igual de importante mantener a los clientes actuales para generar una recompra o una recomendación que tener un flujo constante de nuevos clientes.

Marco comenta: Ahora con el uso de la inteligencia artificial se pueden hacer campañas de marketing que sean llamativas y lleguen al público deseado

Jaime comenta: Es importante segmentar bien al público para canalizar eficientemente la publicidad

David opina: Tener un buen planteamiento del objetivo con el cual va a ser manejada la marca en un futuro, analizar el comportamiento del consumidor, analizar a la competencia y descubrir que es lo que hace distinta a mi marca.

CAPÍTULO II: PROPUESTA

2.1. Fundamentos teóricos aplicados

La ejecución de una campaña publicitaria digital de posicionamiento de marca es el primer componente dentro de una estrategia de marketing a través de redes sociales, aquí es donde se materializarán los objetivos planteados en esta investigación y se dará vida a la propuesta respondiendo a las interrogantes ¿por qué?, ¿cómo? y ¿para qué? de los servicios que ofrece la marca One Site Pro.

El presente proyecto se realizó para posicionar la marca de la empresa One Site Pro, con la finalidad de conseguir nuevos leads dentro del mercado nacional e internacional, enfocándose principalmente en las pequeñas y medianas empresas, así como, en los profesionales de todo tipo de nicho de mercado, esta propuesta está pensada en diseñar una campaña de posicionamiento en redes sociales, principalmente Facebook e Instagram.

Objetivo general de Marketing.

Diseñar una campaña publicitaria digital para el posicionamiento de marca de la empresa One Site Pro

Objetivos específicos.

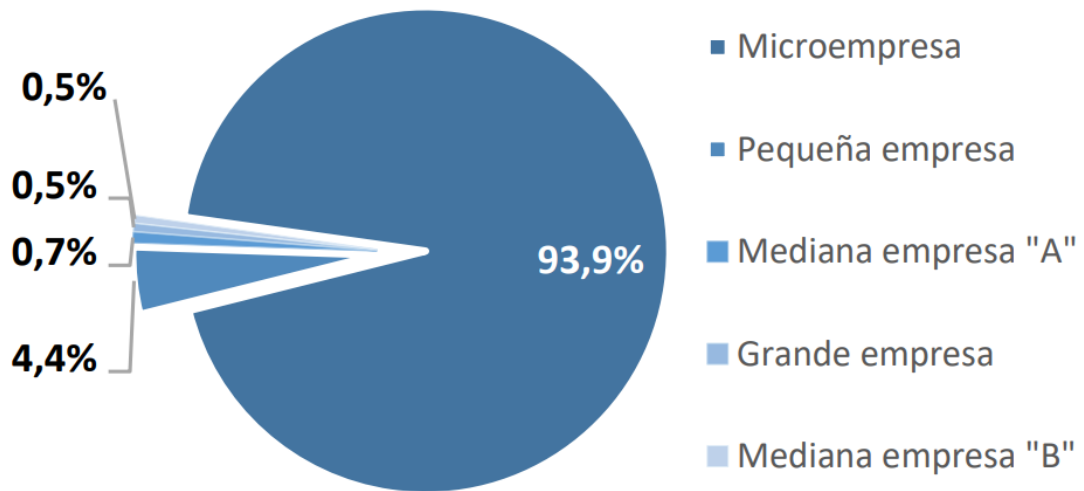
- Identificar la situación de la empresa con respecto al mercado
- Diseñar las estrategias digitales y comerciales para el posicionamiento de la marca
- Presentar la viabilidad de la campaña de posicionamiento

Situación del mercado en el Ecuador

De acuerdo con (INEC, 2022) en el año 2021 el Directorio de Empresas y Establecimientos registra un total de 849.831 empresas activas, de las cuales el 93,9% corresponde a las microempresas, convirtiéndose así, en el segmento con mayor participación en el mercado, registrando ventas por \$101.990 millones de dólares en el año 2021, este estudio indica que el sector servicios sobresale con el mayor número de empresas, con una participación del 45,6% seguido por el sector comercio con un 34,5%.

Figura 2

Distribución del número de empresas según tamaño



Nota: Tomado de *Directorio de Empresas y Establecimientos 2021* (p. 9). INEC, 2021

Matriz FODA

Tabla 1 *Matriz FODA*

MATRIZ FODA	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
F1 Alta calidad en el soporte al cliente	D1 Dependencia de proveedores externos
F2 Conocimiento técnico en WordPress	D2 Falta de diversidad de servicios
F3 Buenas alianzas con proveedores y plugins	D3 Empresa nueva en el mercado
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
A1 Mucha competencia	O1 Crecimiento del comercio electrónico
A2 Vulnerabilidades de seguridad en WordPress	O2 Expansión a mercados internacionales
A3 Cambios tecnológicos que requieren actualización	O3 Mayor demanda de servicios de hosting

Tabla 2 Matriz FODA Swot

MATRIZ FODA SWOT PARA LA EMPRESA ONE SITE PRO		Factores Internos			
		Fortalezas	Debilidades		
				F1 Alta calidad en el soporte al cliente	D1 Falta de una sección de información y noticias referentes a tecnología
				F2 Conocimiento técnico en WordPress	D2 Falta de diversidad de servicios
		F3 Buenas alianzas con proveedores y plugins	D3 Empresa nueva en el mercado		
Factores Externos	Oportunidades	O1 Crecimiento del comercio electrónico	ESTRATEGIAS FO 1.- Diseñar elementos visuales con información de las ventajas de crear un Ecommerce en WordPress (F2,O1) 2.- Crear un canal de respuesta inmediata a través de Whatsapp para responder inquietudes (F1,O2) 3.- Contratar más capacidad en caso de un mayor requerimiento (F3, O3)	ESTRATEGIAS DO 1.- Resaltar cómo los servicios pueden satisfacer las necesidades del comercio electrónico (D2, O1) 2.- Probar Con una campaña de segmentación abierta para todo el mundo y verificar qué países estarían interesados (D3, O2) 3.- Incluir en la sección de Blog información acerca de lo que las personas deben buscar en un hosting antes de contratar uno (D1, O3)	
		O2 Expansión a mercados internacionales			
		O3 Mayor demanda de servicios de hosting			
	Amenazas	A1 Mucha competencia	ESTRATEGIAS FA 1.- Crear contenido educativo y diferenciado para destacar en la competencia (F2, A1) 2.- Promocionar la seguridad y protección que brinda One Site Pro (F3, A2) 3.- Ofrecer webinars educativos para compartir conocimientos sobre los últimos cambios tecnológicos (F1, A3)	ESTRATEGIAS DA 1.- Crear un programa de fidelización con descuentos o incentivos (D3, A1) 2.- Expandir la oferta de servicios para incluir soluciones únicas que sean diferentes con la competencia (D2, A1) 3.- Crear una sección de blog para mantener informados a los clientes de la nuevas y posibles amenazas (D1, A2, A3)	
		A2 Vulnerabilidades de seguridad en WordPress			
		A3 Cambios tecnológicos que requieren actualización			

2.2. Descripción de la propuesta

El diseño de campaña publicitaria digital para el posicionamiento de marca de la empresa One Site Pro estará enfocado en redes sociales, específicamente en Facebook e Instagram ya que, de acuerdo con la investigación realizada, son en dichas redes donde se concentran la mayor cantidad de personas que podrían estar interesadas en contratar los servicios de la empresa.

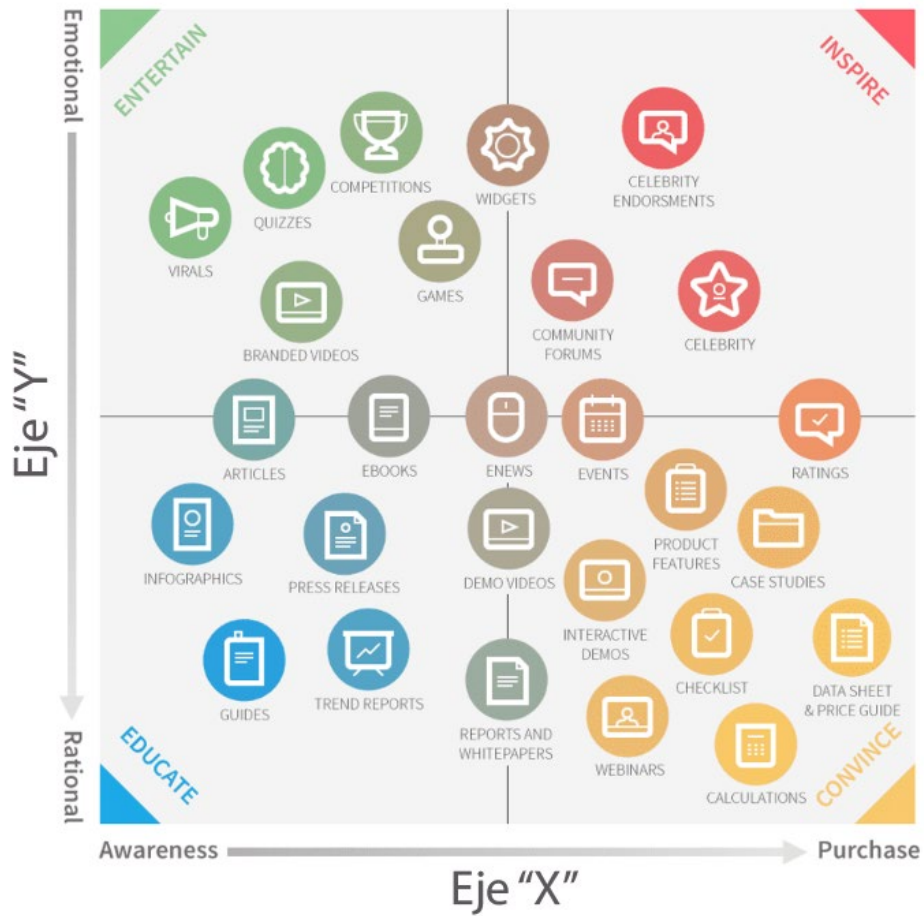
Esta propuesta estará diseñada en torno a la generación de contenido donde de acuerdo con (Montes, 2018) existen 3 ventajas, las cuales son; alto retorno de inversión, favorece la relación con el cliente, fortalece la marca.

También muestra una infografía como guía para la generación de contenido basado 4 cuadrantes principales, entretener, educar, inspirar, convencer.

En el eje “x” guía al usuario desde la etapa de atracción hasta la decisión de compra, mientras que en el eje “y” guía al usuario desde el contenido racional hasta el emocional. Esta infografía (ver figura 3) se utilizará como guía para la generación de contenido en redes sociales de la empresa One Site Pro, dentro de su campaña de posicionamiento de marca donde, de acuerdo también con (Tiwari, 2023) se pueden utilizar los siguientes elementos; trivias, videos de marca, blogs, tutoriales, videos virales, infografías, ebooks, webinars, checklist, ofertas, post en RRSS, plantillas

Figura 3

Matriz de marketing de contenido



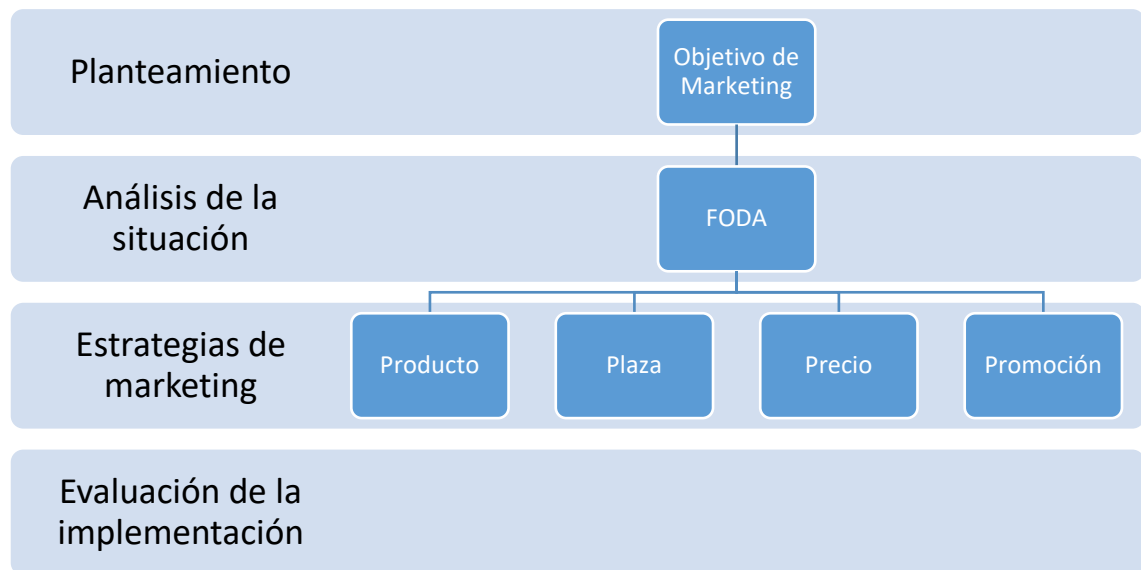
Nota: Tomado de *Smart Insights*, 2023, (<https://goo.su/iR1n85O>).

