

**Estudio De Mercado: Diversificación De Servicios De Marketing Digital Ofrecidos
Por Empresas Del Sector Litográfico Para Aumentar La Competitividad En El Mercado
En La Ciudad De Medellín.**

Laura María Blandón Ramírez

Universidad Católica Luis Amigó
Especialización Gerencia De Mercadeo
Facultad De Ciencias Administrativas, Económicas y Contables

Medellín, Colombia

2024

CONTENIDO

TABLA DE FIGURAS	4
LISTA DE TABLAS	4
AGRADECIMIENTOS	5
INFORMACIÓN DEL CONTEXTO CORPORATIVO:.....	6
RESUMEN:	6
ABSTRACT:.....	7
PALABRAS CLAVES:	7
MARCO TEORICO:.....	7
Litografía:.....	7
Publicidad:	8
Marketing digital:.....	9
JUSTIFICACIÓN:	10
OBJETIVOS:	10
Objetivo General:	10
Objetivos Específicos:.....	11
METODOLOGÍA:	11
ALCANCE DEL ESTUDIO DE MERCADO:	12
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES:	12
GLOSARIO DE TERMINOS:.....	14

DESARROLLO DEL PROYECTO DE INTERVENCIÓN	14
CAPITULO 1. Características de los servicios de marketing digital ofrecidos por empresas del sector y agencias especializadas.....	14
CAPITULO 2. situación de la empresa frente a la oferta de servicios de marketing digital desde el diseño gráfico para las empresas en la ciudad de Medellín y segmentación de clientes actuales.	19
CAPITULO 3. Estrategias para ofrecer servicios de marketing digital a los clientes actuales.....	24
PROPUESTA TECNICA	26
CONCLUSIONES	29
RECOMENDACIONES	30
REFERENCIAS	31

TABLA DE FIGURAS

Figura 1. Gráfico de respuestas en la encuesta aplicada.	18
Figura 2. Gráfico de respuestas en la encuesta aplicada.	18
Figura 3. Gráfico de respuestas en la encuesta aplicada.	19
Figura 4. Matriz de perfil competitivo, elaboración propia, tomado de Strategic management: Concepts and cases por David, F.R, 2017.	24
Figura 5. Esquema de estrategias para posicionar el servicio de marketing digital en la empresa, elaboración propia.....	28

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Cronograma de las actividades del proyecto, elaboración propia.....	13
Tabla 2. Aplicación de matriz DOFA, elaboración propia, adaptada de Análisis de matriz DOFA por Humphrey, A & Lie, B, 2004.	21
Tabla 3. Estrategias según el factor a mejorar después de los resultados de la MPC.....	25
Tabla 4. Tabla de procesos de la propuesta técnica presentada a la empresa.	29

AGRADECIMIENTOS

Al finalizar este trabajo de grado, quiero agradecer primero a Dios y a la virgen por darme la oportunidad de estudiar y ejercer una profesión tan bonita, por permitirme continuar con mi formación profesional, llevándome a cumplir los sueños trazados en mi corazón.

Agradezco a mi familia, por su apoyo incondicional, paciencia y amor durante este tiempo, a mi madre por enseñarme el valor del esfuerzo, a mi padre por creer en mí en todo momento y a mi hermano por su comprensión y motivación.

A mis compañeros por el conocimiento compartido, a los profesores y la universidad por proporcionar los recursos y el ambiente propicio para el desarrollo profesional.

Finalmente, agradezco a todas las personas, que han contribuido a la realización de este trabajo, a todos ustedes, mi más sincero agradecimiento.

INFORMACIÓN DEL CONTEXTO CORPORATIVO:

Precisión artes gráficas es una empresa con más de 15 años de experiencia en el sector de servicios de impresión y artes gráficas, comprometida en ofrecer soluciones de alta calidad para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

En el 2007, después de varios años en el campo litografía Mauricio Blandon, decide independizarse y hacer su propia empresa a raíz de todo lo que personas cercanas le fueron enseñando, fue así como desde un pequeño cuarto en su casa empezó a tocar puertas en diferentes negocios cercanos para ofrecer servicios de impresión para tercerizar en algunas litografías en el sector del centro de Medellín.

Poco a poco, con su calidad en los productos, su excelente servicio y la confianza de sus clientes pudo hacerse a un local en una de las zonas fuertes en el centro de la ciudad, junto con sus hijos, consiguió máquinas propias de todo tipo con el fin de tener su propio sistema de producción en serie, su propio personal con alta experiencia en procesos litográficos para garantizar siempre los mejores productos.

Desde entonces se ha mantenido fuertemente en el mercado cada vez teniendo en cuenta los cambios y las nuevas tendencias en las funciona el mercado en estos términos, por lo que se ha visto en la necesidad de implementar y diversificar sus servicios con el propósito de acompañar el crecimiento de sus clientes.

RESUMEN:

Las empresas del sector litográfico se han caracterizado por la impresión y distribución de material publicitario durante años que ha mostrado efectividad en procesos de posicionamiento y recordación de marca, sin embargo, con las nuevas tecnologías, las redes sociales y la reducción de uso de papel innecesario, este sector empieza a verse quedado en el tiempo ya que sus productos son menos funcionales y en el futuro tiende a desaparecer.

Con el crecimiento acelerado de plataformas digitales y los beneficios que estas traen en temas de medición, alcance y visualizaciones se ha hecho casi que indispensable para las empresas hacer parte de este entorno en temas de publicidad, no solo para tener una comunicación cercana con su público sino para aumentar el número de ventas y alcance frente a nuevos públicos.

Por esta razón, esta investigación propone llevar a cabo un estudio de mercado que permita analizar las preferencias en los servicios de publicidad digitales como una oportunidad para las empresas del sector litográfico para generar mayor competitividad en el mercado actual.

ABSTRACT:

Companies in the lithographic sector have been characterized for years by the printing and distribution of advertising material, which has demonstrated effectiveness in the processes of positioning and registration of brands, however, with new technologies, social networks and the reduction of use unnecessary paper, this sector begins to be abandoned over time since its products are less functional and tend to disappear in the future.

With the accelerated growth of digital platforms and the benefits they bring in terms of measurement, reach and views, it has become almost essential for companies to be part of this environment in terms of advertising, not only to have close communication with their audience. . but to increase the number of sales and reach new audiences.

For this reason, this research proposes to carry out a market study that allows analyzing preferences in digital advertising services as an opportunity for companies in the lithographic sector to generate greater competitiveness in the current market.

PALABRAS CLAVES:

Litografía, publicidad, marketing digital.

MARCO TEORICO:

Litografía:

Litografía proviene del griego Lithos (piedra) y Graphia (escritura) es una técnica de estampación característica del siglo XIX, básicamente designa el arte de dibujar y grabar en piedra preparada con unos grabados y detalle a cada uno de los ejemplares impresos a partir de la misma.

Alois Senefelder se considera el creador de la litografía en el año 1796, su gusto por el arte lo llevo a crear un medio para inmortalizarlo, después de un largo periodo de experimentación la litografía se convirtió en el principal método de impresión (1819), el cual hizo público alrededor del año 1798, poco a poco con el tiempo se fue extendiendo a otros países como Londres, Francia, Italia, luego a Dinamarca en 1812, años después este arte toma verdadero auge, si bien la litografía nace de una manera romántica y artística por medio de grabado e ilustraciones representativas de la época, también es importante resaltar que esto se da en medio de la revolución industrial (1780- 1850) , donde los procesos de imprenta también tenían una ventaja comercial, para impulsar la transformación económica, social y tecnológica.

