



EDUCACIÓN
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA



TECNOLÓGICO
NACIONAL DE MÉXICO

Instituto Tecnológico de Pabellón de Arteaga
Departamento de Ciencias Económico Administrativas

PROYECTO DE TITULACIÓN

*DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA
LA EMPRESA TRANSPORTES DON DIEGO.*

PARA OBTENER EL TÍTULO DE
INGENIERA EN LOGÍSTICA.

PRESENTA:

IVONNE ESTEFANY DÍAZ CASTAÑEDA.

ASESOR:

RAQUEL JAUREGUI DUEÑAS

Junio



CAPITULO I: PRELIMINARES.

Agradecimientos.

Mis agradecimientos van dirigidos a todos los docentes que formaron parte de mi formación como profesional, ya que me brindaron las herramientas necesarias para la vida tanto personal como profesional; me otorgaron conocimiento, habilidades, cultura, experiencias, tiempo valioso, entrega, respeto y sobre todo confianza en mí misma. De igual manera quiero agradecer a mi familia por el apoyo incondicional que me dieron durante esta etapa, y en especial a mi madre tan preciada por haberme dado la oportunidad de seguir con mis estudios y también por haberme apoyado económicamente.

También quiero agradecer a mi asesor externo por haberme dado la oportunidad de formar parte de su empresa y a mi asesor interno por haberme guiado para concluir con el proyecto.

Resumen.

El internet tiene una extensa gama de herramientas que facilita el contacto instantáneo con cualquier persona. Facebook, Whats App, Instagram y otras redes han facilitado ese mecanismo imprescindible para poder crear negociaciones en esta nueva era de la información, utilizando diversos sistemas para captar y seguir clientes, y cerrando muchos negocios exitosos en cualquier lugar del mundo solo con una computadora portátil o móvil.

Dentro de este proyecto se desarrollaron e implementaron estrategias de marketing digital para la empresa Transportes Dondiego, ya que dicha empresa carecía de estrategias para captar la atención de los posibles clientes y de sus clientes reales.

Para lograr los objetivos del proyecto se creó un plan de marketing digital, diseñando un plan de acción con diversas estrategias para obtener los resultados deseados.

El plan de marketing digital fue estructurado en tres fases, la primera fase es la del diagnóstico, cuya finalidad es conocer el contexto en el que se desarrollaba la empresa, como lo es la situación actual de la empresa, cuáles eran sus fortalezas y oportunidades como también sus debilidades y amenazas y por último en esta fase el análisis de la competencia. La segunda fase de la estructura del marketing digital fue la planeación, en esta fase se definieron las estrategias de marketing que se llevaron a cabo para cumplir con los objetivos establecidos. Una vez definidas las estrategias y el plan de acción se llevó a cabo la implementación de las estrategias y por último se evaluaron los resultados obtenidos.

Para definir las estrategias del plan de acción se utilizó el modelo E-X-I-T-O, ya que conforme a la investigación y una vez expuesto en el apartado del marco teórico fue el más adecuado en esta investigación.

ÍNDICE.	
CAPITULO I: PRELIMINARES.	2
Agradecimientos.....	2
Resumen.....	3
Índice de figuras.....	7
Índice de tablas.	9
CAPITULO II: GENERALIDADES DEL PROYECTO.	10
Introducción.....	10
Descripción de la empresa u organización y del puesto o área de trabajo del estudiante.	11
Misión.....	12
Visión.	12
Valores.	12
Objetivo.	13
Organigrama.	13
Problemas a resolver priorizándolos.	13
Justificación.....	14
Objetivos.	14
CAPITULO III: MARCO TEÓRICO.	15
Definición según autores.....	15
Definición de internet.	15
Definición de marketing.....	16
Definición de web 2.0.....	16
Medios sociales.	17
Redes sociales.....	17
Facebook.	17

Página web.	18
Seo.....	18
Ventajas del marketing.....	18
Características que diferencian el marketing digital del tradicional.	19
Modelos de negocio.	19
Tipos de marketing.....	20
Importancia del marketing digital.....	21
Estructura de un plan de marketing digital.	22
Modelo e-x-i-t-o.	24
Marketing en México.	26
Publicidad digital.	27
Usuarios de internet en México.....	27
Estadísticas de las redes sociales.	27
Estadísticas de marketing digital en México 2019	27
Redes sociales con el mayor porcentaje de usuarios en México.....	30
CAPÍTULO IV: DESARROLLO.....	32
Análisis interno y externo de la empresa transportes dondiego.	32
Situación actual de la empresa:	32
Slogan de la empresa:	33
Público objetivo de la empresa:	33
Análisis foda.....	34
Análisis de la competencia.....	35
Definición de encuesta para analizar el reconocimiento de la empresa.....	36
Desarrollo de plan de marketing digital.	39
Estructura del plan de marketing digital para la empresa transportes dondiego.	39

Plan de acción.....	40
Implementación de las estrategias.	42
Análisis de los resultados después de la implementación del plan de marketing.	44
CAPÍTULO V: RESULTADOS.	46
Cuestionario 1 y sus resultados.	46
Página web.	49
Atención al usuario.....	49
Redes sociales.....	50
Aumento del número de usuarios.....	50
Plan de fidelización.	50
Cuestionario 2.	51
Cuadro comparativo para el análisis de resultados.....	52
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES.	52
CAPÍTULO VII: COMPETENCIAS DESARROLLADAS.	56
CAPÍTULO VIII. FUENTES DE INFORMACIÓN.	57
CAPÍTULO IX. ANEXOS.	59

ÍNDICE DE FIGURAS.