2.2.1. Estructura general

En el siguiente diagrama se muestra el flujo de la propuesta para el desarrollo del contenido del presente proyecto, donde se plantearán las bases para las ideas que estarán enfocadas en la atracción del público que conocerá la marca y a la que se debe entretener, inspirar, educar y convencer

Figura 4

Estructura general de la estrategia



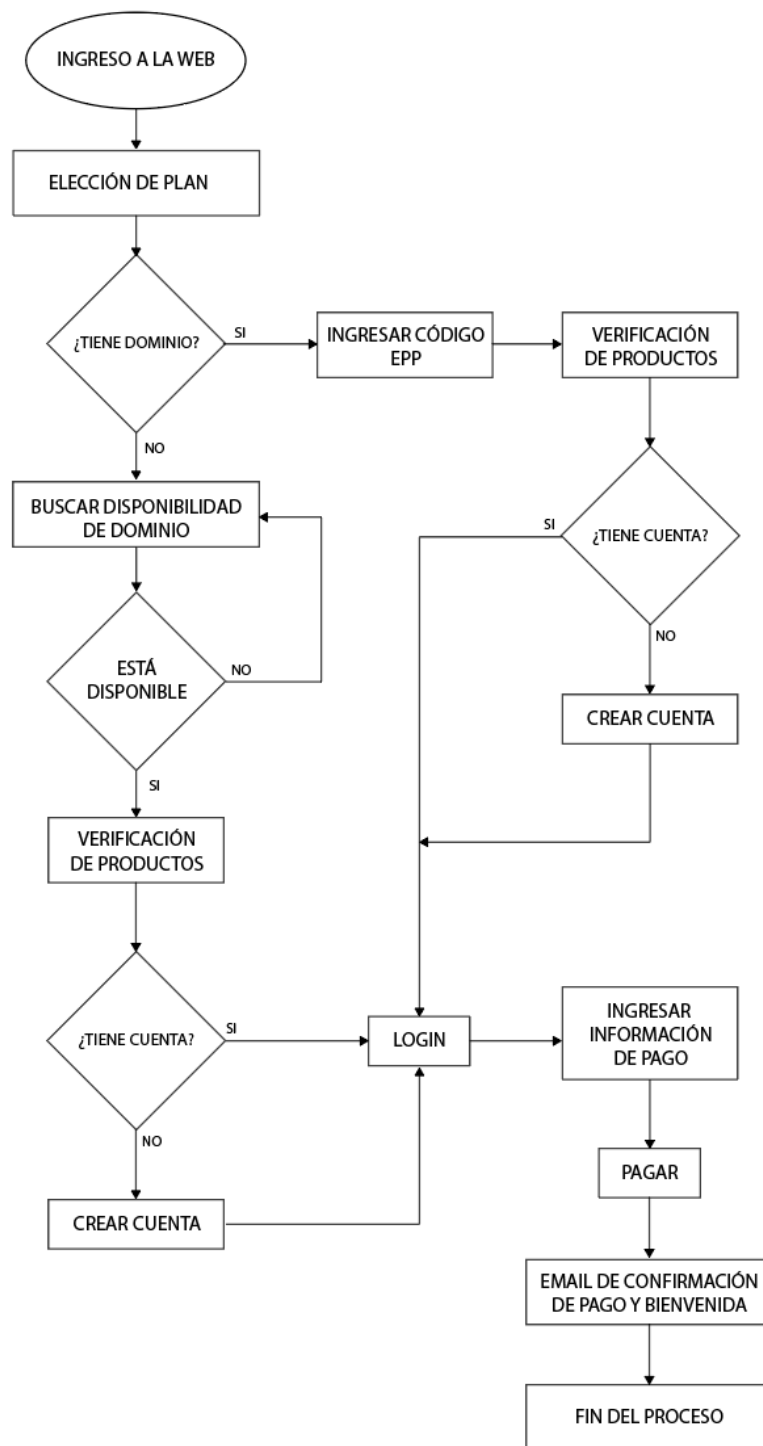
Nota: Elaboración propia

Proceso de compra

A continuación, se detalla el flujograma del proceso de compra de la página OneSitePro.com la cual es el Ecommerce donde las personas interesadas podrán seleccionar un plan de hosting de acuerdo con sus necesidades y a través de la plataforma de WHMCS se automatiza el proceso de configuración y se asigna un espacio en el servidor y un panel de control siempre y cuando se verifique que el pago ha sido completado con éxito.

Figura 5

Flujograma del proceso de compra de la página OneSitePro.com



Nota: Elaboración propia

2.2.2. Explicación del aporte

Una vez realizado el análisis de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA) de la empresa se estructuraron los cruces de variables para generar estrategias de mejora y solución de problemas, también se plantearon los objetivos de marketing y se determinó que la empresa One Site Pro a través de su Ecommerce onesitepro.com se enfocará en ofrecer sus planes a las pequeñas y medianas empresa, así como a profesionales independientes de todo tipo de industria, también se implementará una sección de blog para mantener informados a los clientes y se brindarán ofertas y cupones de descuento.

Con respecto a las redes sociales, se crearán cuentas en Facebook e Instagram para entretener, educar, inspirar, fidelizar, y convencer a los clientes o clientes potenciales, se utilizarán diferentes tipos de contenido como videos, imágenes, trivias e infografías con el fin de mantener un contacto permanente con el usuario.

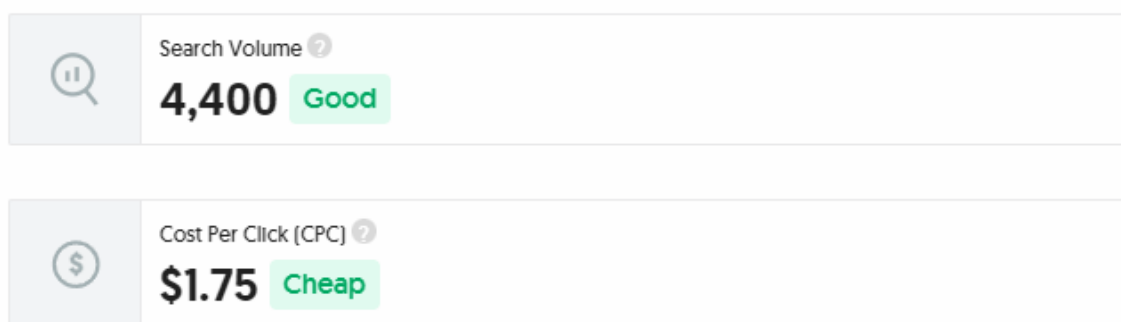
2.2.3. Estrategias y/o técnicas

2.2.3.1. Estudio de mercado

Con ayuda de la plataforma Answer the Public y realizando una segmentación por región, la cual tiene como elección Ecuador, se inicia buscando palabras clave que pueden ser de ayuda para la generación de contenido, tanto en redes sociales como en el blog, así como para tener una idea del mercado y de lo que las personas están buscando o tienen interés en saber.

Figura 6

Palabra clave "Hosting"



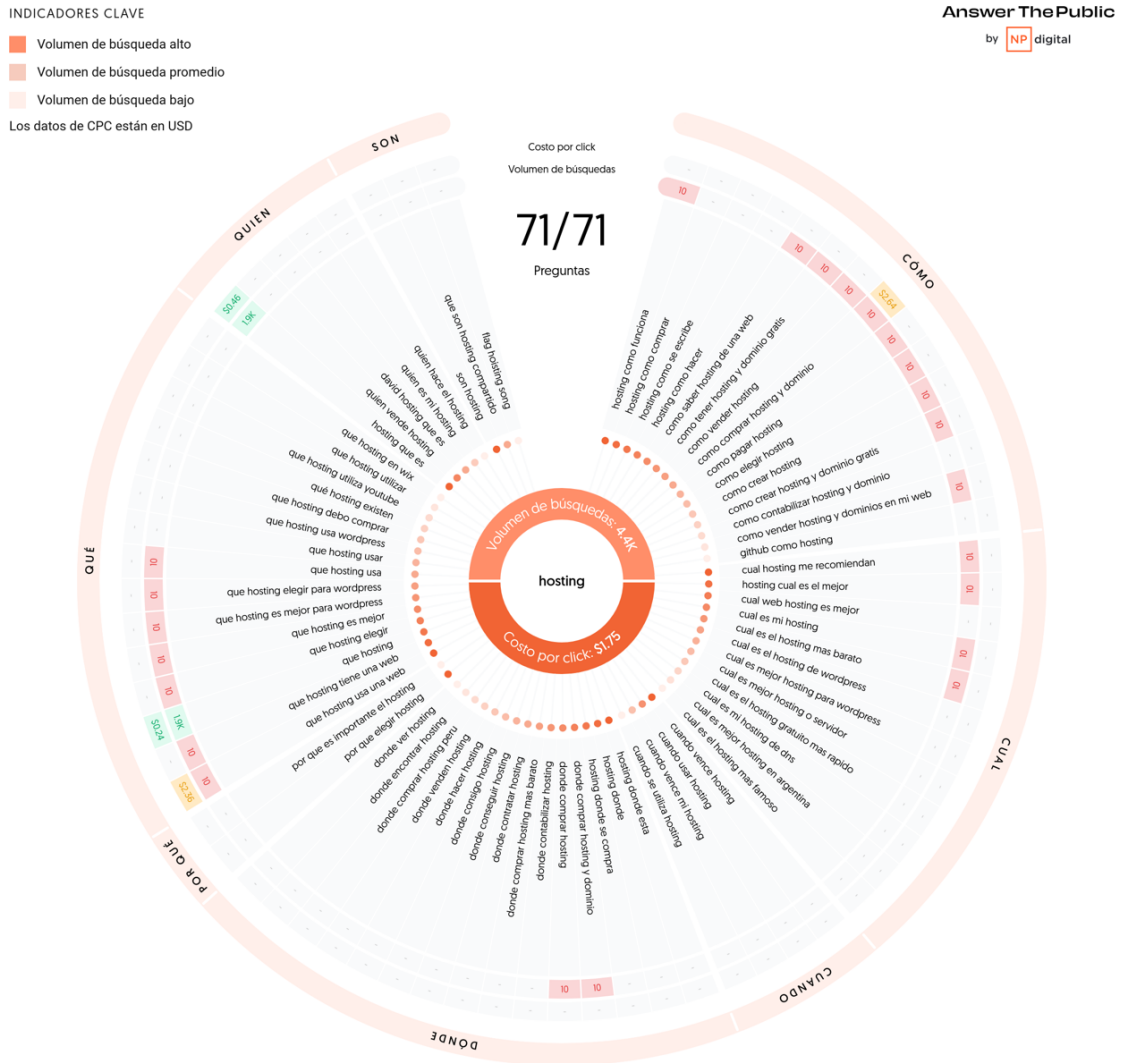
Nota: Obtenido a partir del uso de la plataforma *Answer the Public*

La herramienta nos muestra que el volumen de búsqueda es bueno y nos muestra que en promedio mensual las personas buscan la palabra "hosting" 4.400 veces y que el costo por click (CPC) es barato, ya que en promedio los anunciantes pagan \$1,75 por click por aparecer en los resultados de búsqueda.

También podemos ver las preguntas que las personas hacen con respecto a la palabra clave "Hosting"

Figura 7

Preguntas que contienen la palabra "Hosting"



Nota: Obtenido a partir del uso de la plataforma Answer the Public

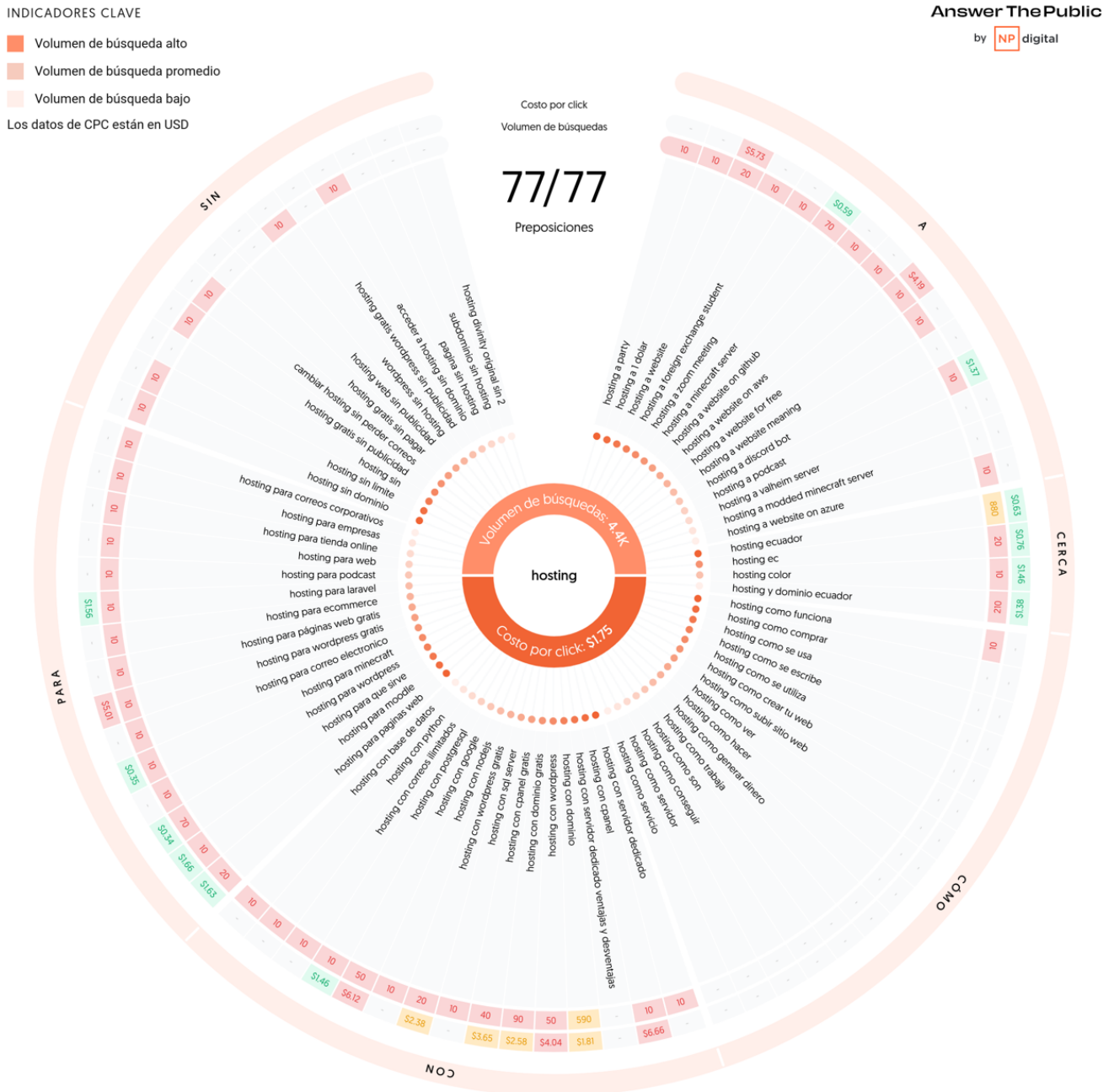
Vemos que las preguntas más recurrentes son:

- ¿Qué es hosting? con 1.900 búsquedas mensuales y un costo por click de \$0,46
- ¿Qué hosting...? con 1.900 búsquedas mensuales y un costo por click de \$0,24

En búsquedas con preposiciones utilizando la palabra “hosting” podemos observar lo siguiente:

Figura 8

Búsqueda con preposiciones: hosting



Nota: Obtenido a partir del uso de la plataforma *Answer the Public*

Observamos que la búsqueda “hosting Ecuador” es la mejor opción, tiene un volumen promedio de búsqueda mensual de 880 veces, con un costo por click de \$0,63

Con respecto a la competencia, de acuerdo con (Whtop, 2023) el top 10 de las empresas de hosting en el Ecuador comparado por su rango de Alexa son; Nodored, Favola Hosting, Ecuahosting, Ecuaweb, Daganet.net, Hosting Supremo, KaPcHosting, WebCorpEcuador, Inter DEC, Ehosting.ec.

De este grupo de empresas de hosting, se analizaron los precios de las 3 empresas con mejor puntuación, así como las redes sociales y sus páginas web, con el fin de determinar un precio que esté acorde con el mercado y una apariencia que destaque entre los competidores, estas empresas son Nodored, Hosting Supremo y Daganet.

Figura 9

Tabla de planes de Nodored

Elige tu Plan de Hosting Web con Plesk en Español

Anual Mensual

NodoHost Starter	NodoHost Plus	NodoHost Extra
<p><small>Ideal para sitios web informativos</small></p> <p>+ 1 MES ADICIONAL + 1% CASHBACK</p> <p>USD\$90.00</p> <p>USD\$76.50*</p> <p><small>Primer Año</small></p> <p><small>Costo de Renovación Anual: USD\$90.00</small></p> <p>PRUEBA 30 DÍAS POR USD\$1.00</p>	<p><small>Ideal para Tiendas Virtuales</small></p> <p>+ 2 MESES ADICIONALES + 1% CASHBACK</p> <p>USD\$140.00</p> <p>USD\$105.00*</p> <p><small>Primer Año</small></p> <p><small>Costo de Renovación Anual: USD\$140.00</small></p> <p>PRUEBA 30 DÍAS POR USD\$1.00</p>	<p><small>Ideal para Pequeños LMS</small></p> <p>+ 3 MESES ADICIONALES + 1% CASHBACK</p> <p>USD\$180.00</p> <p>USD\$117.00*</p> <p><small>Primer Año</small></p> <p><small>Costo de Renovación Anual: USD\$180.00</small></p> <p>PRUEBA 30 DÍAS POR USD\$1.00</p>

Nota: Tomado de la página de Nodored, 2023, (nodored.com).

Figura 10





Tabla de planes de Hosting Supremo

Personal	Básico	Premium	Gold
15 GB	25 GB	70 GB	80 GB
Almacenamiento	Almacenamiento	Almacenamiento	Almacenamiento
30 GB Transferencia	60 GB Transferencia	500 GB Transferencia	9000 GB Transferencia
10 Cuentas de Correos	20 Cuentas de Correos	200 Cuentas de Correos	Cuentas de Correos Ilimitadas
Constructor Web SitePad	Constructor Web SitePad	Constructor Web SitePad	Constructor Web SitePad
Softaculous Gratis	Softaculous Gratis	Softaculous Gratis	Softaculous Gratis
Certificado SSL Gratis!	Certificado SSL Gratis!	Certificado SSL Gratis!	Certificado SSL Gratis!
Panel: cPanel	Panel: cPanel	Panel: cPanel	Panel: cPanel
LiteSpeed Web Server	LiteSpeed Web Server	LiteSpeed Web Server	LiteSpeed Web Server
Respaldos Gratis	Respaldos Gratis	Respaldos Gratis	Respaldos Gratis
12 Meses \$59.99	12 Meses \$71.99	12 Meses \$144.99	12 Meses \$216.99
\$5.99/mes	\$6.99/mes	\$13.99/mes	\$20.99/mes
EMPEZAR	EMPEZAR	EMPEZAR	EMPEZAR

Nota: Tomado de la página de *Hosting Supremo*, 2023, (<https://goo.su/Dhwu>).

Figura 11

Tabla de planes de Daganet

BUSS	BUSS BÁSICO	BUSS MEDIO	BUSS FULL
 \$139/y	 \$199/y	 \$299/y	 \$499/y
15.000 MB espacio en disco	20.000 MB espacio en disco	30.000 MB espacio en disco	50.000 MB espacio en disco
Transferencia ilimitada	Transferencia ilimitada	Transferencia ilimitada	Transferencia ilimitada
Certificado SSL gratis	Certificado SSL gratis	Certificado SSL gratis	Certificado SSL gratis
Panel de Control cPanel	Panel de Control cPanel	Panel de Control cPanel	Panel de Control cPanel
Correos ilimitados	Correos ilimitados	Correos ilimitados	Correos ilimitados
Base de Datos ilimitadas	Base de Datos ilimitadas	Base de Datos ilimitadas	Base de Datos ilimitadas
Backups diarios	Backups diarios	Backups diarios	Backups diarios
Migración gratis	Migración gratis	Migración gratis	Migración gratis
Incluye dominio .com	Incluye dominio .com	Incluye dominio .com	Incluye dominio .com
Soporte Español 24/7	Soporte Español 24/7	Soporte Español 24/7	Soporte Español 24/7
CONTRATAR	CONTRATAR	CONTRATAR	CONTRATAR

Nota: Tomado de la página de *Daganet*, 2023, (<https://goo.su/5lclGg>).

De acuerdo con este análisis, podemos observar que ofrecen entre 3 y 4 tipos de planes y que su precio promedio es:

Tabla 3

Comparativa de precios con la competencia

Precio anual	OneSitePro.com	Nodored	Hosting supremo	Daganet
Más económico	\$71,88	\$76,50	\$59,99	\$139
Más alto	\$119,88	\$117	\$216,99	\$499

Nota: Elaboración propia

Precio anual promedio de la competencia

\bar{X} = Valor promedio

X= Precio

n= Número de variables

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{n}$$

Podemos observar que, en las 3 empresas analizadas, el precio más bajo de la competencia tiene un valor promedio de \$95,79 anuales, mientras que el promedio anual más alto es de \$289, en comparación, en comparación con los precios que actualmente ofrece One Site Pro a través de su Ecommerce OneSitePro.com donde el precio del plan más económico es \$71,88 anuales y el plan más alto es \$119,88 anuales, vemos que los precios ofrecidos por One Site Pro son precios competitivos que se encuentran dentro del rango ofrecido por la competencia.

KPIs para la campaña

De acuerdo con (Meta, 2023) “Las métricas, como la de alcance y frecuencia, que indica el número de personas a las que llega la campaña y las veces que ven los anuncios, son indicadores importantes del éxito de cualquier campaña de marca” y aunque el objetivo de esta campaña no son las ventas, se puede aplicar una fórmula de ROI para saber cuál fue el retorno de inversión al finalizar la campaña, se considerará positivo si el ROI es mayor de cero y negativo si es menor que cero, a continuación la fórmula para calcular el ROI:

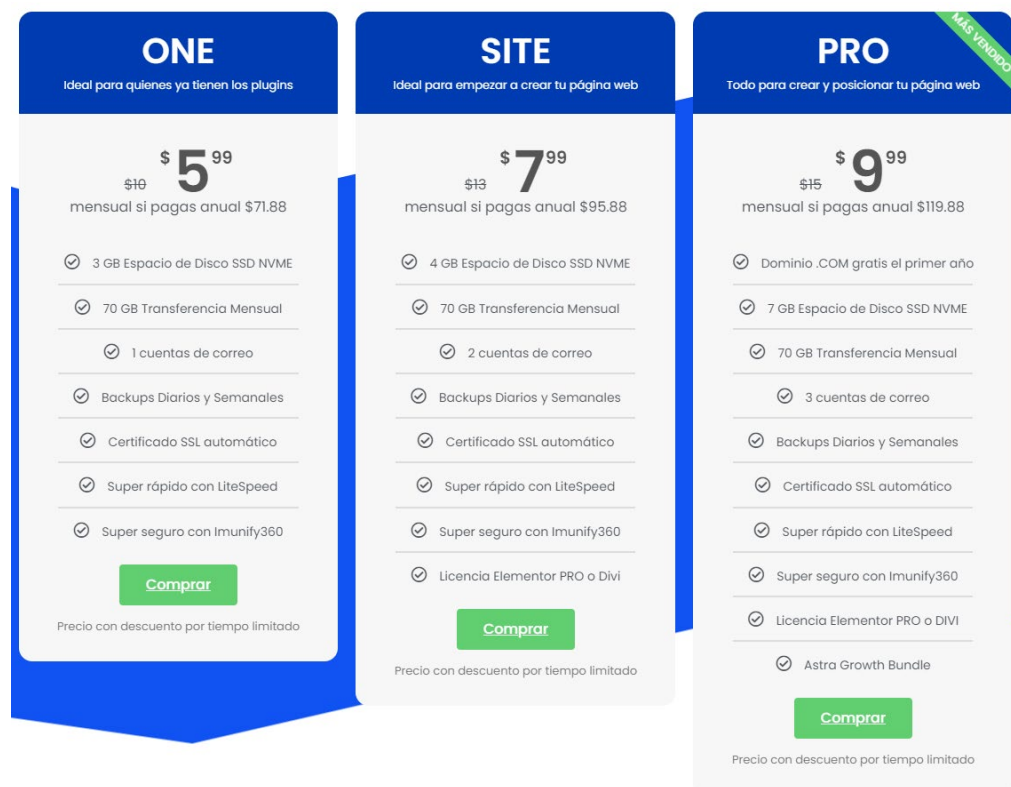
$$\% \text{ ROI} = \frac{\text{Ingresos} - \text{Inversión}}{\text{Inversión}} \times 100$$

Diferenciación con la competencia

Se verifica que la competencia no ofrece plugins premium necesarios para sus sistemas de gestión de contenidos (CMS), OneSitePro.com ofrece plugins premium como Elementor Pro, DIVI y Astra Bundle, estos plugins permiten al usuario crear páginas web en WordPress sin necesidad de escribir líneas de código, pueden crear sus páginas solo con arrastrar y soltar bloques de acuerdo a sus necesidades, además se planea establecer ofertas por fechas especiales y cupones de descuento, así como programas de fidelización y descuentos por pagos anticipados a la fecha de caducidad de sus planes.