En Colombia, en 1777 periodo de la nueva granada llega la primera litografía bajo la técnica de la imprenta, utilizada especialmente para la impresión de información política, boletines de salud, sermones, disposiciones legales, entre otros temas de interés público, abriendo los primeros pasos de la prensa en tiempos de la independencia.

Con el propósito de comunicar, la imprenta evoluciono rápidamente para dar a conocer los negocios o productos de la época de manera masiva y de fácil acceso, en siglo XVIII con la llegada de la prensa fue independiente con fines propiamente informativos en temas de interés público lo que tuvo un gran desarrollo lo que permitió ver que la promoción de bienes y servicios podría ser un medio de financiación aceptaron incluirla en este medio, además de la utilización de volantes, afiches y folletos.

Publicidad:

Según la *American Marketing Association*, la publicidad consiste en la colocación de avisos y mensajes persuasivos en medios de comunicación pagados por empresas que intentan informar a su audiencia acerca de sus productos, servicios, organizaciones, entre otras.

Este término es definido en un principio por varios autores, para Oscar P. Billorou (Billorou, 1987) “la publicidad es una técnica de comunicación por medios de difusión para la obtención de objetivos comerciales”, Tellis y Redondo (Tellis G, 2001) afirman que la publicidad consiste en transmitir la oferta de una empresa a los clientes en espacios pagados en los medios de comunicación, también para Kotler y Armstrong (2008) definen la publicidad como cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado, Klppner (1988),

teórico de la publicidad dice que es un método para comunicar a muchas personas el mensaje de un patrocinador a través de un medio impersonal.

Lo anterior, permite entender la publicidad como una herramienta complementaria a la comunicación que le permite dar información comercial de las empresas desde los servicios y productos que ofrece, así como de los beneficios o en algunos casos también la divulgación de ideologías sociales y políticas, a partir de unas estrategias enfocadas a las ventas y al cumplimiento de cumplimiento de objetivos.

Marketing digital:

Es considerado a partir de una serie de estrategias que generan interacción entre la empresa y el usuario final, ocupa en la actualidad un lugar importante para el desarrollo de los negocios desde lo transaccional donde los consumidores buscan satisfacer las necesidades y deseos de manera autónoma (Bricio Samaniego, Calle Mejía, & Zambrano Paladines, 2018). Por esta razón los empresarios en todo el mundo, han decidido desplazar sus ideas tradicionales a los entornos digitales para buscar lograr el éxito, el posicionamiento en el mercado, sin embargo, muchas de estas empresas se quedan en el proceso (Gutierrez & Nava, 2016).

El Marketing digital se puede dar desde portales web hasta los teléfonos móviles y dispositivos electrónicos, tiene muchos beneficios ya que los usuarios pueden emprender, alcanzar posicionamiento, fidelización de clientes y generar impacto de manera rentable (Blandón, H, Urriago, & K, 2022), además de ser un medio al cual es fácil acceder desde cualquier lugar y horario, permite una conexión constante entre el cliente y la empresa.

En la actualidad es fundamental utilizar el marketing digital como método estratégico para las empresas, ya que se ha convertido en un medio de comunicación masiva que favorece tanto la empresa como al usuario para satisfacer necesidades de manera rápida, es importante tomar en consideración el marketing digital como estrategia para el desarrollo de las empresas a nivel global debido a la evolución pueden generar cada vez más con las estrategias correctas mejorar la competitividad, el posicionamiento, fidelización de los clientes, crear productos hechos a la medida, mantiene la conversación constante con el usuario consumidor.

JUSTIFICACIÓN:

Precisión artes gráficas es una empresa con más de 15 años de trayectoria en el mercado en el sector litográfico caracterizado principalmente por prestar servicios de impresión y material publicitario utilizado en puntos de venta y eventos, sin embargo, la digitalización de los negocios es un llamado importante a diversificar los servicios con el propósito de ser una solución para los clientes potenciales, mayormente pequeñas y medianas empresas además de impulsar la competitividad no solo en el sector litográfico sino en otros sectores empresariales como agencias digitales.

Las dinámicas del mercado cambian constantemente, en especial aquel que se da de manera digital a través de las plataformas como las redes sociales, por lo que para las empresas es cada vez más importante tener visibilidad y hacer presencia en “lugares” de fácil acceso para todos, por lo que esta investigación tiene un impacto positivo para la empresa de estudio precisión ya que le permitirá conocer las necesidades de sus clientes en cuanto a temas de marketing digital en redes sociales, ofrecer un servicio que esté al alcance de los mismos y generar competitividad en el sector a largo plazo lo que posibilita combinar de manera efectiva la publicidad tradicional con la digital en un mismo lugar, además de realizar un acompañamiento completo al cliente en su proceso de comunicación.

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN:

¿Cuáles son las preferencias de los clientes potenciales en cuanto a los servicios de diseño y digitales ofrecidos por las empresas del sector litográfico y de qué manera se pueden utilizar estos datos para aumentar la competitividad en el mercado actual?

OBJETIVOS:

Objetivo General:

Analizar las preferencias en servicios digitales por parte de los clientes potenciales ofrecidos por empresas del sector litográfico para generar mayor competitividad en el mercado actual.

Objetivos Específicos:

- Identificar las características de los servicios de marketing digital ofrecidos por empresas del sector litográficos y agencias especializadas.
- Definir la situación de la empresa objeto de estudio frente a la demanda de servicios de marketing digital desde el diseño gráfico para las empresas en la ciudad de Medellín y segmentar los clientes actuales.
- Determinar las estrategias para ofrecer servicios de marketing digital a los clientes actuales.

METODOLOGÍA:

Esta investigación se realizó con el objetivo de identificar la viabilidad del lanzamiento de un nuevo servicio de marketing digital ofrecido por empresas del sector litográfico, en este caso para la empresa Precisión artes gráficas a partir de un estudio de mercado, desde un enfoque mixto teniendo en cuenta las percepciones de los principales clientes hacia este tipo de servicio y su interés en adquirirlo de empresas que llevan años trabajando el sector desde estrategias offline desde lo cualitativo, además de evaluar la competitividad de la empresa a partir de características relevantes para el cliente frente a sus competidores desde un panorama cuantitativo.

Este estudio de mercado se ejecutó desde una perspectiva participativa entendida como “se da a partir de la interrelación de toda la comunidad, que es la que genera y desarrolla sus propias teorías y soluciones acerca de sí misma.” (Róman, 2002), a partir de identificar las características de los servicios de marketing digital ofrecidos por empresas del sector litográfico y agencias especiales, teniendo como punto de partida la situación de la empresa frente a la oferta de estos servicios existente en el mercado, limitando el alcance de esta investigación en litografías ubicadas en el centro de la ciudad, que ofrezcan servicios de diseño gráfico e impresión litográfica.