Figura 1 Método Smart. _____	23
Figura 2 Método E-X-I-T-O. _____	25
Figura 3 Uso De Móvil, Internet Y Redes Sociales. _____	27
Figura 4 Penetración De Internet Por Región. _____	28
Figura 5 Uso De Dispositivo En México. _____	29
Figura 6 Tiempo Dedicado A Internet. _____	29
Figura 7 Redes Sociales Con Porcentaje De Usuarios. _____	30
Figura 8 Audiencia En Facebook. _____	31
Figura 9 Actividades De Comercio Electrónico, _____	31
Figura 10 Plan De Marketing Digital. _____	39
Figura 11 Éxito Transportes Dondiego. _____	41
Figura 12 Vista De Cuestionario 1. _____	64
Figura 13 Número De Respuestas De Encuesta 1. _____	64
Figura 14 Gráfico Pregunta 1; Encuesta 1. _____	65
Figura 15 Gráfico Pregunta 2; Encuesta 1. _____	65
Figura 16 Gráfico Pregunta 3; Encuesta 1. _____	66
Figura 17 Gráfico Pregunta 4; Encuesta 1. _____	67
Figura 18 Gráfico Pregunta 5; Encuesta 1. _____	68
Figura 19 Gráfico Pregunta 6; Encuesta 1. _____	69
Figura 20 Gráfico Pregunta 7; Encuesta 1. _____	69
Figura 21 Gráfico Pregunta 8; Encuesta 1. _____	70
Figura 22 Gráfico Pregunta 9; Encuesta 1. _____	71
Figura 23 Gráfico Pregunta 10; Encuesta 1. _____	71
Figura 24 Gráfico Pregunta 11; Encuesta 1. _____	72
Figura 25 Gráfico De La Pregunta 12; Encuesta 1. _____	73
Figura 26 Cuenta Google, Transportes Dondiego. _____	74
Figura 27 Cuenta Google Negocios, Transportes Dondiego. _____	74
Figura 28 Página Web, Transportes Dondiego. _____	75
Figura 29 Chat En Línea, Facebook _____	75
Figura 30 Preguntas Y Respuestas Frecuentes, Facebook Chat. _____	76

Figura 31	Página Web Añadida A Facebook.	76
Figura 32	Publicaciones En Facebook	77
Figura 33	Publicaciones Programadas En Facebook 1.	77
Figura 34	Publicaciones Programadas En Facebook 2.	78
Figura 35	Aumento De Seguidores Facebook.	78
Figura 36	Aumento De Likes Facebook.	79
Figura 37	Visitas En Facebook.	79
Figura 38	Alcance De Publicaciones En Facebook.	80
Figura 39	Información Corporativa Facebook 1	80
Figura 40	información Corporativa Facebook 2	81
Figura 41	Novedades En Página Facebook 1.	81
Figura 42	Novedades En Facebook 2.	82
Figura 43	Gráfico, Pregunta 1; Encuesta 2.	82
Figura 44	Gráfico, Pregunta 2; Encuesta 2	83
Figura 45	Gráfico, Pregunta 3; Encuesta 2.	83
Figura 46	Gráfico, Pregunta 4; Encuesta 2.	84

ÍNDICE DE TABLAS.

Tabla 1 Análisis FODA.	34
Tabla 2 Análisis De La Competencia.....	36
Tabla 3 Plan De Acción.	40
Tabla 4 Resultados Pregunta 1; Encuesta 1	65
Tabla 5 Resultados Pregunta 2; Encuesta 1.	66
Tabla 6 Resultados Pregunta 6; Encuesta 1.	67
Tabla 7 Resultados Pregunta 4; Encuesta 1.	67
Tabla 8 Resultados Pregunta 5; Encuesta 1.	68
Tabla 9 Resultados Pregunta 6; Encuesta 1.	69
Tabla 10 Resultados Pregunta 7; Encuesta 1.	70
Tabla 11 Resultados Pregunta 8; Encuesta 1.	70
Tabla 12 Resultados Pregunta 9; Encuesta 1.	71
Tabla 13 Resultados Pregunta 10; Encuesta 1.	72
Tabla 14 Resultados Pregunta 11; Encuesta 1.	72
Tabla 15 Resultados Pregunta 12; Encuesta 1.	73
Tabla 16 Resultados Después De Plan De Acción.....	84
Tabla 17 Resultados Para El Reconocimiento De La Empresa, Por Medio De Las Encuestas.....	84

CAPITULO II: GENERALIDADES DEL PROYECTO.

Introducción.

Hoy en día las empresas tienen como desafío operar y sobresalir en un entorno competitivo y globalizado, donde la comunicación virtual por medio del internet tiene un gran impacto por la influencia que ha obtenido en las personas, ya que su uso ha sido imprescindible. Por ello, es fundamental el desarrollo de estrategias, la gestión de planes y comprender las tendencias que se van generando a lo largo del tiempo para que estas permitan a las compañías encontrar nuevas oportunidades de negocio y de esta manera fidelizar a los clientes de manera personalizada. Para ello nada más exacto y potencial que el marketing digital para la introducción de una marca en el terreno virtual.

El marketing digital se basa en la utilización de los recursos tecnológicos y medios digitales para desarrollar comunicación directa y así mismo conseguir reacciones positivas en los receptores, para ello, es importante el uso de medios digitales como lo es el internet y dispositivos como lo son la computadora, Tablet, celulares, tableros digitales, etc.

Se puede determinar que el marketing digital es un campo muy especial ya que trabaja de la mano de las redes, las personas y los posibles clientes, por lo tanto, el marketing digital es uno de los pilares para la estrategia de publicidad y ventas de cualquier negocio, otorgando resultados positivos si se emplea de una manera adecuada.

Para la empresa Transportes Dondiego era de suma importancia contar con un plan de marketing digital y es por ello que en el siguiente documento se desarrolló un plan de marketing digital partiendo con un análisis interno y externo de la empresa con el fin de conocer el reconocimiento tanto de los clientes como de los posibles compradores, después de haber obtenido los resultados del análisis se desarrollaron y se definieron las estrategias de marketing digital que más le fueron convenientes a la empresa,

posteriormente se implementaron las estrategias y por último se realizó un comparativo para analizar el efecto que causó el desarrollo y la implementación del plan de marketing digital en la empresa Transportes Dondiego.

Descripción de la empresa u organización y del puesto o área de trabajo del estudiante.

La empresa Transportes Dondiego es una empresa familiar dedicada a la venta y traslado de materiales para la construcción, sus principales productos son: arena, grava, piedra, jal, tepetate, tierra y tezontle, de igual manera ofrece el servicio de alquiler de maquinaria para la construcción como retroexcavadora y camiones tipo volteo de 14m³.