Figura 12

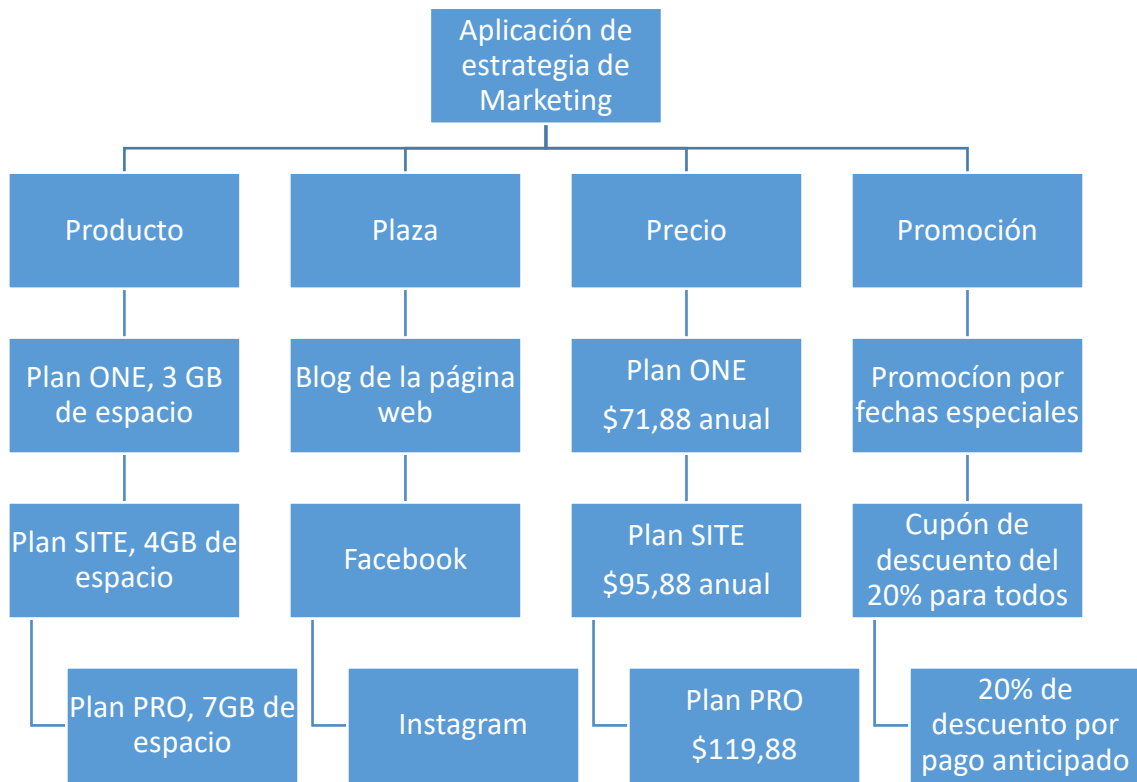
Tabla de precios de planes de OneSitePro.com



Nota: Elaboración propia

Figura 13

Aplicación de la estrategia de Marketing



Nota: Elaboración propia

Creación del blog en el Ecommerce OneSitePro.com

De acuerdo con la investigación del estado de situación y las estrategias de Marketing, se procede a crear una sección de blog para educar y entretener a los clientes, también servirá de ayuda para posicionar la página en los buscadores y responder inquietudes que los posibles leads buscan a diario, para esta sección se utilizará Elementor Pro como herramienta principal y la ayuda de Chat GPT para generar el contenido, también se tomarán imágenes con licencia comercial de uso de Freepik y se las editará en Illustrator y Photoshop para luego optimizarlas, con TinyPNG, a continuación se detalla el proceso en imágenes:

Figura 14

Diseño post Transformando el Futuro: Cómo la Inteligencia Artificial Está Cambiando Nuestras Vidas

Transformando el Futuro: Cómo la Inteligencia Artificial Está Cambiando Nuestras Vidas



En el último par de décadas, hemos sido testigos de un avance tecnológico que ha revolucionado la forma en que vivimos y trabajamos: la Inteligencia Artificial (IA). Esta innovación está transformando prácticamente todos los aspectos de nuestras vidas, desde la forma en que interactuamos con la tecnología hasta cómo se abordan problemas complejos en diversas industrias. En este artículo, exploraremos cómo la Inteligencia Artificial está moldeando nuestro presente y futuro, y cómo esta tecnología impacta en nuestras vidas de maneras que antes parecían inimaginables.

Automatización y Eficiencia en el Trabajo

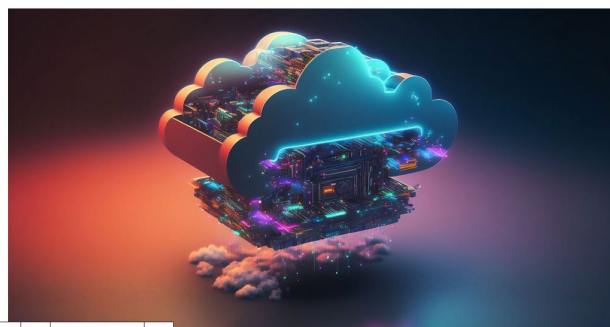
Una de las formas más evidentes en que la Inteligencia Artificial está cambiando nuestras vidas es a través de la automatización de tareas rutinarias y repetitivas en el trabajo. Desde la fabricación hasta la atención al cliente y la contabilidad, los sistemas de IA pueden manejar procesos tediosos con precisión y rapidez. Esto no solo aumenta la eficiencia, sino que

Nota: Elaboración propia

Figura 15

Diseño post ¿Qué es hosting?

¿Qué es hosting?



En el vertiginoso mundo de la tecnología y la creación de sitios web, el concepto de "hosting" desempeña un papel fundamental. Si estás planeando tener tu propia página web con WordPress, es crucial entender qué es el hosting, cómo beneficia a tu sitio y cómo herramientas como Elementor Pro pueden llevar tu diseño y funcionalidad al siguiente nivel. En este artículo, exploraremos a fondo estas ideas para ayudarte a tomar decisiones informadas al crear tu presencia en línea.

¿Qué es el Hosting y su Importancia?

El hosting, en términos sencillos, es como el espacio en línea donde se almacena tu página web. Es el lugar donde todos los archivos, imágenes y datos de tu sitio residen para que los visitantes puedan acceder a él en cualquier momento. Piensa en el hosting como el cimiento de tu casa digital. Sin un hosting confiable y de calidad, tu sitio web estaría inaccesible para el mundo.

Ventajas del Hosting para tu Página Web con WordPress

Nota: Elaboración propia

Figura 16

Explorando las Ventajas de WordPress: Tu Puerta de Entrada al Mundo Digital

Explorando las Ventajas de WordPress: Tu Puerta de Entrada al Mundo Digital



En la vasta y dinámica galaxia de la creación de sitios web, WordPress brilla como una estrella en ascenso. Como plataforma de administración de contenido (CMS) líder en el mercado, WordPress ofrece una serie de ventajas que han revolucionado la forma en que las personas, desde bloggers hasta empresas globales, construyen y gestionan sus presencias en línea. En este artículo, te sumergiremos en las múltiples ventajas de WordPress y cómo esta plataforma se ha convertido en una opción inigualable para aquellos que desean explorar el mundo digital.

Flexibilidad sin Igual

Una de las principales razones detrás del éxito abrumador de WordPress es su flexibilidad inigualable. Con una amplia gama de temas y plugins, puedes moldear tu sitio exactamente como lo imaginas. Desde blogs personales y portafolios creativos hasta sitios web de comercio electrónico y sitios corporativos, WordPress se adapta a todas las necesidades. Además, su código de código abierto permite personalizaciones avanzadas, lo que brinda un lienzo en blanco para los desarrolladores creativos.

Nota: Elaboración propia

Figura 17

Sección de Blog en el Home Page

Noticias e información en nuestro BLOG

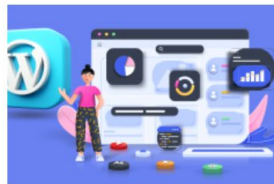


Transformando el Futuro: Cómo la Inteligencia Artificial Está Cambiando Nuestras Vidas

agosto 17, 2023 /// No hay comentarios

En el último par de décadas, hemos sido testigos de un avance tecnológico que ha revolucionado la forma en que vivimos y trabajamos: la Inteligencia Artificial (IA). Esta innovación está transformando prácticamente todos los aspectos de nuestras vidas, desde la forma en que interactuamos con la tecnología hasta cómo se abordan problemas complejos en diversas industrias. En este artículo, exploraremos cómo la Inteligencia Artificial está moldeando nuestro presente y futuro, y cómo esta tecnología impacta en nuestras vidas de maneras que antes parecían inimaginables.

[Read More >](#)

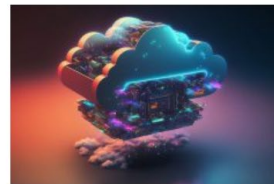


Explorando las Ventajas de WordPress: Tu Puerta de Entrada al Mundo Digital

agosto 17, 2023 /// No hay comentarios

WordPress ofrece una serie de ventajas que han revolucionado la forma en que las personas, desde bloggers hasta empresas globales, construyen y gestionan sus presencias en línea. En este artículo, te sumergiremos en las múltiples ventajas de WordPress y cómo esta plataforma se ha convertido en una opción inigualable para aquellos que desean explorar el mundo digital.

[Read More >](#)



¿Qué es hosting?

agosto 17, 2023 /// No hay comentarios

El hosting, en términos sencillos, es como el espacio en línea donde se almacena tu página web. Es el lugar donde todos los archivos, imágenes y datos de tu sitio residen para que los visitantes puedan acceder a él en cualquier momento. Piensa en el hosting como el cimiento de tu casa digital. Sin un hosting confiable y de calidad, tu sitio web estaría inaccesible para el mundo.

[Read More >](#)

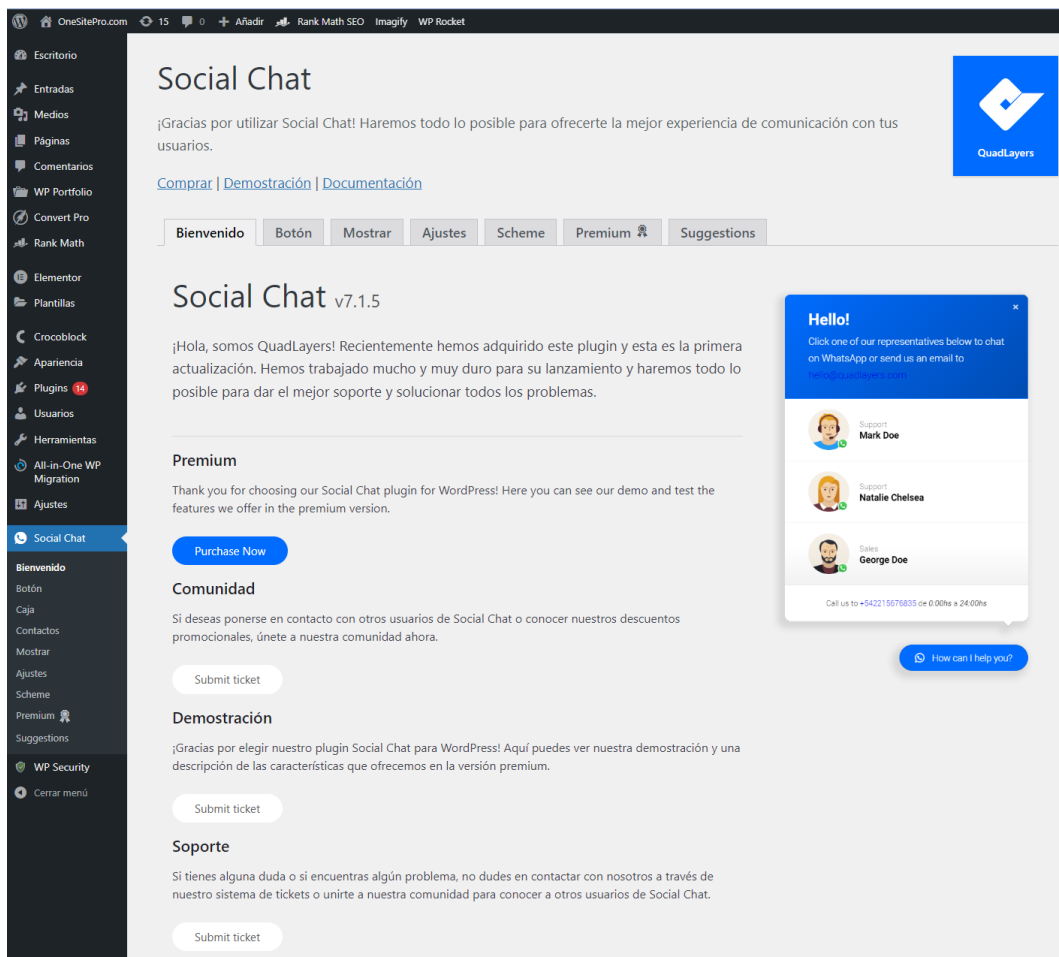
Nota: Elaboración propia

Instalación de un botón de chat en el Ecommerce OneSitePro.com

Con el fin de resolver dudas y mantener un flujo de comunicación más rápido y cercano con el cliente, se instaló en al Home Page un botón de chat directo a Whatsapp Business, con este se pretende no solamente informar a los clientes, sino recolectar información de personas interesadas en los planes de OneSitePro.com, así se podrán recolectar una base de datos como nombre, email y número de teléfono, se le solicitará autorización previa a las personas interesadas para mantenerlos informados y se los incentivará con cupones de descuento o beneficios, para esto se utilizó el plugin gratuito llamado Social Chat.