Esta investigación tiene un alcance descriptivo, que permitió en un primer momento, la recolección de datos de bases secundarias como revistas, blogs, informes, entre otros, en donde se pudo identificar tendencias, procesos de producción, distribución, modelos de compra de estos servicios en el mercado actual, también con la observación se logró comprender como se comportaba el sector litográfico frente a los servicios de marketing digital. Así mismo, esta recolección se dio a partir de fuentes primarias a partir

de encuestas como instrumento en clientes ya sean personas o empresas que hayan contratado de manera específica los servicios de diseño de la litografía y haber tenido la experiencia de trabajar con otras empresas para la calificación de los factores de la matriz de perfil competitivo.

Por lo anterior, el diseño de muestreo que se implementó fue no probabilístico ya que se seleccionó de manera característica a quien iba dirigido los instrumentos de investigación para generar resultados significativos para la toma de decisiones frente la oportunidad para la empresa de ampliar sus servicios y mejorar su oferta competitiva frente a las litografías del sector. Los datos recolectados serán analizados de manera rigurosa como elementos clave para el desarrollo de la propuesta técnica.

Como resultado, se ofrece una propuesta técnica para la implementación de este nuevo servicio para la empresa con su respectivo objetivo, parámetros dentro de la oferta de este y estrategias para su promoción, adicional se plantean unas estrategias de mejora a nivel interno y externo para a conocer en redes sociales y plataformas digitales que le permitan ganar visibilidad en el sector, de exponer sus productos y llegar a nuevos nichos de mercado.

ALCANCE DEL ESTUDIO DE MERCADO:

Este estudio de mercado tiene como punto de partida analizar las preferencias en los servicios digitales que son ofrecidos por empresas del sector litográfico en la ciudad de Medellín especialmente las ubicada en el centro de la ciudad ya que son los principales competidores de la empresa caso de estudio, que permite identificar cómo se ofrecen este tipo de servicio, la demanda que tiene, de qué manera se realiza, sus beneficios y todo lo que pueda agregar valor a las empresas que por años se han dedicado a complementar los procesos de comunicación, especialmente la publicitaria.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES:

Objetivo	Actividad	Duración	Responsable	Costo
Identificar las características de los servicios de	*Investigación del estudio del arte. *Realizar ejercicio de observación de cómo			

marketing digital.	se prestan estos servicios. *Encuesta sobre la percepción que se tienen de estos servicios de marketing digital en las empresas.	6 meses	Laura Blandón	\$250.000
Definir la situación de la empresa objeto de estudio frente a la demanda de servicios de marketing digital para las empresas en la ciudad de Medellín y segmentar los clientes actuales.	*Análisis del entorno y la situación interna de la empresa. *Análisis de competencia con las empresas del sector que prestan servicios similares a los de la empresa caso de estudio. *Aplicación de matriz de perfil competitivo.	6 meses	Laura Blandón	\$350.000
Determinar las estrategias para ofrecer servicios de marketing digital a los clientes potenciales.	*Plantear estrategias para promocionar la litografía en plataformas digitales. *Seguimiento del plan de acción verificando que se cumplan los objetivos esperados en las estrategias implementadas.	12 meses	Laura Blandón	\$400.000

Tabla 1. *Cronograma de las actividades del proyecto, elaboración propia.*

GLOSARIO DE TERMINOS:

Litografía: Es un método de impresión que utiliza papel o cartón para decorar en serie obras de artes y textos. Consiste en la utilización de una plancha metálica de superficie lisa, en donde se graba una imagen deseada con la ayuda de tintas grasas.

Marketing digital: es definida como la aplicación de las estrategias para la comercialización que se lleva a cabo a través de medio digitales, permitiendo compartir información en tiempo real, llevar a cabo estrategias publicitarias, y de este modo permitir la identificación del impacto en los usuarios (Bustos, Valencia, & Viedman, 2017).

Alcance: Se refiere específicamente a la cantidad de usuarios que han sido impactados por una publicación dentro de la interfaz de forma efectiva.

Visualizaciones: Es la cantidad de veces que el contenido es mostrado en la pantalla de los usuarios.

DESARROLLO DEL PROYECTO DE INTERVENCIÓN

CAPITULO 1. Características de los servicios de marketing digital ofrecidos por empresas del sector y agencias especializadas.

Las empresas del sector litográfico están situados en diferentes barrios de la ciudad, sin embargo, las empresas más grandes en cuanto a volumen de producción se encuentran en el sector de la candelaria, en dos puntos fuertes uno está ubicado en la calle Cúcuta, cerca del plaza Botero y el otro es en la calle san juan conocida como el palo, acá se puede encontrar gran variedad de empresas relacionadas a la impresión, desde proveedores de materias primas hasta empresas especializadas en procesos de impresión como offset, gran formato e incluso mercadeo digital.

En el caso de la empresa estudiada, Precision, tiene como actividad principal la impresión offset, un método de impresión en donde la tinta se transfiere por presión a unas planchas metálicas y que a través de rodillos de cauchos llega al papel, caracterizada por

realizar gran cantidad de impresiones en poco tiempo lo que hace que un tiraje de una orden o pedido, no solo sea rápida sino también económica.

Asimismo, dentro de sus servicios principales se encuentra la impresión digital y en gran formato con procesos de terminación como el laminado, refilado, ploter de corte, grapado, encuadernación, diseño, entre otros productos servicios y productos personalizados en su última fase de producción, básicamente esta empresa cuenta con todos los procesos de producción en la misma planta para realizar un pedido por lo que puede asegurar tiempos de entrega cortos y cumplimiento en cada uno de ellos.

Como se mencionó anteriormente, en este sector de la ciudad hay una amplia oferta de lugares que ofrecen servicios de impresión, unos de manera formal, otros por medio de la tercerización de los productos, es decir trabajadores independientes aliados de manera estratégica con proveedores que cuenten con las máquinas y servicios necesarios para bajar los costos de la producción para negociar directamente sobre el valor del producto final, también dentro del gremio se encuentran empresas especializadas en determinados productos o servicios, como por ejemplo, la impresión en gran formato, que es todo lo relacionado a pendones, lonas o adhesivos de gran tamaño, empresas relacionadas con avisos, acrílicos, corte láser, entre otros servicios que hacen parte de la publicidad tradicional.

En los últimos años, los procesos de impresión y publicidad en este formato han disminuido, su razón principal es la evolución que ha tenido el marketing digital, especialmente durante la pandemia y las alternativas que tomaron las empresas para comunicarse de manera cercana con su público, por lo tanto, empresas litográficas, que por tantos años se han mantenido y han conservado lo manual y tradicional del oficio, se vieron en la necesidad de cerrar sus puertas. A pesar de ello, la publicidad impresa es una estrategia transversal en los procesos de comunicación por lo que no se descarta del todo la idea que sea un sector que vaya a desaparecer con el tiempo, se considera es cuestión de modernizarse.

Por otra parte, el tema de la sostenibilidad ha hecho que cada vez más las personas, sobre todo las empresas tomen conciencia de su impacto en el medio ambiente, por lo que han reducido el uso de material publicitario impreso, con el fin por disminuir la utilización de papel que viene mayormente de los árboles y procesos químicos que llegan a ser contaminantes para el entorno, también se da con el propósito de reducir material que en

poco tiempo termine convirtiéndose en basura, no solo por el poco uso sino al no ser reciclado de la manera correcta en los contenedores y acabar tirada en la calle.