Transportes Dondiego es una empresa que inició sus actividades en el año 2004 en el municipio de Pabellón de Arteaga, comenzó con el fin de que el hermano menor de la familia tuviera en donde trabajar ya que tenía mucho tiempo sin tener éxito en encontrar un trabajo estable, pues su fuerte era operar camiones, la familia Dondiego tomó la decisión de adquirir un camión para que el hermano menor tuviera trabajo sin ningún problema, después de 4 años al ver el entusiasmo y la carga de trabajo con el que el hermano menor contaba, la familia Dondiego en una reunión familiar optaron por conseguir 2 camiones más y fue ahí en donde la empresa Transportes Dondiego arrancó como tal, consiguieron un pequeño terreno ubicado en la calle Venustiano Carranza no. 32 colonia Centro del municipio antes mencionado, en sus inicios únicamente vendía arena, grava, piedra, tepetate y ofrecía el servicio de limpieza de terrenos, conforme fueron pasando los años fue introduciendo más materiales a su inventario de productos como lo fue jal y tezontle, ahora también ofrece el servicio de alquiler de camiones tipo volteo y de retroexcavadora, poco a poco fue creciendo el área de trabajo y se expandió el terreno para los materiales, como también se creó una pequeña oficina de ventas bien equipada para realizar las transacciones correspondientes.

Los principales clientes de la empresa Transportes Dondiego eran el 70% los habitantes de Pabellón de Arteaga y municipios del estado y un 30% eran clientes de la ciudad de

Aguascalientes, Transportes Dondiego contaba con una cartera de clientes con pocos registros, razón por la cual se realizó este proyecto de desarrollo e implementación de un plan de marketing digital para la empresa, este proyecto se llevó a cabo en el área de marketing y fue de la mano con el área de ventas para el desarrollo de las estrategias pertinentes con el fin de lograr captar la atención de los posibles compradores y de sus clientes reales.

Misión.

Transportes Dondiego tiene como misión dar un servicio de calidad, cumpliendo con todas las necesidades de nuestros clientes realizando entregas oportunas y brindando el mejor precio en nuestros productos y servicios.

Visión.

Consolidarnos como empresa líder en venta, manejo y transporte de materiales para la construcción en el Estado de Aguascalientes.

Valores.

Honestidad y confiabilidad: Actuamos con sinceridad hacia nosotros mismos, nuestros clientes y proveedores, trabajamos con eficiencia y damos a nuestros clientes y proveedores la seguridad de ser una empresa que brinda un servicio de calidad.

Disponibilidad: Somos personas con espíritu de servicio hacia nuestros clientes y compañeros de trabajo.

Compromiso: Tenemos la firmeza y convicción para lograr los objetivos y metas organizacionales, contribuyendo con nuestro trabajo y participando activamente en la toma de decisiones.

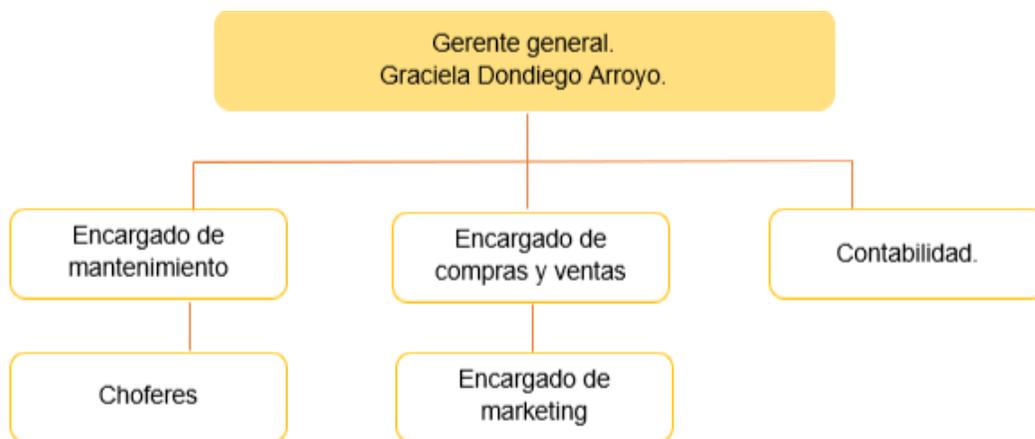
Lealtad: Amamos nuestro trabajo. Nos identificamos con las metas y objetivos de la empresa y procuramos también la lealtad recíproca de nuestros clientes y proveedores, contribuyendo al desarrollo común.

Compañerismo: somos un equipo colaborativo que busca trabajar en armonía.

Objetivo.

Ser una empresa reconocida, que los clientes nos identifiquen claramente y sobre todo que sientan la confianza al elegir nuestros productos y servicios.

Organigrama.



Problemas a resolver priorizándolos.

La empresa Transportes Dondiego inicio sus actividades como tal en el año 2004 y desde entonces no se había realizado ninguna tarea relacionada con la mercadotecnia, con el paso de los años la gerente general de la empresa se percató que era muy importante y

necesario implementar estrategias de marketing para dar a conocer los productos y servicios que ofrecía la empresa. Por ello, se tomó la determinación de desarrollar e implementar un plan de marketing de manera digital para captar la atención de los clientes y posibles compradores y de igual manera posicionar la empresa en el mercado.

Justificación.

Transportes Dondiego era una empresa que no contaba con un plan de marketing digital, razón por la cual no tenía una amplia difusión de sus productos y servicios por lo que mantenía una cartera de clientes con pocos registros ya que los pocos compradores con los que contaba habían sido vecinos de la empresa o conocidos de los clientes reales.

La información de los servicios y productos con los que cuenta la empresa había sido emitida de boca en boca, esto provocaba que las ventas que se realizaban no fueran constantes ya que solo algunas personas tenían conocimiento de ella, es por esto que fue muy importante generar canales de comunicación, difusión y promoción de los productos y servicios trayendo consigo mismo una ampliación del rango de los posibles clientes y reconocimiento de los mismos, así como también, un mejor posicionamiento de la empresa en el mercado.

Objetivos.

Objetivo general:

Desarrollar e implementar un plan de marketing digital para captar la atención de los clientes y posicionar la empresa en el mercado.

Objetivos específicos:

Realizar un diagnóstico de la situación interna y externa de la empresa por medio de un estudio de mercado.