Figura 18

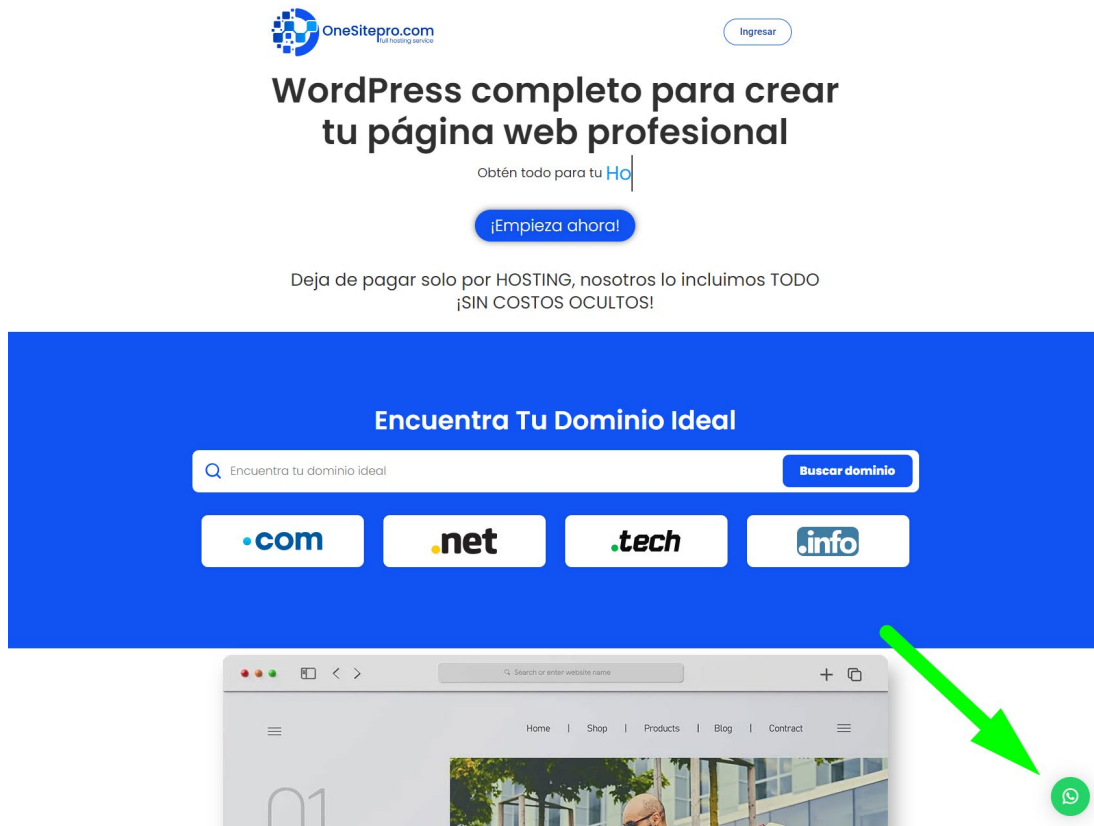
Backend del plugin Social Chat



Nota: Elaboración propia

Figura 19

Frontend del plugin Social Chat



Nota: Elaboración propia

Creación de las páginas de Facebook e Instagram en Meta

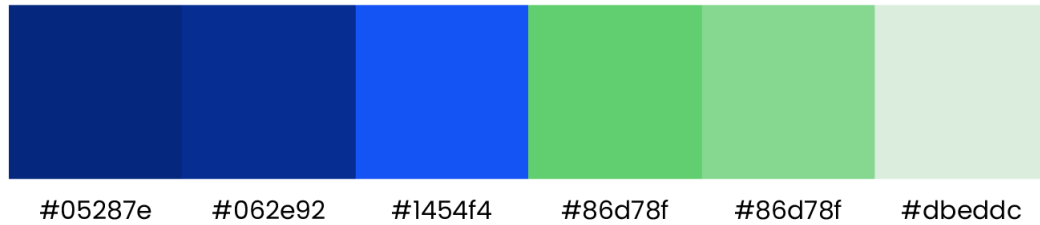
El primer lugar se establecerá una paleta cromática para que todos los diseños de los artes publicitarios tengan armonía, luego se creará un banner y una foto de portada utilizando Illustrator y Photoshop, luego se agregará toda la información de contacto y finalmente se presentará un mockup del resultado.

Identidad visual

Se utilizarán los colores y la tipografía de la página OneSitePro.com para generar armonía en las publicaciones de las redes sociales, en una gama de colores entre azul y verde, así como la tipografía Poppins la cual es una Sans Serif con una gran gama de variantes.

Figura 20

Paleta cromática



Nota: Elaboración propia

Figura 21

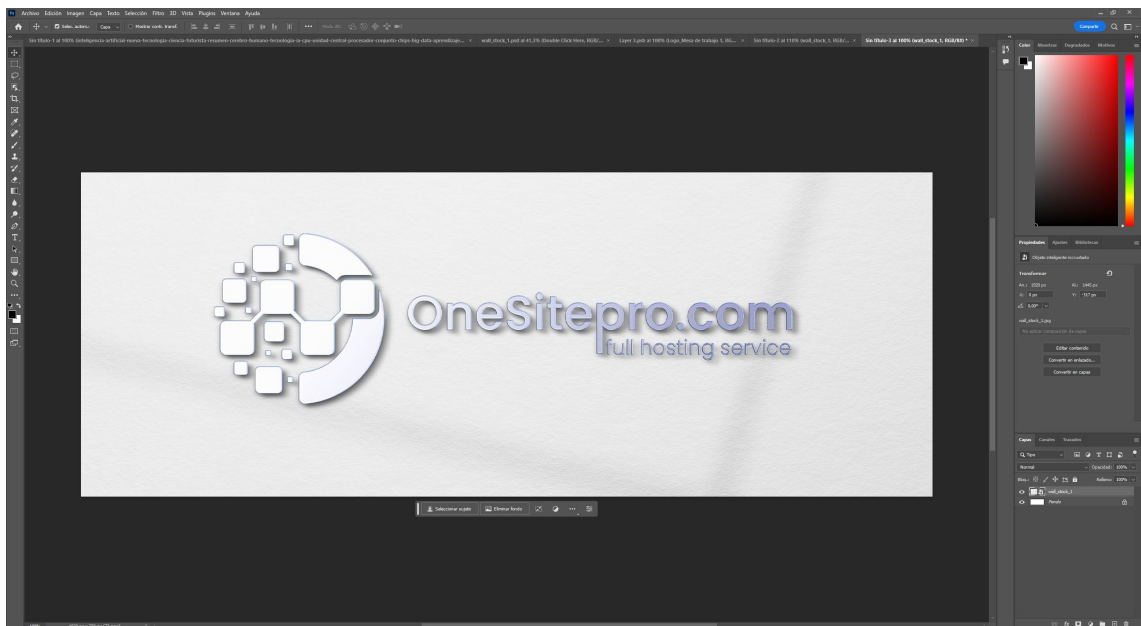
Tipografía Poppins Family

Poppins Extra Light
Poppins Regular
Poppins Bold
Poppins Black

Nota: Elaboración propia

Figura 22

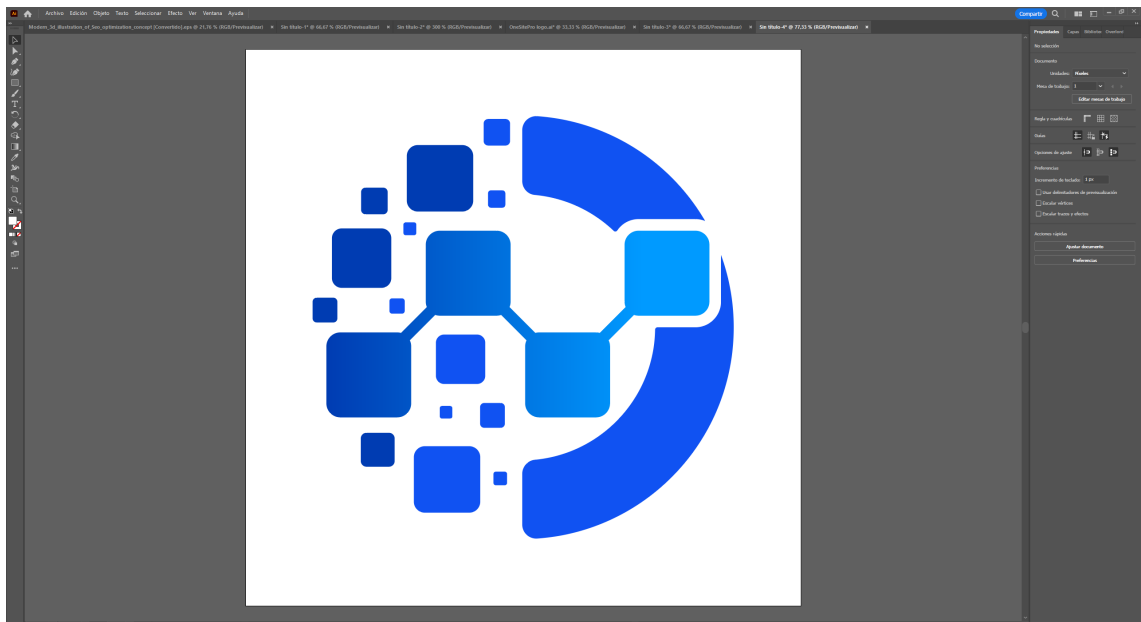
Diseño del banner para facebook en Photoshop



Nota: Elaboración propia

Figura 23

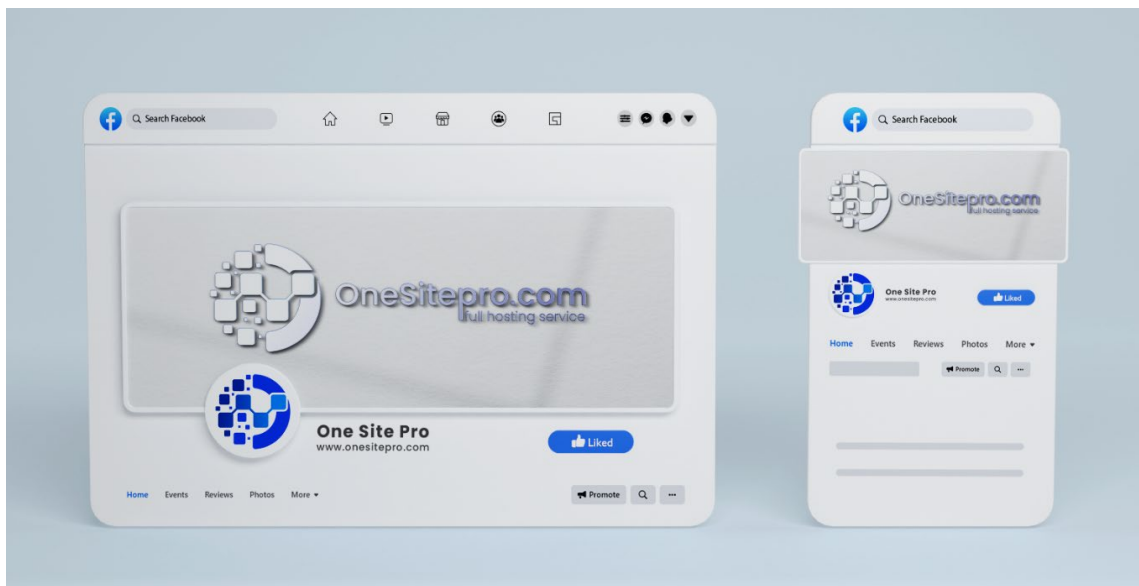
Diseño de la imagen de perfil para Facebook en Illustrator



Nota: Elaboración propia

Figura 24

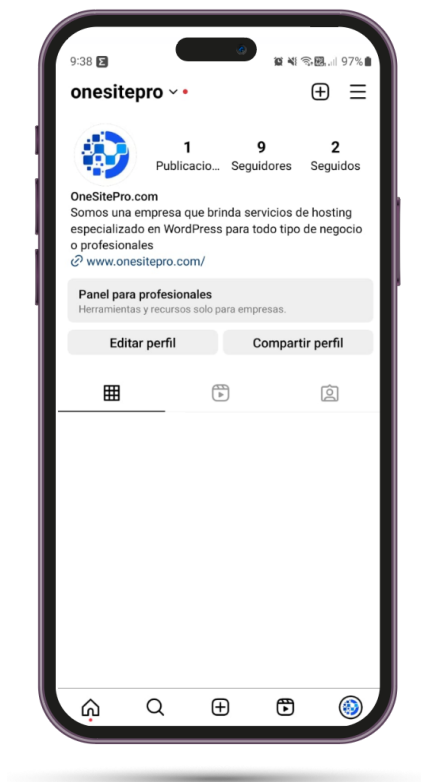
Mockup de la vista de Facebook en dispositivos de escritorio y móviles