En consecuencia de lo anterior, las agencias de marketing especializadas han tenido un crecimiento exponencial gracias a la alta demanda del mercado y diversas estrategias, cada vez más atractivas para emprendimientos y pequeñas empresas que buscan tener presencia en el mercado digital, convirtiéndose en una de las competencias indirectas más fuertes para el sector litográfico por los muchos beneficios que ofrece desde lo digital, principalmente la medición en tiempo real de la interacción con el público.

Entendiendo que la presencia en plataformas digitales es importante para la sociedad, en especial para las medianas y pequeñas empresas, se hace necesario empezar a entender cuáles son las nuevas dinámicas del mercado a partir de identificación de las necesidades de los clientes e implementar estrategias que permitan brindar soluciones efectivas a cada una de ellas, por esta razón poco a poco el marketing digital ha llegado a negocios tan tradicionales y técnicos como lo son las litografías, empresas que por años se destacaron por mantener la tradición de los procesos de impresión y publicidad convencional.

Desde luego, las litografías se han caracterizado por ser empresas tradicionales, mayormente heredadas por generaciones, conservando métodos manuales para la realización de determinados productos, como es un servicio tan específico y tan personalizado para el cliente, el principal punto de interacción con el público es en la tienda física ya que estos prefieren acercarse a recibir una asesoría personalizada sobre servicio o producto que necesitan, además de observar otros factores importantes como los materiales, terminado y procesos de producción.

Haciendo un rastreo por las litografías presentes en la zona centro de la ciudad, cerca de la empresa estudiada, se encontró que la forma de implementar la prestación de estos digitales se da de manera empírica, en pequeños grupos de trabajo, en donde los equipos creativos comenzaron a explorar como el material que se hacía desde la publicidad tradicional podría complementar la comunicación de las empresas con sus clientes para plataformas digitales, logrando unos acercamientos iniciales a las estrategias de contenido digital, como una forma de mantener a sus clientes.

Por otro lado, las agencias de marketing digital especializadas, son empresas con un grupo de trabajo amplio, interdisciplinario que permite cubrir a cabalidad las necesidades de su público, desde la parte estratégica, creativa, comercial y de producción, brindando servicios como marketing de contenidos, optimización para los motores de búsqueda, email marketing, investigación de mercado, relaciones públicas, social media marketing, desarrollo de marca, estrategias digitales, diseño y desarrollo web.

Si comparamos las estrategias de marketing digital implementadas por las litografías frente a las agencias digitales especializadas hay una gran diferencia, no solo por el rigor en los servicios ofrecidos, sino también en la validación y recorrido que tiene en el mercado, además de contar con personal capacitado profesionalmente para el desarrollo del mismo, sin embargo, cabe resaltar que en diferente escala ambos sectores buscan la movilización de pequeñas y medianas empresas a medios digitales generando nuevas oportunidades laborales que benefician tanto a la empresa como a las litografías o agencias especializadas.

Precisión, de manera esporádica ha realizado material complementario desde estrategias de marketing digital para algunos emprendimientos, teniendo una experiencia satisfactoria desde el material publicitario impreso, es por esto que a corto plazo espera entrar en el mundo del marketing digital ofreciendo servicios como los mencionados anteriormente para pequeñas y medianas empresas, para medir si este servicio es relevante para el público, se implementó una encuesta con el propósito de conocer la percepción que tienen las empresas o personas independientes que se dedican a temas publicitarios, que en algún momento hayan contratado los servicios de la litografía, se les preguntó por temas como planeación estratégica digital, creación de contenido y diseño gráfico, además se indagó en cómo sería la forma de adquirirlo, el presupuesto e información adicional útil para posteriormente la toma de decisiones acerca de oferta dicho producto.

Como resultado de la encuesta mencionada anteriormente, el 60% de los encuestados son personas independientes que trabajan en áreas relacionadas a la publicidad como community manager y creación de contenido para otras empresas, de los cuales el 80% de estos perfiles tienen ecosistema digital principalmente redes sociales. Otro de los resultados que se encontró en esta investigación que el 80% han utilizado servicios de litografías para productos como tarjetas, volantes y plegables, calificando la efectividad de estos productos con un 3, lo que quiere decir que no son relevantes para las estrategias planteadas para los proyectos que han sido utilizados donde fácilmente se puede invertir en otros recursos, sin embargo el 40% de los encuestados ha considerado contratar servicios de marketing digital para la empresa, el otro 40% probablemente lo haría, las razones

principales es el posicionamiento, la exposición que tienen a clientes o personas interesadas, facilitar la creación de contenido, y generar un mayor alcance en plataformas digitales como redes sociales y página web.

4. ¿Has considerado alguna vez contratar los servicios de marketing digital para tu empresa?
10 respuestas

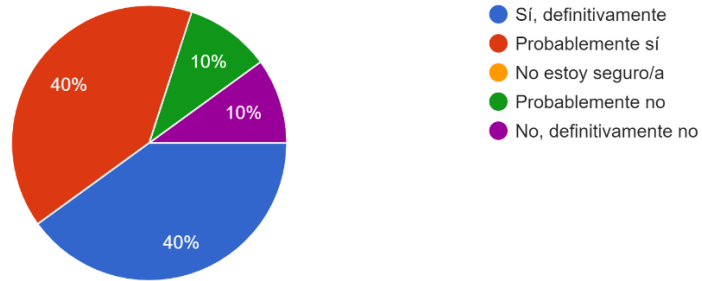


Figura 1. Gráfico de respuestas en la encuesta aplicada.

Más adelante, una de las preguntas planteaba los servicios de marketing que podrían ser ofrecidos por la empresa, relacionado con el interés en contratarlos, en donde el 60% es acerca del plan de mercadeo, el 50% en contenido para redes sociales y 40% en diseño gráfico, a través de paquetes mensuales con un 60% seguido parrillas de contenido y creación de contenido ambas con un resultado de 30%.

5. ¿Qué tipo de servicios de marketing te interesaría contratar? (Selecciona todas las opciones aplicables)
10 respuestas

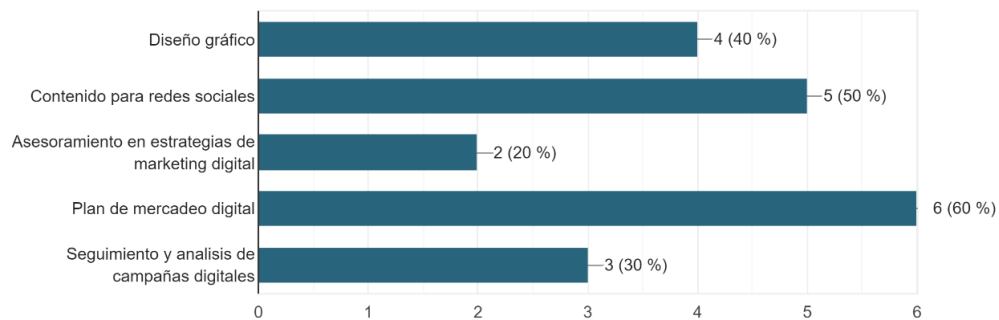


Figura 2. Gráfico de respuestas en la encuesta aplicada.

Dentro de la encuesta, se hizo una exploración en cuanto al tema del presupuesto a pagar por estos servicios, el cual oscila entre \$200.000 y \$500.000 ya que cada uno se

ajusta a las necesidades de cada empresa, además se manifiesta que este presupuesto solo se daría en pauta lo cual excluye todo lo que tiene que ver con la creación del contenido. Por otro lado, se evaluaron los criterios por los cuales estos clientes seleccionarían la empresa para llevar a cabo entre los que tenían mayor importancia la calidad del servicio, variedad de los servicios ofrecidos, precios competitivos y atención al cliente.