Definir un plan estratégico de marketing digital para mejorar el reconocimiento y posicionamiento de la empresa.

Implementar las estrategias de marketing digital definidas.

CAPITULO III: MARCO TEÓRICO.

Definición según autores.

Definición de Internet.

“Internet es una red informática global que conecta redes locales alrededor del mundo” (De La Rica Enrique, 2000).

“Internet, es una inmensa red pública de redes de computadores, conecta a usuarios de diversos tipos en todo el mundo entre sí y con un almacén increíblemente grande de información. Internet conforma una enorme carretera de información, que envía bits a velocidades increíbles de un lugar a otro” (Kotler, Armstrong, 2003).

“El internet además de ser un medio es también un mercado, ya que puede asumir un rol multicanal sirviendo como un mercado a través de la computadora en el cual compradores y vendedores se conectan entre sí, y también es identificado como un medio para conducir y ejecutar las funciones de un negocio, tales como marketing, ventas y distribución” (Farhoomand, Lovelock, 2001).

“El Internet viene a ser una red de comunicaciones de cobertura mundial, que te da toda posibilidad de poder intercambiar e informar a través de un ordenador que este situado en cualquier parte del mundo” (Colordo, 2009).

Definición de marketing.

“Marketing es una función organizacional y un conjunto de procesos para crear, comunicar y entregar valor a los clientes y administrar las relaciones con los clientes de manera que beneficien a la organización y a sus accionistas” (American Marketing Association, 2004).

“El marketing es un proceso social y administrativo mediante el cual los individuos y los grupos obtienen lo que necesitan y desean, creando e intercambiando valor con otros” (Kotler, Armstrong, 2007).

“Marketing es la operación de negocios crítica y completa, con el simple objetivo de maximizar las ganancias y sustentar las operaciones” (Global Millennia Marketing, 2000).

Definición de web 2.0.

“Un fenómeno social en relación con la creación y distribución de contenidos en Internet, caracterizado por la comunicación abierta, la descentralización de autoridad, la libertad de compartir y usar, dentro de un enfoque que trata a las relaciones humanas como conversaciones” (Ortiz De Zarate, 2008).

“Conjunto de características, formas de uso y aplicaciones web que dan lugar, mediante cambios acumulativos en los desarrolladores de software y usuarios, a una transformación sustancial de Internet” (Ponce Isabel, 2012).

“Web 2.0 es una colección de código abierto, interactivo y aplicaciones en línea controlados por el usuario en expansión la experiencia, el conocimiento y el poder de mercado de los usuarios, como a los participantes en el negocio y los procesos sociales” (Constantinides, 2008).

Medios sociales.

Los medios sociales son aplicaciones en Internet que permiten la creación y el intercambio de contenidos generados por el usuario. Estas aplicaciones se desarrollan sobre los fundamentos ideológicos y tecnológicos de la Web 2.0.

Redes sociales.

“Las redes sociales son lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos” (Celaya ,2008).

Wikipedia la define como: “una estructura social que se puede representar en forma de uno o varios grafos donde nodos representan individuos y las aristas las relaciones entre ellos”.

Gallego, 2010 Define red social como “conjunto de individuos que se encuentran relacionados entre sí. Las relaciones de los usuarios pueden ser de muy diversa índole, y van desde los negocios hasta la amistad”.

Facebook.

Facebook es una red social gratuita que permite a los usuarios interconectarse para interactuar y compartir contenidos a través de internet. Fue lanzada en 2004. Su fundador es Mark Zuckerberg, actualmente cuenta con 2.449 millones de usuarios.

Esta red social puede ser usada tanto por usuarios particulares, que lo utilizan para estar en contacto con sus amistades, publicar textos, fotos, videos, etc., como por empresas, marcas o celebridades, que potencian a través de esta red social su comunicación publicitaria.

“Millones de personas lo utilizan para mantenerse al día con los amigos, cargar un número ilimitado de fotos, compartir enlaces y videos y aprender más acerca de las personas que conocen” (Facebook, 2012).

Página web.

“Documento que forma parte de un sitio web y que suele contar con enlaces para facilitar la navegación entre los contenidos” (Pérez, 2009).

“Documentos que pueden contener, videos, imágenes textos y, en resumen, contenidos digitales y aplicaciones que pueden ser visualizadas por un usuario web desde un dispositivo remoto a través de un navegador web”. (Ancelotti 2012).

“Documento electrónico que contiene información específica de un tema en particular y que es almacenado en algún sistema de cómputo que se encuentre conectado a la red mundial de información denominada internet, de tal forma que este documento pueda ser consultado por cualquier persona que se conecte a esta red mundial de comunicaciones” (Hernandez,2013).

SEO.

“El SEO es una estrategia online emergente que goza de un presente solvente y un prometedor que, sin ninguna duda, marcará el futuro del marketing digital” (Rojas Orduña, 2010).

“El posicionamiento en buscadores o SEO, trata de emparejar la demanda de ciertas búsquedas de interés con una oferta web especializada y relevante” (Orense Fuentes, Rojas Orduñas, 2010).

Ventajas del marketing.

- La compañía puede identificar fácilmente a los compradores individuales en el segmento, satisfacerlos, manejar grupos-objetivo y diseñar productos atractivos y muy específicos.

- La compañía se enfrentará a menos competidores en un segmento bien definido y sabrá mejor quienes son.
- “La compañía tendrá una buena oportunidad de convertirse en el proveedor de opción para el segmento y obtener el mayor margen y la mayor participación en el mercado” (Kotler, 1999).

Características que diferencian el marketing digital del tradicional.

- Personalización: Ante la necesidad del usuario de obtener información cada vez más personalizada, las nuevas técnicas de marketing permiten que cada internauta reciba o se le sugiera automáticamente información sobre aquello en lo que está interesado y que previamente ha buscado o definido entre sus preferencias. De esta manera, es más fácil conseguir una mayor ratio de conversión en el mundo online, que en el mundo tradicional.
- Masivo: Por mucho menos dinero que en el marketing offline se puede llegar a un gran número de usuarios que forman parte de tu público objetivo. Por lo tanto, las inversiones estarán mejor definidas y la ratio de conversión será también mayor por esta razón. (López, 2013).