Nota: Elaboración propia

Figura 25

Mockup de la vista de Instagram



Nota: Elaboración propia

Campañas de anuncios

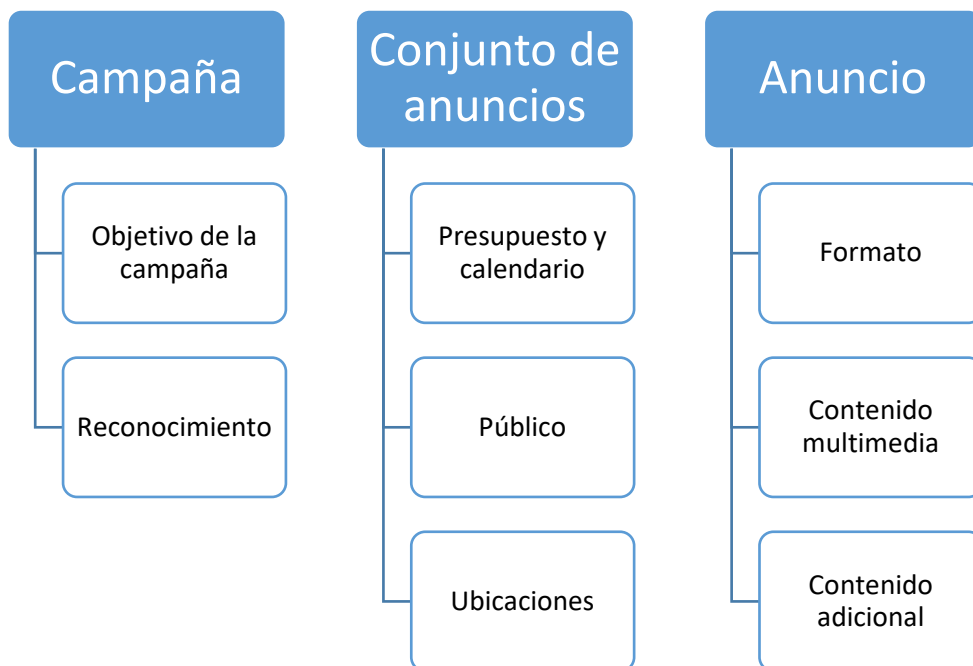
De acuerdo con (Vergara, 2022) se debe esperar un mínimo de 7 días para saber si una campaña de Facebook o Instagram es rentable debido a que la campaña pasa por 3 etapas que son: Fase de aprendizaje, Conversiones tardías, Conversiones modeladas

Campaña

Para esta campaña de posicionamiento se utilizarán los objetivos de Reconocimiento, luego se creará un conjunto de anuncios en el cual se segmentará el público, ubicación, presupuesto y calendario, luego se subirán los anuncios, para esto se elegirá el formato, tipo de contenido multimedia y el contenido adicional

Figura 26

Elementos de una campaña en Meta Ads



Nota: Elaboración propia

Objetivo de campaña

Se ha designado como objetivo de campaña el Reconocimiento, ya que es ideal para alcance, reconocimiento de marca y reproducciones de contenido, esto será ideal para nuestra campaña de posicionamiento de marca.

Figura 27

Objetivo de campaña: Reconocimiento

Crear nueva campaña Nuevo conjunto de anuncios o anuncio

★ Ahora puedes elegir entre seis objetivos simplificados

Actualizamos los objetivos de la campaña para que sea más fácil encontrar uno que se adapte a tus objetivos comerciales. Qué puedes esperar:

- Las mismas funciones y funcionalidades que antes
- En este momento, no hay cambios en las campañas existentes

Te ayudaremos a encontrar un nuevo objetivo que coincida con el anterior.

Encontrar objetivo

Elige un objetivo de campaña

- Reconocimiento
- Tráfico
- Interacción
- Clientes potenciales
- Promoción de la app
- Ventas

Reconocimiento

Muestra tus anuncios a las personas con más probabilidades de recordarlos.

Ideal para:

- Alcance
- Reconocimiento de marca
- Reproducciones de video
- Reconocimiento de la ubicación de la tienda

Asignar nombre a la campaña • Opcional

Más información

Cancelar Continuar

Nota: Tomado de Facebook, (2023), (<https://adsmanager.facebook.com>).

Presupuesto y calendario

One Site Pro ha destinado un presupuesto mensual de \$150, como ejemplo para una campaña de un mes, se tomarán las fechas comprendidas entre el 01/09/2023 a partir de las 00:00 y finalizando el 01/10/2023 a las 00:00

Tabla 4

Desglose de inversión por semana

Semana	Presupuesto
Semana del 1 al 3 de septiembre	\$15
Semana del 4 al 10 de septiembre	\$35
Semana del 11 al 17 de septiembre	\$35
Semana del 18 al 24 de septiembre	\$35
Semana del 25 al 30 de septiembre	\$30

Nota: Elaboración propia

Figura 28

Presupuesto y calendario

The image shows a screenshot of the Facebook Ads Manager interface. At the top, there is a green checkmark icon followed by the text "Presupuesto y calendario". Below this, there is a section titled "Presupuesto" with an information icon. A dropdown menu is set to "Presupuesto total" and the value is "\$150,00" in "USD". Below the budget field, there is a text block: "No gastarás más de \$150,00 mientras tu conjunto de anuncios esté en circulación. Gastarás más los días en los que haya más oportunidades y menos los días en los que no haya tantas. Más información". Below this is a section titled "Calendario" with an information icon. Under "Fecha de inicio", there is a date field set to "1/9/2023" and a time field set to "00:00". Below the time field, it says "Hora de Guayaquil". Under "Finalización", there is a date field set to "1/10/2023" and a time field set to "00:00". Below the time field, it says "Hora de Guayaquil". At the bottom of the form, there is a link that says "Mostrar más opciones" with a downward arrow.

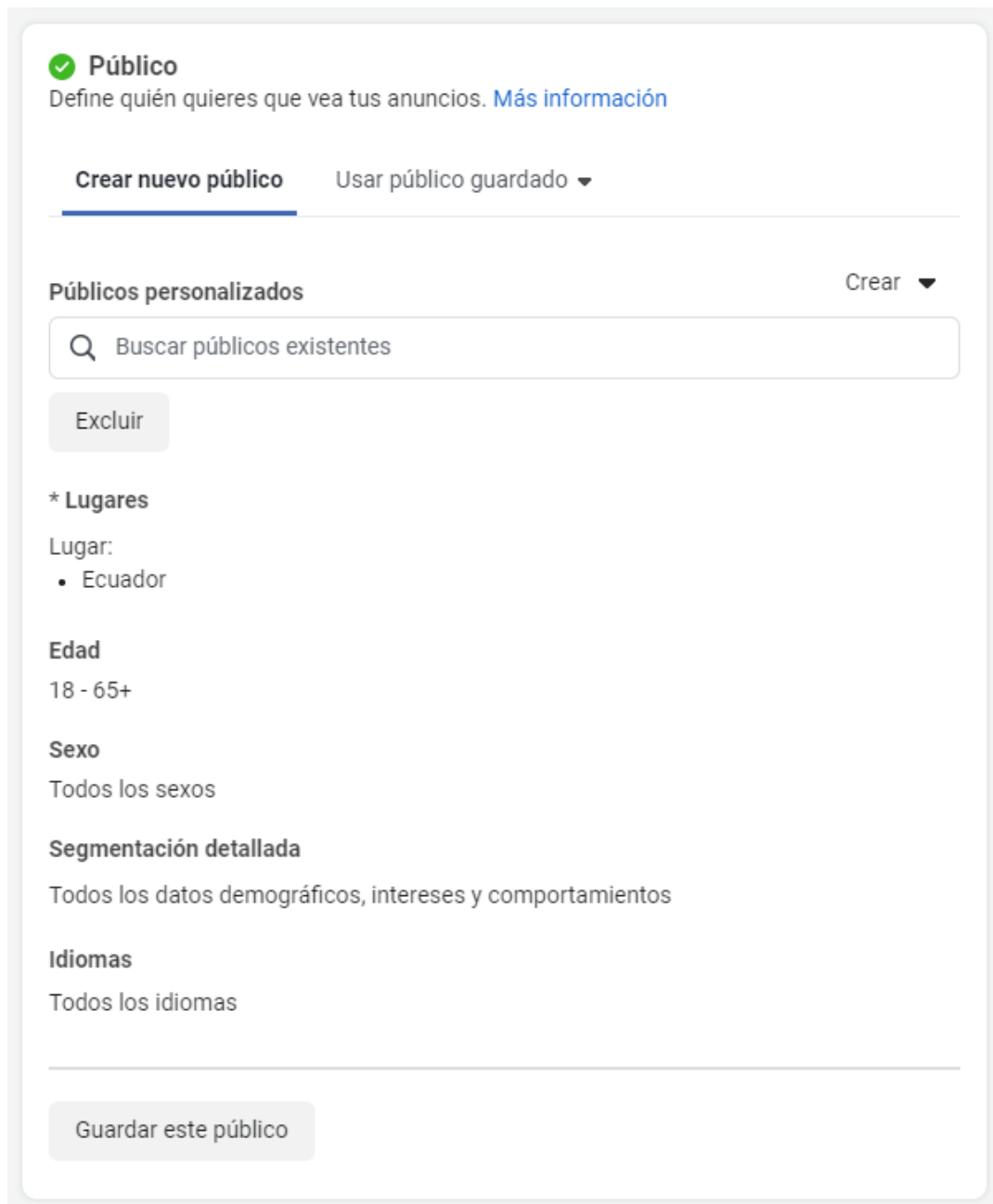
Nota: Tomado de Facebook, (2023), (<https://adsmanager.facebook.com>).

Público

Debido a que es la primera campaña se va a lanzar y que inicialmente estará en su fase de aprendizaje, se ha decidido segmentar por ubicación a Ecuador, en edad se dejara un público amplio de entre 18 y más de 65 y en sexo hombres y mujeres, luego de esta campaña inicial, se planifica realizar una campaña de remarketing con los datos obtenidos de la primera campaña.

Figura 29

Segmentación por Público



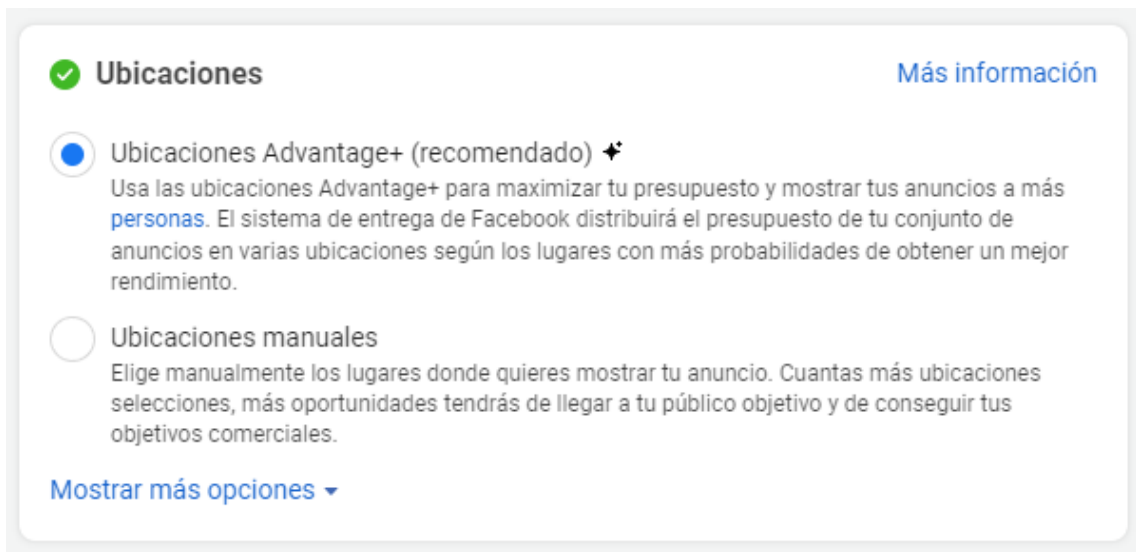
Nota: Tomado de *Facebook*, (2023), (<https://adsmanager.facebook.com>).

Ubicaciones

Se elegirán Ubicaciones Advantage+ para maximizar el presupuesto y mostrar el anuncio a más personas

Figura 30

Ubicaciones Advantage+



Nota: Tomado de Facebook, (2023), (<https://adsmanager.facebook.com>).

Anuncio

Esta es la fase final antes de publicar una campaña y es aquí donde se coloca el contenido destinado a la campaña de posicionamiento

Nombre de anuncio

Es aquí donde colocaremos el nombre del anuncio que vamos a crear, en este caso se los nombrará en orden numérico secuencial ascendente para poder identificar fácilmente el anuncio que nos está generando mayor Retorno Sobre la Inversión o ROI por sus siglas en inglés Return On Investment y un mejor Retorno de la Inversión Publicitaria conocido como ROAS por sus siglas en inglés Return On Advertising Spend los cuales se calculan con las siguientes fórmulas:

$$\% ROI = \frac{\text{Ingreso} - \text{Inversión}}{\text{Inversión}} \times 100$$

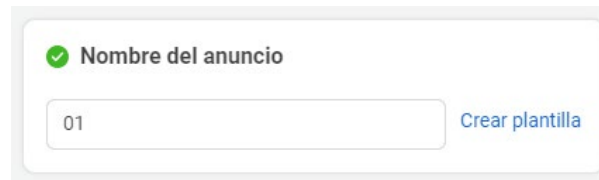
$$ROAS = \frac{\text{Ingresos totales de la campaña}}{\text{Coste total de la campaña}} \times 100$$

Estos datos se obtendrán una vez que la campaña esté activa y se podrán ir verificando conforme pasan los días, de preferencia a partir del séptimo día cuando la fase de aprendizaje

haya recolectado suficientes datos y al finalizar tendremos los datos definitivos de esta campaña.