9. ¿Qué aspectos consideras más importantes al elegir una empresa del sector litográfico para tus necesidades de marketing? (Clasifica del 1 al 5, d...de 1 es el más importante y 5 el menos importante)

10 respuestas

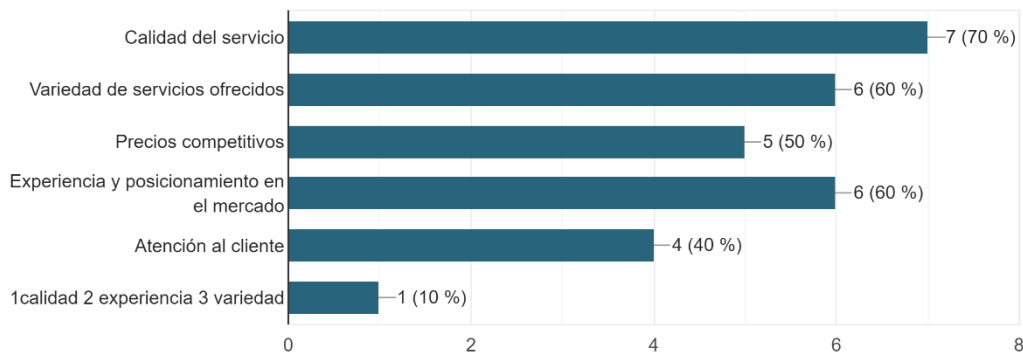


Figura 3. Gráfico de respuestas en la encuesta aplicada.

Para finalizar, se realizó una pregunta sobre si les gustaría seguir recibiendo información sobre servicios de marketing digital con una respuesta positiva del 70%. Esta encuesta nos permite hacer un acercamiento a la percepción del público frente a este servicio ofrecido por una litografía, dándonos información clave en cuanto a precios, factores importantes para contratar una empresa, forma de ofertar este servicio y aproximaciones en el presupuesto, esta información posteriormente será tenida en cuenta para plantear estrategias de mercado y recomendaciones para la empresa.

CAPITULO 2. Situación de la empresa frente a la oferta de servicios de marketing digital desde el diseño gráfico para las empresas en la ciudad de Medellín y segmentación de clientes actuales.

Precisión artes gráficas, es una pequeña empresa familiar conformada principalmente por un padre y sus hijos, cuenta con un personal fijo de cinco personas cada uno con diferentes funciones entre el área operativa, comercial y de gerencia, en ocasiones cuando hay temporada alta o si los pedidos son de gran escala, se dispone de personal temporal para la realización y cumplimiento con los tiempos de entrega para el cliente.

La litografía cuenta con personal capacitado en el funcionamiento y manejo de cada una de las maquinas, especialmente las utilizadas para los procesos de impresión, ya que es la actividad principal de la misma, por otro lado, se hace manejo de máquinas que complementan los procesos de finalización de producto como la argolladora, grapadora, laminadora, guillotina, entre otras, haciendo un trabajo colaborativo según las capacidades de cada una de las personas que compone el equipo de trabajo.

Del mismo modo, la empresa cuenta con un equipo de producción que se encarga de recibir los pedidos, programarlos y asegurarse que durante el proceso todo salga bien, desde esta área, también se aborda la parte correspondiente al diseño, montajes y aplicaciones digitales que sean requeridas por los clientes o el trabajo que se esté desarrollando en el momento. Al ser una empresa pequeña hay algunos servicios que son tercerizados como la contabilidad, entregas a domicilio, servicios de instalación en grandes superficies, entre otros que requieran personal profesional encargado.

La empresa está ubicada en el centro de la ciudad, una zona de alto flujo de personas en donde también se encuentra su mayor competencia, litografías del sector que se encargan o especializan en diferentes áreas de producción dentro de la publicidad impresa; el alto tránsito de personas permite que estas lleguen de manera directa al local, en donde se le brinda toda la información necesaria sobre el producto que requiere, además de consultar opciones y tener una asesoría en cuanto a materiales, tipo de papel y terminados.

Por su parte, uno de los puntos fuertes de la empresa es el diseño, ya que la gran mayoría del personal cuenta con formación académica y técnica en esta área, es una de las más importantes, no solo por materializar la idea del cliente frente al contenido que desea para sus proyectos o marcas, sino por organizar y realizar montajes para ser más efectivos en términos de producción; es una actividad complementaria a todo el tema de impresión ofrecidos por las litografías, lo que hace que sea un factor importante a tener en cuenta frente a la competencia.

Conociendo toda esta información de la empresa, desde lo operativo y comercial, se realiza la aplicación de la matriz DOFA, herramienta que permite entender, revisar y evaluar la situación de una empresa a nivel interno y externo, a partir de reconocer las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas dentro de la misma, proporcionando un marco de referencia para la revisión de la estrategia, la posición y la dirección de una empresa. (Humphrey, 2004)

Fortalezas	Debilidades	Oportunidades	Amenazas
<p>*Amplia trayectoria y experiencia en el sector de la impresión y artes gráficas.</p> <p>*Maquinaria que garantiza el cumplimiento de la mayoría de los procesos de impresión y terminado.</p> <p>*Diversificación de servicios relacionados a la impresión y litografía, enfocados en la personalización de los mismos para satisfacer las necesidades de los clientes.</p> <p>*Fidelización de clientes a largo plazo.</p>	<p>*Mantenimiento frecuente equipos tanto digitales como maquinaria por su alto costo.</p> <p>*Adaptación lenta en las tendencias de procesos más efectivos para la producción en grandes volúmenes.</p> <p>*Poco personal para lograr las metas trazadas en la realización y entrega de los productos.</p>	<p>*Aprovechamiento de los bajos costos en materias primas en diferentes temporadas del año.</p> <p>* Utilización de redes sociales para ofrecer servicios de impresión y asesorías en temas de materiales, cantidad y diseño.</p> <p>* Alianzas estratégicas entre clientes y proveedores para ampliar la oferta de productos y garantizar la calidad del producto final.</p>	<p>* Avances tecnológicos acelerados, constante actualización de equipos.</p> <p>* La competencia al ofrecer precios inferiores hace que se reduzcan los márgenes de ganancias.</p> <p>* Los cambios frecuentes de precios en la materia prima, afectan a los clientes y la demanda del servicio de impresión.</p> <p>* Competencia con costos bajos y tiempos de entrega cortos</p>

Tabla 2. *Aplicación de matriz DOFA, elaboración propia, adaptada de Análisis de matriz DOFA por Humphrey, A & Lie, B, 2004.*

Como resultado, la empresa debe centrarse en fortalecer sus debilidades internas, como la adaptación a nuevas tendencias de producción, mientras aprovecha las oportunidades de mercado mediante el uso de redes sociales y alianzas estratégicas. Al mismo tiempo, planear desarrollar estrategias para mitigar las amenazas externas, para ofrecer un valor añadido que justifique sus precios frente a la competencia. Esta combinación de acciones puede hacer que la empresa sea estable en el tiempo y mejorar su posición en el mercado de impresión y las artes gráficas.