Modelos de Negocio.

La Mercadotecnia en Internet está asociada con diversos modelos de negocio, las principales incluyen el modelo Empresa a Empresa (B2B) y el modelo Empresa a Consumidor (B2C). El B2B (por sus siglas en inglés Business to Business) consiste en compañías que hacen negocio unas con otras, mientras que el B2C consiste en vender directamente al consumidor final. Cuando se originó La Mercadotecnia en Internet el B2C fue el primero en aparecer. Las transacciones B2B eran más complejas y llegaron después. Un tercer y no tan común modelo de negocio es el de_usuario a usuario (P2P) donde los individuos intercambian bienes entre ellos.

Tipos de marketing.

Hoy en día existen muchos tipos de marketing, para ello se describirán los tipos y sus características:

- Marketing directo: Consiste en un sistema interactivo que consigue seguidores y resultados en sus transacciones dándose a conocer a través de los medios publicitarios de un lugar.
- Marketing relacional: Se incluye dentro del marketing directo y se basa en un principio fundamental que dice que no hay que vender, sino hacer amigos y ellos serán quienes compren. Conseguir beneficio a cambio de la satisfacción del cliente.
- Marketing virtual: Recibe también el nombre de cibermarketing y es el que se aplica a Internet, y que se encuentra dirigido a toda persona que tenga un ordenador y conexión a la red. En este marketing existen herramientas SEO que son las que permiten que las empresas alcancen una buena visibilidad y puedan vender mejor sus productos o servicios.
- Marketing Digital: Es una forma del marketing que se basa en la utilización de recursos tecnológicos y de medios digitales para desarrollar comunicaciones directas, personales y que provoquen una reacción en el receptor. Fundamentalmente el marketing digital se utiliza para crear una presencia en medios digitales como internet, telefonía móvil, televisión digital e incluso los videojuegos. El Marketing Digital ha dado un gran salto y un paso importante dentro del Marketing tradicional. "Las personas deseosas de estar cada vez mejor informadas y conocer lo último del mercado, ha dado paso a que las empresas estén en la necesidad de actualizarse y renovarse constantemente y a su vez de

informar en el medio más óptimo y eficaz de la disponibilidad de ese producto en el mercado” (Escobar, 2013).

Importancia del marketing digital.

- **Medición:** Cuando se realiza una estrategia de marketing digital puede ser medida mucho más fácilmente que las estrategias de marketing tradicional.
- **Personalización:** El marketing digital democratiza la personalización, es decir permite personalizar el tratamiento con el cliente a muy bajo costo. Es importante anotar que los consumidores modernos esperan un trato completamente personalizado por parte de las empresas.
- **Visibilidad de la marca:** Si una empresa no está en Internet «no existe» ya que se ha probado que la mayoría de las personas buscan en Internet antes de comprar un producto o servicio en el mundo físico o digital.
- **Captación y fidelización de clientes:** El marketing digital permite atraer y captar clientes potenciales y fidelizar los clientes actuales.
- **Aumento de las ventas:** El marketing digital permite aumentar de manera significativa las ventas de la empresa ya que los clientes potenciales de la mayoría de las organizaciones están en el mundo digital.
- **Crea comunidad:** El marketing digital y en especial el marketing en redes sociales permite crear una comunidad que interactúa con la marca, creando un enlace emocional entre esta y sus clientes.

- Canal con gran alcance: El marketing digital utiliza Internet y las redes sociales como canal, lo que permite lograr un gran impacto en el alcance y posicionamiento de las marcas.
- Experimentación: El marketing digital permite probar tácticas y ajustar las estrategias en tiempo real para optimizar los resultados.
- Bajo costo: Las estrategias de marketing digital son de costo más bajo que la mayoría de las estrategias del marketing tradicional, lo que las vuelve accesibles a pequeñas y medianas empresas.

Estructura de un plan de marketing digital.

Análisis de la situación: Es necesario realizar, en primer lugar, un análisis tanto interno como externo de la empresa. El análisis DAFO (debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades) es muy útil. A través de él se obtiene una visión completa del mercado, los recursos, la competencia, puntos fuertes y débiles. Se necesita conocer el ecosistema en el que se mueve la empresa, ser conscientes de cuáles son las necesidades de los consumidores y dónde las cubren.

Establecer objetivos de marketing digital: Una vez se tenga claro el lugar en el mercado y cuáles son los puntos fuertes, se debe trabajar en establecer unos objetivos para tener claro hacia dónde se van a dirigir todas las acciones. Todo lo que se planifique debe estar orientado a alcanzar las metas propuestas en el desarrollo de esta parte del plan de marketing, a través de los objetivos SMART: objetivos específicos, medibles, alcanzables, realistas y temporales.

OBJETIVOS

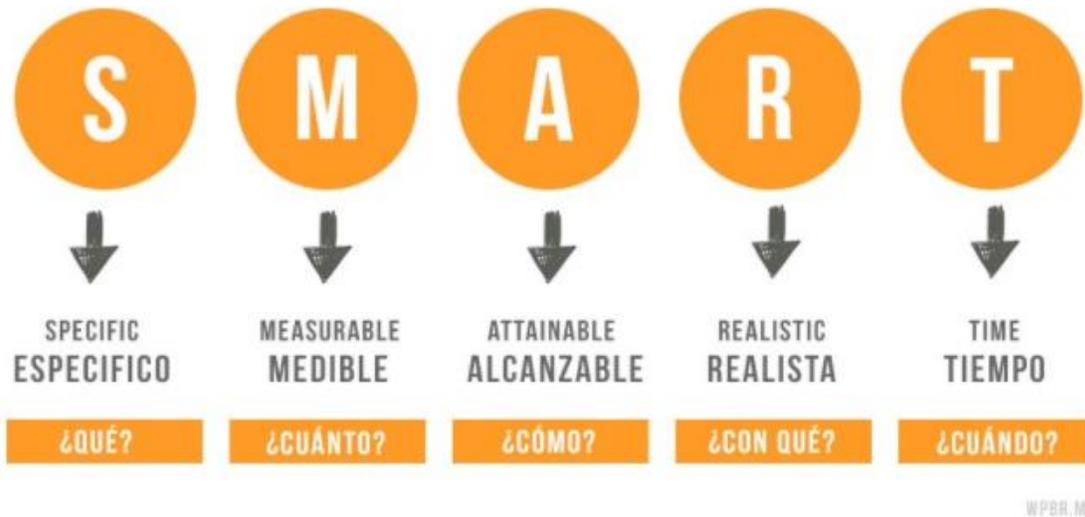


FIGURA 1 METODO SMART.