Figura 31

Nombre del anuncio



✓ Nombre del anuncio

01 [Crear plantilla](#)

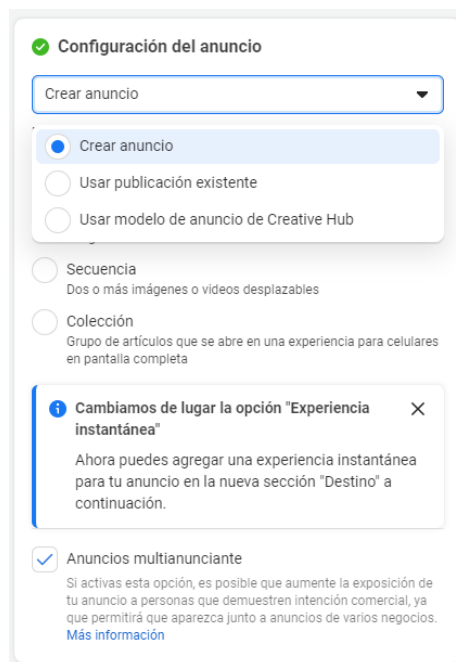
Nota: Tomado de Facebook, (2023), (<https://adsmanager.facebook.com>).

Configuración del anuncio

Aquí elegimos si queremos crear un anuncio, usar una publicación existente o usar un modelo de anuncio de Creative Hub, en este caso utilizaremos la primera opción, crear anuncio

Figura 32

Crear anuncio



✓ Configuración del anuncio

Crear anuncio

Crear anuncio

Usar publicación existente

Usar modelo de anuncio de Creative Hub

Secuencia
Dos o más imágenes o videos desplazables

Colección
Grupo de artículos que se abre en una experiencia para celulares en pantalla completa

i Cambiamos de lugar la opción "Experiencia instantánea" ✕
Ahora puedes agregar una experiencia instantánea para tu anuncio en la nueva sección "Destino" a continuación.

Anuncios multianunciante
Si activas esta opción, es posible que aumente la exposición de tu anuncio a personas que demuestren intención comercial, ya que permitirá que aparezca junto a anuncios de varios negocios. [Más información](#)


Nota: Tomado de Facebook, (2023), (<https://adsmanager.facebook.com>).


Contenido del anuncio


En esta sección se elegirá el tipo de contenido multimedia, el texto y el destino del anuncio


Figura 33


Contenido del anuncio

 **Contenido del anuncio**
Selecciona el contenido multimedia, el texto y el destino de tu anuncio. También puedes personalizar el contenido multimedia y el texto para cada ubicación. [Más información](#)

 **Agrega otra imagen u otro video que sean muy distintos de los primeros que subiste. Publica este anuncio y mantén en circulación el original para maximizar los resultados.** [Más información](#)

*** Multimedia** 

 **Agregar contenido multimedia** ▼ **Crear video**

Texto principal 

I am a video marketing designer, I like to make Whiteboard & Explainer Videos.

Agregar un destino
Si agregas un destino, puedes dirigir a las personas inmediatamente después de que hagan clic en tu anuncio o lo toquen a un sitio web o una experiencia en pantalla completa. Si no lo haces, se las dirigirá a tu página de Facebook o cuenta de Instagram.

Nota: Tomado de *Facebook*, (2023), (<https://adsmanager.facebook.com>).

A continuación, se detallan el contenido que tendrá esta campaña, que de acuerdo con (Barbosa, 2023) y que concuerda con la investigación realizada en el presente proyecto se los puede dividir en 7 categorías que son:

1. Empatía y humanidad
2. Humor
3. Controvertido
4. Venta de forma indirecta
5. Educación
6. Sabías que o dato interesante
7. Top 5

Este contenido se generará con ayuda de inteligencia artificial, específicamente ChatGPT y CANVA

Anuncio 01

Figura 34

Empatía y humanidad



Nota: Elaboración propia

Descripción del anuncio 01

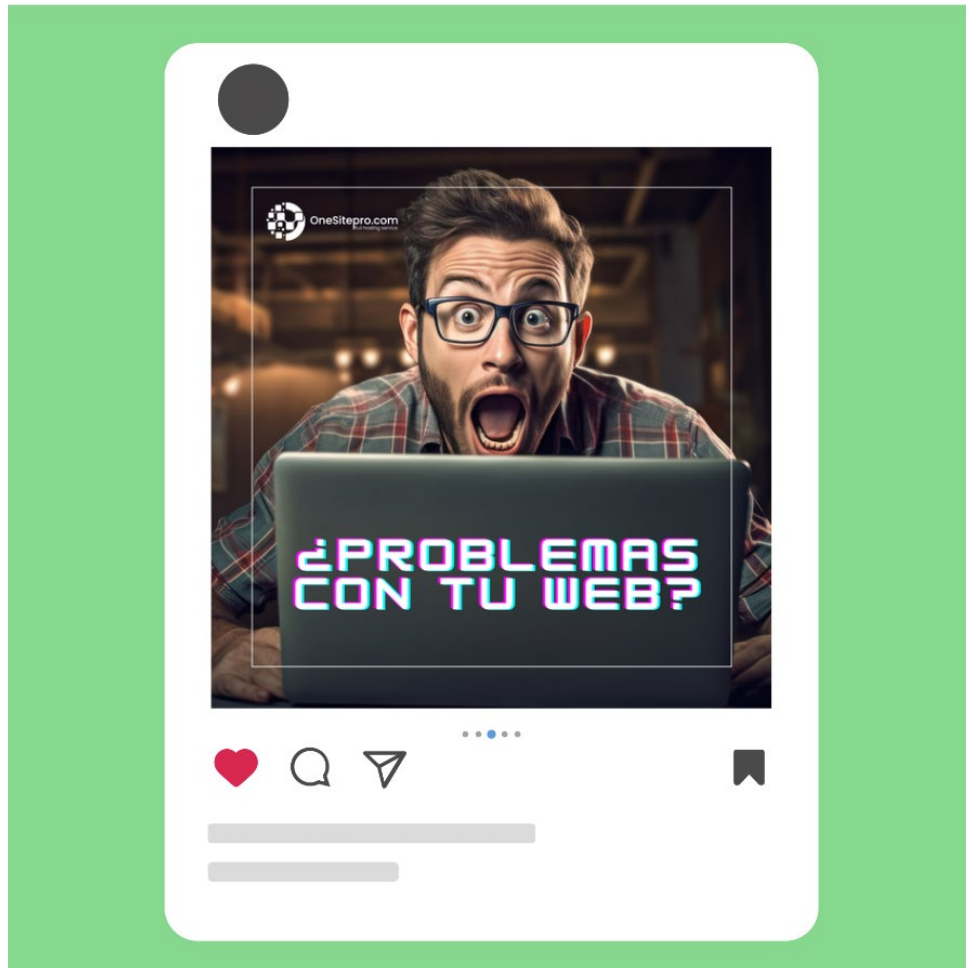
Nos inspiran tus sueños, metas y proyectos. Cada sitio web alojado en nuestro servidor es una historia de esfuerzo y pasión que nos impulsa a seguir brindando lo mejor. 🚀

(link: onesitepro.com)

Anuncio 02

Figura 35

Humor



Nota: Elaboración propia

Descripción del anuncio 02

¿Alguna vez te ha pasado que un problema técnico te ha dejado sin palabras? 😊
¡No te preocupes, no estás solo! En OneSitePro.com entendemos esos momentos, y
también sabemos cómo solucionarlos. 💻🔧 (link: onesitepro.com)

Anuncio 03

Figura 36

Controversia



Nota: Elaboración propia

Descripción del anuncio 03

🤖🌐 ¿Te has preguntado cómo la Inteligencia Artificial está revolucionando la creación de páginas web? visita OneSitePro.com para explorar estas innovaciones en acción! (link: onesitepro.com)

Anuncio 04

Figura 37

Venta Indirecta



Nota: Elaboración propia

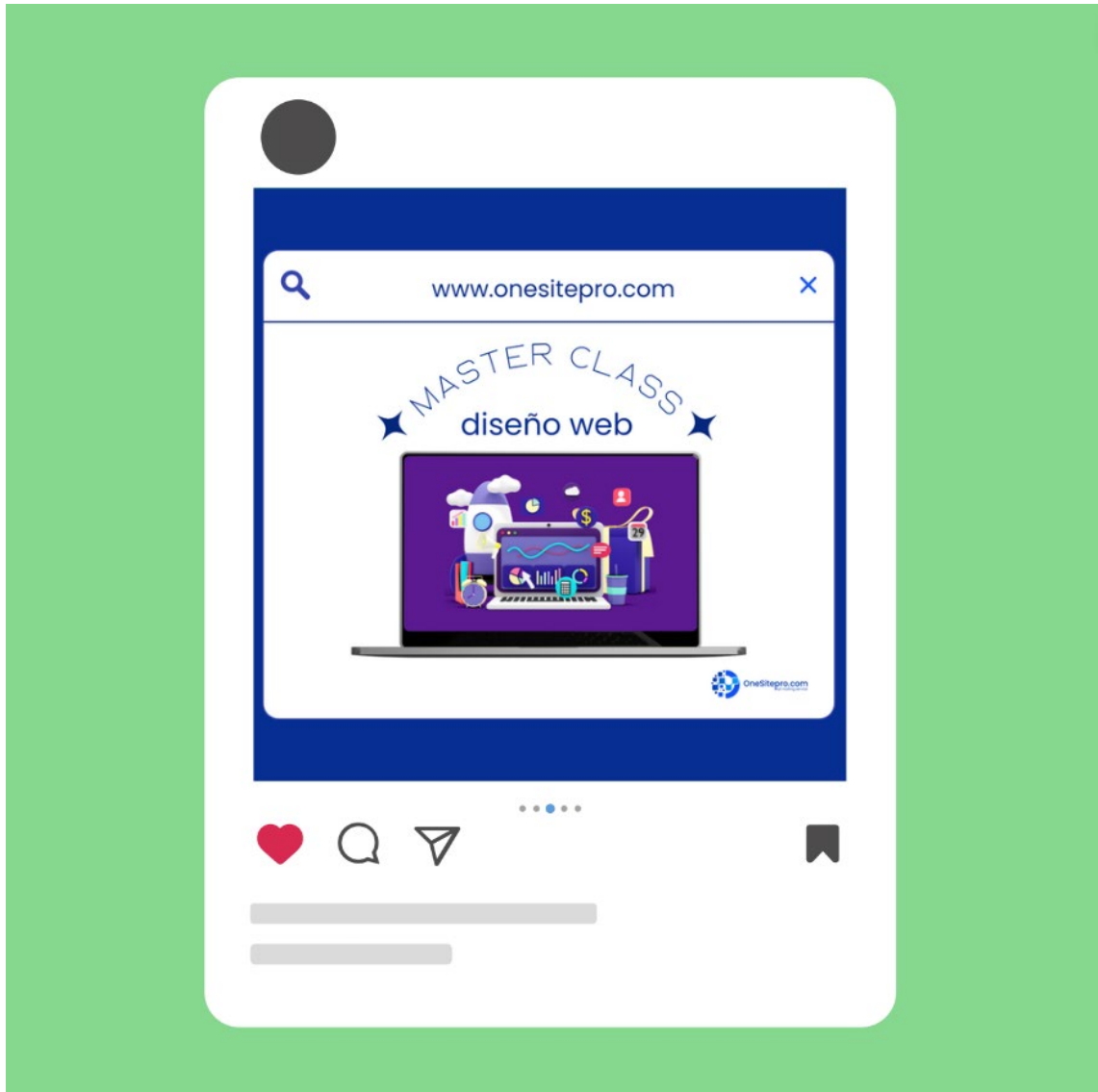
Descripción del anuncio 04

👜 ¿Quieres llevar tu sitio web al siguiente nivel? Descubre cómo OneSitePro.com puede impulsar tu presencia en línea. 🖥️ (link: onesitepro.com)

Anuncio 05

Figura 38

Educación



Nota: Elaboración propia

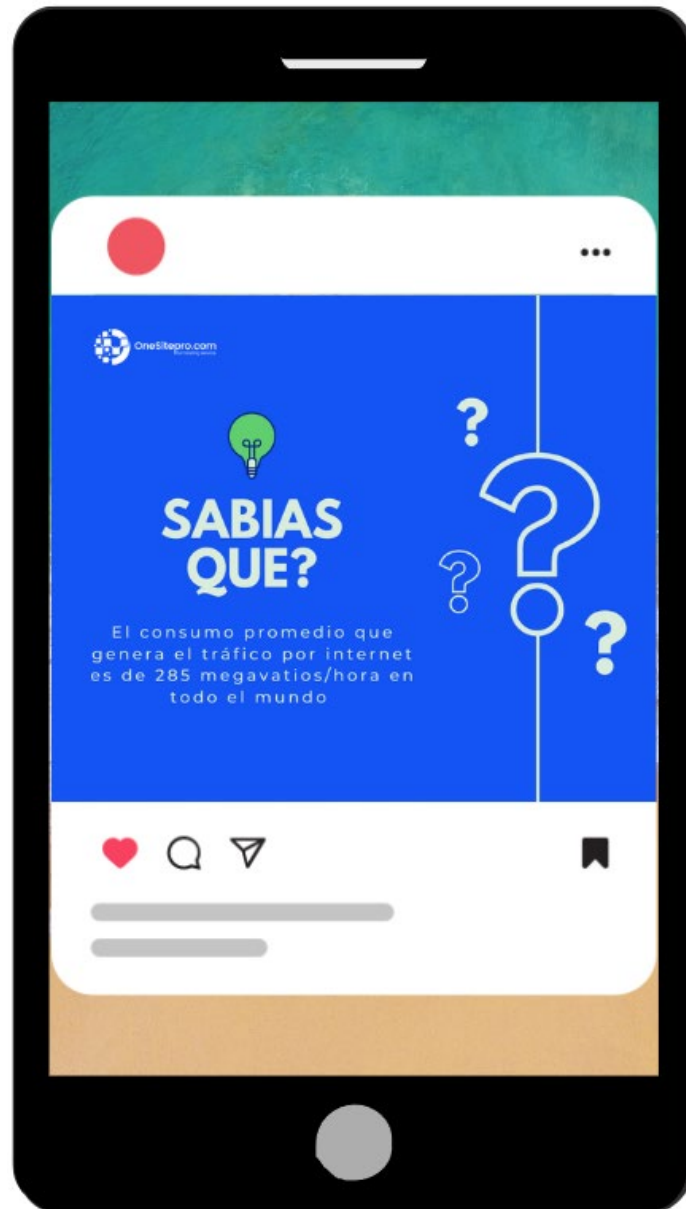
Descripción del anuncio 05

📖 Aprende los conceptos básicos del hosting y el diseño web en nuestra Masterclass virtual. ¡Descubre cómo funcionan los servidores y cómo elegir el mejor hosting para ti! 🎓
(link: [onesitepro.com](https://www.onesitepro.com))

Anuncio 06

Figura 39

Sabías que / Dato interesante



Nota: Elaboración propia

Descripción del anuncio 06

🌐 ¿Sabías que el tráfico de Internet consume tanta energía como un país entero?