Para la investigación, es necesario realizar un análisis de la matriz de perfil competitivo (MPC), una herramienta de análisis estratégico utilizada para evaluar la posición de una empresa en relación principal con sus competidores a partir de reconocer los factores críticos de éxito dentro de las empresas de la industria. Este análisis permite identificar fortalezas y amenazas en relación con otras empresas del sector que cuenten con características similares en la prestación de servicios, haciendo énfasis en el área de diseño, productos y enfoque en cuanto a las estrategias de mercadeo, sin embargo, debido a restricciones de confidencialidad, no es posible revelar los nombres de las empresas competidoras. Por lo tanto, en esta matriz, las denominaremos como empresa A y empresa B; este ejercicio busca proporcionar una visión clara de la situación de la empresa sin comprometer ninguna información sensible.

En primer lugar, se encuentra la Litografía que nombraremos *Empresa A*, fue consolidada en 2005, enfocada en la elaboración de productos publicitarios y litográficos de alta calidad para empresas y empresarios independientes para brindar soluciones optimas a las necesidades existentes en cuanto a publicidad impresa, cuenta con un equipo de personas con amplia experiencia, trayectoria en el sector, proyectada como una empresa innovadora y a la vanguardia de productos, con un amplio catálogo pensado en ofrecer soluciones integrales que generen afinidad, impacto y total credibilidad de nuestros clientes.

Por otro lado, se tiene la *Empresa B*, creada en el 2019 por un creativo con más de 10 años de experiencia en las artes gráficas, con un enfoque proyectado más al desarrollo de una agencia digital, se dedica a plasmar las ideas del cliente y hacerlas realidad a través del diseño de logos, producción, animación por medio de la creatividad y la innovación, a pesar de ser una agencia de publicidad digital uno de sus principales fuertes por los cuales se ha dado a conocer en el sector son sus productos impresos.

Las empresas expuestas anteriormente tienen en común con *Precisión* todo el manejo, producción y elaboración de material publicitario impreso, teniendo puntos en común desde la oferta en los servicios, atención al cliente y calidad de los productos, seleccionadas con el objetivo de realizar un ejercicio comparativo en cuanto la posición que ocupa la empresa en el mercado. La empresa A cuenta con un punto de producción físico y de venta tradicional a pocas cuadras de la empresa objeto de estudio; mientras que la Empresa B terceriza los procesos de producción del material y su atención es a través de medios digitales.

Para el desarrollo de la Matriz de Perfil Competitivo (MPC), se realizó un rastreo de cuáles son los factores más importantes para los clientes a la hora de contratar servicios de publicidad impresa, teniendo en cuenta la percepción general de la calidad de los productos, confiabilidad y profesionalismo de las empresas del sector, haciendo énfasis en la categoría de diseño para posteriormente hacer un análisis desde este punto de partida. Se identificaron los siguientes factores:

- Experiencia en diseño gráfico: la trayectoria en el tiempo de la empresa prestando estos servicios y calidad de experiencia de los diseñadores.
- Variedad y calidad en el servicio de diseño: considera la creatividad, originalidad y atención al detalle de las diferentes aplicaciones que se tienen desde el diseño gráfico.
- Tecnología y equipamiento: Se refiere a la infraestructura tecnológica, entre ellos el software de diseño y calidad de impresión.
- Personalización y flexibilidad: la capacidad de adoptarse a diferentes requerimientos y retos creativos por parte del cliente.
- Tiempo de entrega y cumplimiento de plazos: rapidez y confiabilidad de la empresa para entregar proyectos.
- Atención al cliente: Calidad de la atención durante todo el proceso como la comunicación y seguimiento postventa.
- Calidad de los materiales utilizados: utilización de materiales de calidad para los productos impresos y entregas en los servicios digitales.
- Portafolio y empleos de trabajo: considera ejemplos de proyectos anteriores para demostrar la calidad y versatilidad en los productos.

El objetivo del MPC es reconocer las fortalezas y debilidades de las empresas estudiadas en diferentes campos a nivel externo e interno que son determinantes en la preferencia de compra de los clientes. Este instrumento fue aplicado a clientes frecuentes de la zona que conozcan y hayan tenido la experiencia de contratar los servicios de las empresas mencionadas anteriormente, en total fueron 10 personas, que además cumplen con las características del público objetivo de la empresa objeto de estudio.

Esta matriz se evalúa de la siguiente manera, a cada uno de los factores estudiados se le asigna un valor en porcentaje según su relevancia dentro del proceso de cada una de las empresas por parte de los clientes, adicional se le da una calificación del 1 al 4, donde 1: representa una debilidad mayor, 2: debilidad menor, 3: fortaleza menor y 4 una fortaleza mayor, adicional de manera automática nos dará un puntaje ponderado que permite reconocer la valoración que tiene cada empresa dentro de este ejercicio.

Factores Clave		Precision Artes Graficas		Empresa A		Empresa B	
	Peso	Rating	Puntaje	Rating	Puntaje	Rating	Puntaje
Experiencia en diseño gráfico	15%	3	3,15	2	2,15	3	3,15
Variedad y calidad en el servicio de diseño	12%	3	3,12	2	2,12	3	3,12
Tecnología y equipamiento	10%	4	4,10	3	3,10	4	4,10
Personalización y flexibilidad	13%	4	4,13	2	2,13	3	3,13
Tiempo de entrega y cumplimiento de plazos	13%	3	3,13	2	2,13	2	2,13
Atención al cliente	14%	2	2,14	3	3,14	2	2,14
Calidad de los materiales utilizados	10%	4	4,10	4	4,10	4	4,10
Portafolio y empleos de trabajo	13%	4	4,13	3	3,13	2	2,13
Total	100%		28		22		24

Figura 4. *Matriz de perfil competitivo, elaboración propia, tomado de Strategic management: Concepts and cases por David, F.R, 2017.*

Este análisis revela que *Precisión* se destaca en áreas como experiencia en diseño gráfico, tecnología y equipamiento, personalización y flexibilidad, tiempo de entrega y cumplimiento de plazos, calidad de los materiales utilizados y portafolio de trabajo al obtener puntajes superiores o iguales a los de sus competidores, alcanzando una puntuación total de 28. La *Empresa A*, con una puntuación total de 22, muestra áreas significativas para mejorar, especialmente en personalización, cumplimiento de plazos y portafolio de trabajo, aunque destaca en atención al cliente, superando a las empresas comparadas en este factor. Para la *Empresa B* alcanza una puntuación de 24, mostrando una buena competitividad en tecnología y equipamiento, y personalización, representando mejoras en atención al cliente y portafolio de trabajos. En conclusión, *Precisión Artes Gráficas* se posiciona como líder en la mayoría de los factores clave analizados, consolidando su ventaja competitiva en el mercado, aunque debe trabajar en mejorar la atención al cliente para fortalecer aún más su posición.

CAPITULO 3. Estrategias para ofrecer servicios de marketing digital a los clientes actuales.