Definir la estrategia de marketing: Una vez definidos los objetivos de negocio, la personalización cada vez cobra más importancia en marketing digital. Por tanto, a la hora de definir la estrategia del plan, se debe tener en cuenta estos factores:

Segmentación del público objetivo: Saber a quién se quiere dirigir, cuáles son sus gustos, necesidades o preferencias, dónde las busca cubrir, etc.

Posicionamiento: Para lograr un buen posicionamiento, es importante que se tenga muy claro en qué consiste la propuesta de valor. En definitiva, por qué el consumidor debe elegirte a ti y no a la competencia. Es necesario saber cómo se va a comunicar el valor diferencial y cómo hacerlo a través de los diferentes canales en los que la audiencia esté presente.

Estrategia de contenidos: Importante para crear, distribuir y gestionar contenido original que atrae a los usuarios y posicione la marca como referente en su 'top of mind'. Además, es necesaria para trazar una política de comunicación específica para cada canal.

Estrategias digitales y tácticas: Según cuáles sean los objetivos se pondrán en marcha unas estrategias u otras como campañas de email marketing, redes sociales, CRM, optimización de la web, estrategias SEO - SEM, publicidad de pago, etc.

Hoy en día, teniendo en cuenta que cada vez son más abundantes los canales a gestionar y la información que se obtiene de los clientes, es importante utilizar herramientas de Marketing Automation que permitan automatizar las campañas de marketing.

Gracias a ellas se puede crear workflows que permiten crear cientos de campañas con apenas unos clics. Se puede personalizar los mensajes según el buyer persona, aumentando las posibilidades de éxito; y, además, llevarlos, según vayan interactuando con la marca, hacia el momento de compra.

La tecnología se ha convertido, es una herramienta básica en la hora de implementar estrategias digitales, por lo que es importante aprender a sacar el máximo provecho de ella.

Medición marketing digital: Una vez se haya diseñado e implementado la estrategia de marketing digital no termina el trabajo, el siguiente paso es uno de los más importantes: analizar los resultados. La analítica se ha convertido en un pilar fundamental para lograr optimizar los resultados y la inversión.

El mundo digital evoluciona muy deprisa, por lo que se debe estar atento en todo momento para poder identificar oportunidades y mejoras al instante.

Modelo E-X-I-T-O.

Existen varios métodos para desarrollar las estrategias de marketing como el conocido de las 4'P (producto, posicionamiento, precio y publicidad), pero para efecto de este plan se utilizará la matriz E-X-I-T-O, cuyo énfasis es administrar e integrar las estrategias

individuales del marketing digital en la planeación integral de mercadotecnia. Los 5 pasos del modelo E-X-I-T-O son: Escuchar, experimentar, integrar, transformar y optimizar.

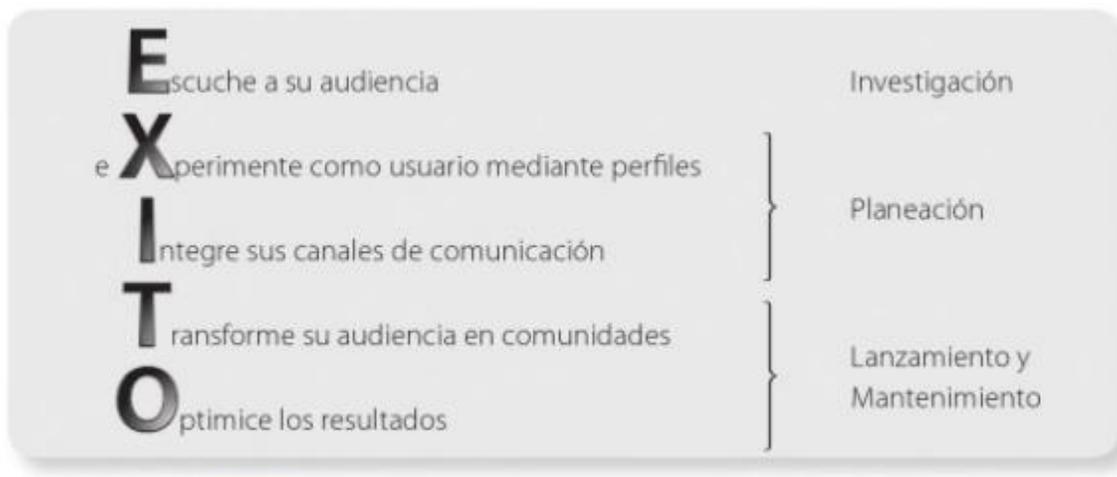


FIGURA 2 METODO E-X-I-T-O.

E- escuche a su audiencia:

Es importante escuchar lo que se dice de la marca en las redes sociales y para ello es importante trabajar en una plataforma integradora que permita recolectar información para elaborar perfiles en términos de contenido de preferencia por la audiencia, encontrar las palabras claves más usadas y disminuir el tiempo de respuesta al recibir las diferentes interacciones en una misma ventana.

X- experimente como usuario mediante perfiles:

Con los perfiles desarrollados en la etapa anterior y con palabras claves que marcan tendencia, se deben desarrollar contenidos relevantes de manera que se pueda generar una afinidad con dicho grupo y con la marca.

Experimentar es entrenar a la compañía a trabajar en función a los personajes que conforman esa audiencia, buscar generar nuevas formas de incrementar el número de integrantes o adaptar el plan de contenidos con meta y objetivos en función a su comunidad.

I – integre sus canales de comunicación.

Todos los esfuerzos que se establezcan en el paso anterior deberán integrar el marketing y la tecnología.

Se deben definir las diferentes plataformas de publicación de contenido de tal manera que se ajuste al perfil de cada usuario, es importante el contenido sea publicitario o de valor para el navegante, este siempre actualizado tanto en el sitio web como en las redes sociales y su mensaje sea el mismo.