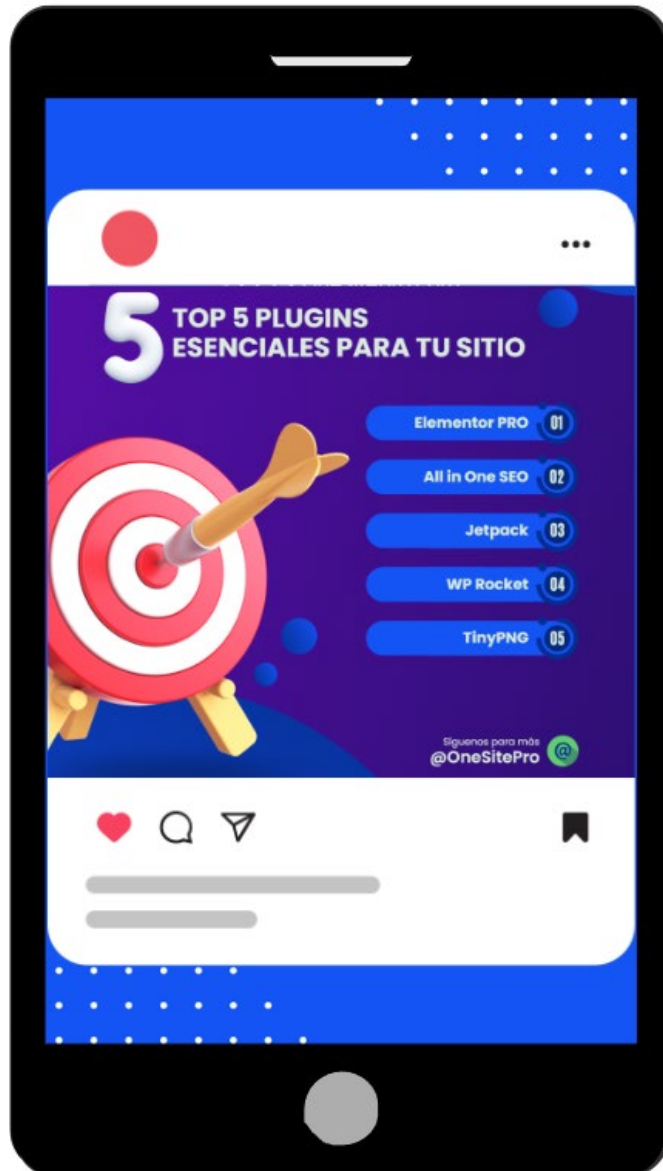
Descubre más datos curiosos sobre el mundo digital y cómo impacta en nuestro planeta. 🌍

(link: onesitepro.com)

Anuncio 07

Figura 40

Top 5



Nota: Elaboración propia

Descripción del anuncio 07

💡 Descubre los 5 plugins imprescindibles que harán que tu sitio web brille. Desde seguridad hasta optimización, estamos aquí para ayudarte a destacar en línea. ✨ (link: onesitepro.com)

2.3. Validación de la propuesta

Presente la validación de la propuesta a través del método de criterios de especialistas.

Validación de especialistas

Datos informativos

Apellidos y nombres: Jacqueline Alexandra Ochoa Cevallos

Formación académica: Ing. Diseño Empresarial, Máster en Neuromarketing

Lugar de trabajo: Aribaflowers S.A

Cargo: Diseñadora Gráfica

Años de experiencia: 19

E-mail: jacquiochoaec@gmail.com

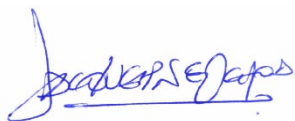
Campaña publicitaria digital para el posicionamiento de marca de la empresa One Site Pro

Criterios	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Deficiente
Tema	X				
Claridad	X				
Objetivos	X				
Fundamentación teórica	X				
Coherencia	X				
Estructura	X				
Actualidad	X				
Estrategia	X				

Observaciones:

Recomendaciones:

Firma del especialista.



Validación de especialistas

Datos informativos

Apellidos y nombres: Jaime Ernesto Mayorga Sandoval

Cédula: 1707793467

Formación académica:

- Ing. en Marketing - ESPE 2012

- MSC. en Business Intelligence - ESPE 2017

Lugar de trabajo: Academia de Guerra del Ejército

Cargo: Alumno Curso de Estado Mayor

Años de experiencia: 10

E-mail: jaimemayorgas@gmail.com

Campaña publicitaria digital para el posicionamiento de marca de la empresa One Site Pro

Criterios	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Deficiente
Tema	X				
Claridad		X			
Objetivos		X			
Fundamentación teórica			X		
Coherencia		X			
Estructura		X			
Actualidad	X				
Estrategia		X			

Observaciones:

La segmentación de la publicidad a través de redes sociales, debe estar adecuadamente segmentada a fin de lograr el alcance y rendimiento esperado. Es necesario que se focalice la publicidad a personas que tengan necesidad de un hosting, pero sobre todo, sean los tomadores de decisión, para que la estrategia implementada tenga éxito.

Recomendaciones:

Focalizar la publicidad, esencialmente a emprendedores, con necesidad de contar con un sitio web, además se deberá implementar una solución integral con productos complementarios, como por ejemplo, los dominios, además el diseño de la web, entre otras posibles opciones.

Firma del especialista.



Firmado electrónicamente por:
JAIME ERNESTO
MAYORGA SANDOVAL

Validación de especialistas

Datos informativos

Apellidos y nombres: RIVERA CHINCHIN JOSÉ DAVID

Cédula: 1719503524

Formación académica: CUARTO NIVEL MGS. MARKETING

Lugar de trabajo: GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE ORELLANA

Cargo: PROFESIONAL DE IMAGEN CORPORATIVA

Años de experiencia: 5

E-mail: soydavids424@hotmail.com

Campaña publicitaria digital para el posicionamiento de marca de la empresa One Site Pro

Criterios	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Deficiente
Tema		X			
Claridad		X			
Objetivos	X				
Fundamentación teórica	X				
Coherencia	X				
Estructura		X			
Actualidad	X				
Estrategia		X			

Observaciones:

La formulación del objetivo general es completamente igual al tema principal de proyecto de estudio, se lo podría plantear de mejor manera.

El proyecto se basa mediante las mediciones del 2020 sobre el COVID 19 para realizar el tema mediante las necesidades del usuario en plataformas digitales, un porcentaje mayor al 50% de casos de estudio o proyectos se basa en el mismo.

Recomendaciones:

Establecer de mejor manera los términos de la rama de estudio, como, por ejemplo: Manejo de una campaña publicitaria en medios digitales o difusión de una campaña publicitaria mediante canales digitales.

Presentar prototipos del producto a ser promocionado en los medios digitales como por ejemplo bocetos o prototipos finales mediante post o videos.

Firma del especialista.

A handwritten signature in blue ink is written over a solid horizontal black line. The signature is stylized and cursive, starting with a large loop on the left and ending with a long, sweeping tail on the right.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. Las fuentes bibliográficas aportan para la planificación de una campaña de posicionamiento, pero a la par, se recomienda utilizar aplicaciones de inteligencia artificial para la generación de contenidos, ya que eso ahorrará tiempo, esfuerzo y dinero.
2. La entrevista como instrumento de investigación fue de ayuda para recolectar información, ya que se aplicó a expertos con experiencia y trayectoria en el ámbito del Marketing, esto enriqueció a la investigación y brindó un variado conocimiento, se recomienda utilizar otras herramientas de investigación como Focus Group y encuestas para reforzar los resultados.
3. La matriz FODA se utilizó como herramienta para identificar los puntos en los que la marca podría mejorar y las estrategias que se pueden implementar, se recomienda realizar revisiones periódicas del FODA e implementar otro tipo de matrices para complementar la información.

BIBLIOGRAFÍA

- Acibeiro, M. (02 de febrero de 2023). *Godaddy*. Obtenido de ¿Qué son las redes sociales y para qué sirven?: <https://es.godaddy.com/blog/que-son-las-redes-sociales-y-para-que-sirven/>
- Aguilar Valarezo, C. (febrero de 2019). *Repositorio Universidad Israel*. Obtenido de “Plan de Marketing Digital para la microempresa Dtodo.com ubicada en la ciudad: <https://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/1926/1/UISRAEL-EC-ADME-378.242-2019-002.pdf>
- Aguilar Valarezo, C. D. (febrero de 2019). *Repositorio Universidad Israel*. Obtenido de Plan de Marketing Digital para la microempresa Dtodo.com ubicada en la ciudad: <https://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/1926/1/UISRAEL-EC-ADME-378.242-2019-002.pdf>
- Barbosa, C. (30 de mayo de 2023). Crear un plan de contenido de 30 días con #ChatGPT Inteligencia artificial. Youtube. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=aaNnfeW2F4U>
- Corrales, J. (03 de febrero de 2021). *Rockcontent*. Obtenido de Guía del posicionamiento de marca: cómo consolidar la fuerza de tu empresa en el mercado consumidor: <https://rockcontent.com/es/blog/posicionamiento-de-marca/>
- Dávalos, N. (01 de febrero de 2021). *Primicias*. Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/tecnologia/14-millones-ecuatorianos-usuarios-redes-sociales/>
- Durán, M. (08 de febrero de 2023). *Hubspot*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/website/mejores-hosting>
- INEC. (diciembre de 2022). *Ecuador en cifras*. Obtenido de Directorio de Empresas y Establecimientos 2021: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2021/Boletin_Tecnico_DIEE_2021.pdf
- Ionos. (14 de septiembre de 2020). *Ionos*. Obtenido de <https://www.ionos.es/digitalguide/hosting/cuestiones-tecnicas/que-es-el-hosting/>
- Marino, P. (2023). La guía de Usina de Ideas. En P. Marino, *La guía de Usina de Ideas* (pág. 127). Editorial de la Universidad Nacional de La Plata.
- Meta. (2023). *Servicio de ayuda de Meta para empresas*. Obtenido de Conoce la mejora estimada de recuerdo del anuncio de tu campaña de reconocimiento: <https://www.facebook.com/business/help/703012206531179?id=429023050853196>
- Montes, K. (20 de agosto de 2018). *Womgp*. Obtenido de <https://www.womgp.com/blog/tendencias-lo-que-la-matriz-de-contenidos-tiene-para-tu-negocio/>
- Páramo Morales, D., Campo Sierra, S., & Maestre Matos, L. (2020). *Métodos de investigación cualitativa: fundamentos y aplicaciones*. Editorial Unimagdalena.

- Peña, A., & Herrera, L. (abril de 2021). *Ecuador en cifras*. Obtenido de INEC: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2020/202012_Boletin_Multiproposito_Tics.pdf
- Pepinós Chiquito, T. C. (septiembre de 2021). *Repositorio Universidad Israel*. Obtenido de Plan de marketing digital para la empresa Pimamtex en el cantón Pimampiro: <https://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/2876/1/UISRAEL-EC-MASTER-ADM.%20EMP-378.242-2021-012.pdf>
- PwC. (2020). *PwC*. Obtenido de <https://www.pwc.ec/es/publicaciones/assets/e-commerce-ecuador.pdf>
- Tiwari, G. (03 de agosto de 2023). *Gaurav Tiwari*. Obtenido de <https://gauravtiwari.org/content-matrix/>
- Vergara, F. (25 de abril de 2022). ¿Cuánto esperar para saber si una campaña de Facebook Ads es efectiva? Youtube. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=XsiwMLl3puE>
- Whitop. (agosto de 2023). *Whitop*. Obtenido de Top 10 de alojamiento web Ecuador: <https://www.whitop.com/es/top.10-alexa-ranking/country-ec>