La empresa analizada se encuentra en un punto de alto reconocimiento y trayectoria en el mercado, no obstante, puede mejorar su posición competitiva, en áreas expresadas en la MPC, como tiempos de entrega, optimización de procesos, servicio al cliente,

fortalecimiento de marketing, entre otros que le permitirán consolidar de manera relevante su liderazgo en el mercado y garantizar el crecimiento a largo plazo. A continuación, se plantean algunas estrategias frente a los factores ya mencionados:

FACTOR	ESTRATEGIA
Atención al cliente.	<ul style="list-style-type: none"> - Se propone la capacitación del personal reforzando habilidades de comunicación, resolución de problemas y servicio al cliente. - Implementación de sistemas de retroalimentación en dónde el cliente pueda expresar sus opiniones y sugerencias. - Ofrecer servicios personalizados según las necesidades de cada cliente para generar satisfacción y fidelidad.
Fortalecimiento de marketing.	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo de campañas SEO y SEM, redes sociales y marketing de contenido para aumentar visibilidad e la empresa. - Publicación de testimonios de éxitos, para demostrar la calidad del trabajo realizado.
Refuerzo cumplimiento de plazos	<ul style="list-style-type: none"> - Implementar herramientas de optimización de procesos de diseño, producción y gestión de proyectos, mejorando la eficiencia y reduciendo tiempos de entrega. - Asegurar de contar con suficientes recursos humanos y materiales para los diferentes proyectos sin comprometer la calidad o plazos de entrega.
Enfoque sostenibilidad	<ul style="list-style-type: none"> - Utilización de materiales sostenibles para atraer clientes consientes con responsabilidad social. - Iniciativas comunitarias y proyectos de responsabilidad social para mejorar la imagen de la empresa y fortalecer relaciones con la comunidad.

Tabla 3. Estrategias según el factor a mejorar después de los resultados de la MPC.

La empresa desde lo operativo y comercial, se encuentra en la posición de asumir el reto de ofrecer un nuevo servicio de marketing digital, ya que se ha ganado el reconocimiento del público dentro del sector de las artes gráficas y publicidad impresa. De manera inicial este servicio se pretende ofertar desde diseño gráfico, al ser uno de sus

principales diferenciadores, para ampliar su oferta de servicios y alcanzar nuevos segmentos del mercado.

Además, la empresa tendrá la posibilidad de migrar a entornos digitales de mayor visibilidad para beneficiar no solo a su cliente sino al usuario final del mismo. Esto, sugiere también una ventaja, al posicionarse como una de las pocas empresas que no solo se dedica a la parte tradicional de la publicidad, sino que está en la capacidad de transformar las condiciones para complementar estrategias de comunicación según las necesidades requeridas por sus clientes, siendo de los primeros del sector litográfico en abordar ambas áreas de plataformas digitales.

Para ofrecer este nuevo servicio de marketing digital, por medio del diseño gráfico de contenido, se deben tener en cuenta varios factores como la definición del objetivo de este servicio, qué necesidades va a satisfacer, cómo se puede acceder a él, cuáles serán esas estrategias que se implementarán para ofertarlo y hacer que sea rentable para para empresa, esta información estará presentada con mayor detalle en la propuesta técnica.

PROPUESTA TECNICA

Precisión artes gráficas con el servicio de marketing digital busca ofrecer soluciones integrales que combinen el servicio de impresión con estrategias digitales innovadoras, a través de creación de contenido desde el diseño gráfico atractivo para campaña en redes sociales aumentando su visibilidad atrayendo nuevos clientes y mejorando su posicionamiento, proporcionando herramientas y tácticas que le permitan a sus clientes alcanzar objetivos de manera más efectiva y eficiente.

El objetivo principal de este servicio es mejorar la presencia en línea de los clientes, atraer a su público objetivo y potenciar sus marcas a través de un enfoque personalizado y con resultados medibles, contando con el apoyo del equipo de diseño gráfico y marketing digital, para garantizar que el mensaje llegue de manera efectiva y eficiente a sus clientes potenciales, logrando un impacto en el mercado.

En este orden de ideas, para la litografía este servicio ofrece una solución que cubran las necesidades de comunicación de sus clientes, por lo que se plantean algunas

estrategias para ofertarlo de inicial, tomando como referencia las respuestas registradas en la encuesta sobre la forma de acceder a este servicio, igual es importante resaltar que se los productos se realizan según las necesidades de los clientes, la empresa determinará si dentro de sus posibilidades es viable la realización de algún producto que esté por fuera de lo estipulado dentro de lo que se está ofreciendo.

- Paquetes Combinados: ofrecer paquetes que convienen servicios de impresión con marketing digital, por ejemplo, el diseño de material impreso con creación de contenido para redes sociales.
- Consultoría personalizada: Ofrecer asesorías gratuitas iniciales para analizar las necesidades específica de cada cliente y proponer soluciones personalizadas.
- Planes personalizados: desarrollar planes de marketing digital adaptados a los objetivos y presupuestos de cada cliente, mostrando flexibilidad y atención a sus necesidades particulares.
- Alianzas estratégicas: formar alianzas con otras empresas de tecnología y marketing para potencializar el servicio y brindar una solución más completa al cliente.

Para dar a conocer este nuevo servicio, la empresa necesita llevar a cabo unas estrategias internas que le van a permitir dar a conocer entre sus clientes los productos que ofrecerá de ahora en adelante, que su vez amplían su oferta a otro tipo de público, llamar su atención y convertirlos en sus potenciales clientes, a partir de una estrategia de lanzamiento en múltiples plataformas y diferentes formatos propuestos de la siguiente manera:

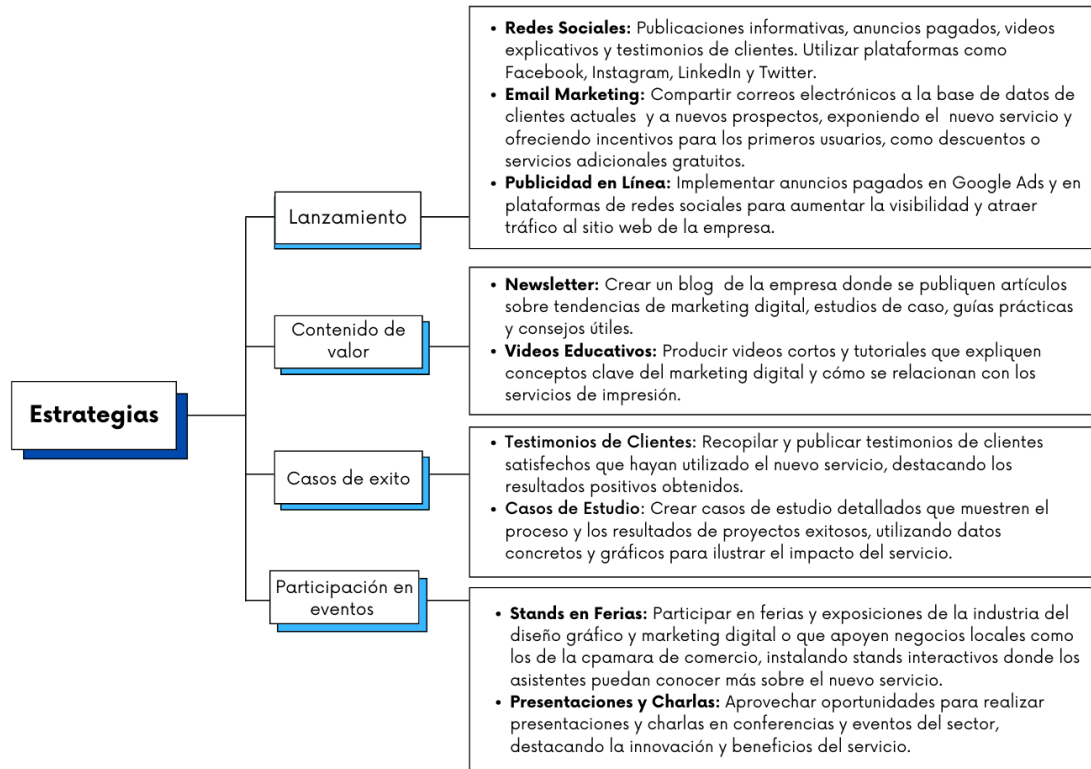


Figura 5. Esquema de estrategias para posicionar el servicio de marketing digital en la empresa, elaboración propia.