T – transforme a su audiencia.

Es importante apoyar a la campaña con la compra de publicidad y activación de promociones, como también, deberá gestionar los canales y mantener contacto con su audiencia, algunas de las preguntas que respondemos son:

¿Cómo pongo en marcha el plan de las redes sociales?

¿Qué canales debo utilizar y como relaciono los canales o los temas con el plan de contenidos?

¿Cómo interactuó con la audiencia? ¿Cuál es la mejor manera de comunicarme con ellos de manera directa?

¿Cómo cuento una historia e involucro a la audiencia?

O- optimice los resultados.

Es necesario definir indicadores de cada una de las actividades que se desarrollan, para saber a ciencia cierta, si se logran cumplir las metas establecidas y, principalmente si se obtiene conversiones de ventas, de esta manera la información obtenida de la audiencia se vuelve a analizar para optimizar las acciones emprendidas y generar nuevas estrategias en base al comportamiento observado durante su ejecución.

Marketing en México.

Publicidad digital.

La publicidad digital en México ha obtenido ingresos de 1,970 millones de dólares en 2019, además, a través de su crecimiento continuo, se ha demostrado que las cifras en 2018, crecieron un 32% respecto de 2017.

Usuarios de internet en México.

Los estudios recientes, han demostrado que México tiene 130 millones de habitantes y el 58% son usuarios de internet; este es el equivalente a 76 millones de ellos en plataformas digitales.

Estadísticas de las redes sociales.

62 millones de mexicanos son usuarios activos en redes sociales. Esto equivale al 82% de usuarios de internet, Facebook sigue siendo la red social favorita de los mexicanos. Instagram por su parte es la tercera red social de mayor consumo y Tik Tok viene creciendo mucho y no será sorpresa que para 2020 logre consolidarse como una excelente opción en el gusto de los usuarios.

Estadísticas de marketing digital en México 2019



FIGURA 3 USO DE MOVIL, INTERNET Y REDES SOCIALES.

Como se puede observar en la figura 3. La población total en México es de 131.5 millones de personas, de las cuales 110.7 millones de ellas cuentan con una suscripción en un móvil, de estas 110.7 millones de personas, 88.00 millones son usuarios de internet teniendo como consiguiente los mismos 88.00 millones de usuarios activos en redes sociales y únicamente 84.00 millones de ellos son usuarios móviles de las redes sociales, lo que quiere decir que estos últimos entran a sus redes sociales por medio del móvil.



FIGURA 4 PENETRACION DE INTERNET POR REGION.

En la figura 4. Se puede observar que América del norte la penetración de internet es de un 95%, esto quiere decir que el 95% de la población utiliza internet.



FIGURA 5 USO DE DISPOSITIVO EN MEXICO.

La figura 5. Muestra que en México el 87% de la población usa teléfono móvil, de ese 87% el 72% usa un Smart pone, mientras que un 42% de la población en México usa computadoras portátiles u ordenadores y el 23% de la población usa Tablet. También se puede observar que el 85% de la población cuenta con un televisor, el 10% tiene dispositivos para contenido en sistemas tv, un 2 % cuenta con un lector electrónico y un 3% tiene dispositivos de tecnología wearable.



FIGURA 6 TIEMPO DEDICADO A INTERNET.

En la figura anterior se muestra el tiempo dedicado a internet, de los cuales 8 horas 1 minuto es el promedio diario dedicado a internet, mientras que 3 horas 12 minutos es tiempo dedicado al uso de redes sociales desde cualquier dispositivo, el tiempo promedio diario para visualizar la tv es únicamente de 2 horas y 53 minutos y por último únicamente 1 hora y 26 minutos es dedicado diariamente a escuchar música.

Redes sociales con el mayor porcentaje de usuarios en México.

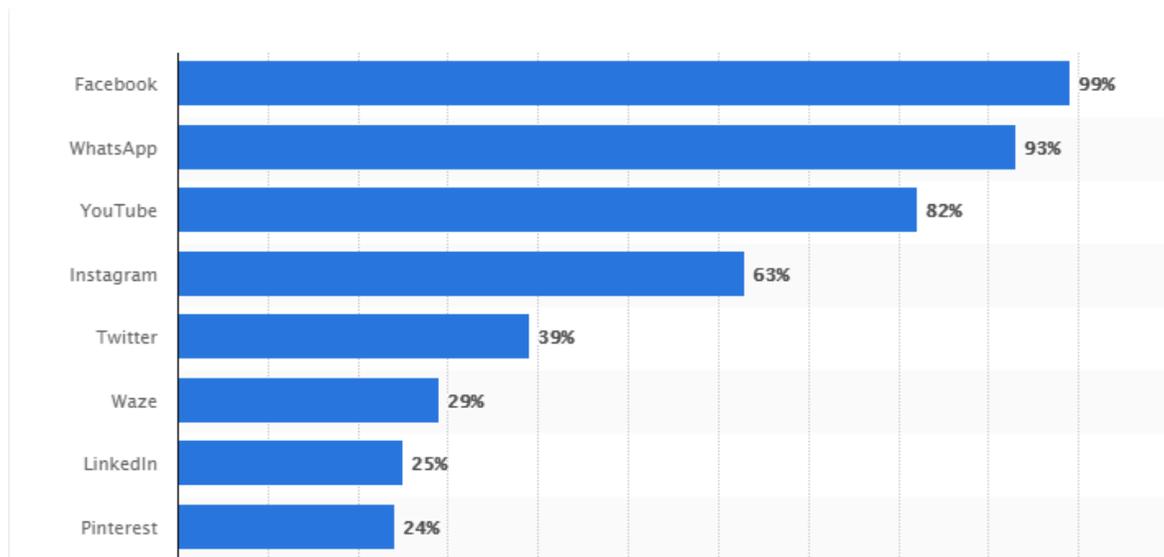


FIGURA 7 REDES SOCIALES CON PORCENTAJE DE USUARIOS.

La figura anterior muestra las estadísticas de las redes sociales con mayor suscripción de usuarios, teniendo en primer lugar a la aplicación Facebook con un 99% de la población de México, en seguida esta WhatsApp con un 93%, después de WhatsApp se puede observar a YouTube con un 82%. Instagram cuenta con 63% de usuarios, Twitter con un 39%, después esta Waze, LinkedIn y al final Pinterest.