Estas estrategias se proponen de manera inicial para el lanzamiento y promoción el nuevo servicio de marketing digital, es necesario para el desarrollo de este definir la duración de cada una de las estrategias, los responsables de llevarla a cabo y los costos para realizar las actividades para que la empresa pueda determinar si esta en la capacidad de disponer los recursos para ejecutar el proyecto, presentado de la siguiente manera:

Estrategias	Duración	Responsable	Costos
Campaña de lanzamiento.	1 mes	Equipo de diseño.	\$ 700.000
Contenido de valor y educación.	3 meses	Equipo de diseño.	\$ 3.500.000
Testimonios y casos de éxito.	2 meses	Servicio al cliente y equipo de diseño.	\$ 1.200.000

Participación de eventos y ferias del sector.	Una vez al año	Gerencia y equipo de diseño.	\$ 3.000.000
---	----------------	------------------------------	--------------

Tabla 4. *Tabla de procesos de la propuesta técnica presentada a la empresa.*

CONCLUSIONES

Las litografías, a pesar de su amplia trayectoria en el mercadeo de la publicidad impresa y las artes gráficas que han funcionado por tanto tiempo como estrategias de comunicación para las empresas, se han visto en la necesidad de adaptarse a las nuevas tendencias del mercado, no solo en los productos sino en los servicios que ofrece que le permitan mantenerse en el tiempo como es el caso de la publicidad digital, conociendo desde adentro cuales son las posibilidades que tiene como empresa para sumir el reto de ampliar su portafolio de servicios.

En definitiva, la litografía al ofrecer estos servicios de marketing digital desde el diseño gráfico le permitirá alcanzar nuevos públicos, cada vez más conectados y sincronizados con las marcas que les interesa, con contenido de valor y comunicación directa que pueda solucionar de manera practica sus necesidades, ayudando de manera simultánea al crecimiento de sus clientes en estas plataforma, además de acompañarlos en todo el proceso de la creación y desarrollo de la estrategia para redes sociales.

Dentro de este estudio, también se encontraron algunos aspectos en los que la empresa puede mejorar para aumentar su competitividad en el mercado y posicionarse de manera positiva en el sector de las artes gráficas, así como ofrecer un mejor servicio al cliente, refuerzo en el cumplimiento del plazos de entrega de los productos, fortalecimiento de estrategias digitales y su enfoque desde la sostenibilidad y responsabilidad social, a partir de las estrategias generadas le permitirá a la empresa trabajar de adentro hacia afuera no solo brindar el mejor servicio sino tener factores diferenciadores valorados por su publico objetivo.

Para finalizar, aplicar las estrategias mencionadas anteriormente también representan para la empresa nuevas oportunidades de crecer en el sector publicitario, de evolucionar a mercados más competitivos y profesionales, que le permitan retarse en términos creativos y operativos, fortaleciendo los equipo de trabajos sin dejar de lado un oficio tan artesanal como las artes gráficas, además de abrir el panorama en cuanto

oportunidades de negocio y crecimiento, no solo para la litografía, sino también para los clientes y sus proyectos.

RECOMENDACIONES

Dentro de este estudio de mercadeo, se plantean una serie de recomendaciones que complementan la propuesta técnica que sirven para un mejor desarrollo del proyecto. Para empezar, para la empresa es importante no solo dar a conocer el nuevo servicio de marketing digital sino darse a conocer en estos entornos digitales para ganarse la confianza de sus clientes a partir de lo que estas presentan por ejemplo en sus redes sociales, la presencia en línea de la litografía debe mejorar y ser tan positiva que los clientes se sientan atraído de contratar servicios que se vean igual de bien para sus empresas y proyectos.

Por tal motivo, es muy importante para la empresa conocer cuál es su público objetivo, a quién quiere llegar con la información y que esta sea de valor para que los usuarios estén realmente interesados en los productos y servicios de la litografía, además de establecer relaciones cercanas con los clientes en esta plataforma para que los procesos sean cada vez más amigables y prácticos para ambas partes. Para ello es necesario organizar de manera frecuente el contenido que se va a publicar, en que tono de comunicación se van a compartir el mensaje, organizar de manera estratégica como será la comunicación en este medio para crear comunidad y estrechar esa relación cliente empresa.

Evidentemente esta planeación debe ser medida a partir de algunos indicadores, que son lo que permiten validar si las estrategias aplican están dando resultado y hay que modificarlas o si por el contrario están teniendo un buen desempeño, se puede tener como referencia en primera instancia indicadores de interacción como la participación en las dinámicas, número de seguidores, número de likes, número de respuesta a botones de más información, para si estas acciones están direccionando a los clientes a conocer más sobre la empresa, los productos que ofrece y de esta manera despertar su interés en la compra o adquisición de los mismos.

Por último, es de gran importancia mantener una mejora constante para el tema del servicio al cliente, implementar capacitaciones del personal con el fin de orientarlos a un servicio más humano, reforzar habilidades de comunicación, resolución de problemas, ofrecer asesorías personalizadas acerca de los servicios y resolver las necesidades de cada uno de los clientes; mejorar en este aspecto le otorga a la empresa un valor agregado

invaluable que hace que los clientes siempre se quieran sentir escuchados y satisfechos con el producto entregado o servicio ofrecido.

REFERENCIAS

Billorou, Ó. (1987). *Introducción a la publicidad* . Buenos Aires : El Ateneo .

Blandón, P., H, Urriago, C., & K, T. V. (2022). *MARKETING DIGITAL: UNA ESTRATEGIA INNOVADORA PARA REINVENTAR EL*. Bogota: Fundación Universitaria del Área Andina.

Bricio Samaniego, K., Calle Mejía, J., & Zambrano Paladines, M. (2018). El marketing digital como herramienta en el desempeño laboral en el etorno ecuatónriano. *Universidad y sociedad*, 103-109.

Bustos, E., Valencia, G., & Viedman, B. (2017). *Marketing digital*. Cali, Valle del Cauca: Fundación Universitaria Católica - Lumen Gentium.

David, F. R (2017) *Strategic management: Concepts and Cases* (16th ed.). Pearson.

Gutierrez, C., & Nava, R. (2016). Mercadotecnia digital y las pequeñas y medianas. *Revista venezolana de infromación, tecnología y conocimiento* .

Humphrey, A. &. (2004).

Kleppner, O. (1988). *Publicidad* . Mexico: Pretence Hall .

Kotler Philip, A. G. (2008). *Fundamentos del marketing*.

Róman, S. A. (2002). Enfoques metodologicos en la investigación educativo . *Investigación administrativa* .

Senefelder, A. (1819). *curso completo de litografía* .

Tellis G, R. I. (2001). *Estrategias de publicidad y promoción*. Madrid: Pearson.