FIGURA 8 AUDIENCIA EN FACEBOOK.

En la figura anterior se puede observar que según la audiencia en Facebook 86,000 millones de personas reciben anuncios publicitarios, el 85% de la audiencia que recibe anuncios publicitarios son adultos mayores de 13, el 51% de la audiencia de publicidad corresponde a las mujeres y un 49% de la audiencia de publicidad es hombre.



FIGURA 9 ACTIVIDADES DE COMERCIO ELECTRONICO,

La figura 9 representa el porcentaje de usuarios de internet que afirman realizar cada actividad. El 85% de los usuarios de internet busco en línea para comprar productos o

servicios, el 89% visitó una tienda minorista en línea, por otro lado, el 65 % de los usuarios en internet realizó una compra en línea de un producto o servicio, el 43 % realizó la compra desde un ordenador y el 46% realizó la compra desde un móvil.

CAPITULO IV: DESARROLLO.

Análisis interno y externo de la empresa Transportes Dondiego.

Transportes Dondiego es una empresa que ofrece a los clientes calidad en la entrega de los materiales y están sumamente comprometidos con los principales valores de honestidad y respeto, pues a diferencia de los principales competidores, eso marca la diferencia. La empresa está ubicada en una zona con un desplazamiento importante de los materiales y servicios, pero la idea es lograr que la empresa sea conocida y reconocida a nivel estatal, para que las constructoras con un mayor movimiento y capacidad, puedan solicitar los servicios y con ello poder crecer dentro del mercado.

En los últimos años se ha producido un importante crecimiento del transporte a nivel local y estado, al tiempo que ha tenido lugar un cambio en el papel que desempeña, puesto que algunos competidores desleales se han enfocado sólo a venir a abaratar el servicio, pero sin tomar en cuenta la cantidad de material que entregan.

Situación actual de la empresa:

En la actualidad la empresa Transportes Dondiego es una empresa que no cuenta con un marketing digital, razón por la cual no tiene una amplia difusión de sus materiales y servicios por lo que trae como consiguiente una cartera de clientes con pocos registros ya que con los que cuenta han sido vecinos de la empresa o conocidos de los clientes reales.

La información de los servicios y productos con los que cuenta la empresa ha sido emitida de boca en boca, esto provoca que las ventas que realiza la empresa no sean constantes ya que solo algunas personas tienen conocimiento de la empresa, es por esto que es importante generar canales de comunicación, difusión y promoción de sus productos y servicios trayendo consigo mismo una ampliación del rango de los posibles clientes y reconocimiento de los mismos, así como también, un mejor posicionamiento de la empresa en el mercado.

Slogan de la empresa:

“Es nuestro compromiso ofrecer un buen servicio”

Público objetivo de la empresa:

- Constructoras de la región, específicamente las dedicadas a la construcción de nuevas edificaciones y/o casa habitación.
- Constructoras dedicadas a la construcción de carreteras, mismas que permitan que la empresa Transportes Dondiego sea su proveedor del servicio de acarreo de materiales.
- Ranchos con productores de leche, para poder realizar limpieza de corrales y al mismo tiempo trasladar con los camiones el estiércol que ahí se genera, y de esta manera poder ofrecer el servicio completo.
- Venta de menudeo de materiales a los pobladores de Pabellón de Arteaga, Ags., que estén realizando remodelaciones en sus viviendas y/o construcciones.

Información de la empresa.

Domicilio: Calle Venustiano Carranza No. 32, Col. Centro, Pabellón de Arteaga, Ags., C.P. 20670.

Capacidad instalada: 4 camiones de 14m³ cada uno, 1 retroexcavadora, 1 camión de volteo de 7m³.

Análisis FODA.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p>Capacidad de venta de materiales en alto volumen.</p> <p>Servicio de maquinaria pesada.</p> <p>Personal capacitado para el uso de la maquinaria.</p> <p>Gran extensión de superficie</p> <p>Buen servicio al cliente.</p> <p>Tiempos de entrega inmediata.</p> <p>Adaptación a la variación.</p> <p>Competitividad en precios.</p> <p>Cobertura nacional.</p> <p>Disponibilidad de horario.</p> <p>Monitoreo GPS.</p>	<p>Plazos de entrega cortos.</p> <p>Importantes referencias históricas.</p> <p>Cliente satisfecho.</p> <p>Acceso a las tecnologías.</p> <p>Expansión.</p> <p>La obtención de contratos con constructoras.</p> <p>Posicionamiento.</p>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>Disponibilidad de recursos financieros.</p> <p>Elevados costos unitarios.</p> <p>Bajo nivel tecnológico.</p> <p>Concepto de marca poco potenciado.</p> <p>Una sola sede.</p> <p>Falta de estrategias.</p> <p>Poca maquinaria para alquiler.</p>	<p>Nuevos competidores.</p> <p>Políticas de concentración.</p> <p>Poca capacidad de inversión.</p> <p>Abaratamiento de los precios de mercado.</p> <p>Liberalización del transporte.</p>

Tabla 1 ANALISIS FODA.

Transportes Dondiego es una empresa que busca la mejora continua de la misma organización ya que es muy importante ofrecer un buen servicio y calidad en sus productos y servicios, para ello, se analiza la situación interna y externa por medio de un análisis FODA. Se puede observar dentro del análisis que Transportes Dondiego es una empresa con muchas fortalezas, pero a pesar de eso carece de estrategias para llegar al público objetivo que se ha planteado la misma empresa. Por medio de estrategias eficientes puede lograr cubrir las oportunidades que tiene y combatir algunas de las amenazas que se puedan presentar.

Análisis de la competencia.

Materiales del valle S.A de C. V	16 de septiembre 61B, 5 de mayo. Pabellón de Arteaga.	Venta de cemento, arena, grava, viguetas, cal.
Materiales del valle	Narciso Perales Ávila Mina 802, Plutarco Elías Calles, 20677, Pabellón de Arteaga, Ags.	Venta de cemento, arena, grava, viguetas, cal.
Materiales del valle II	Cesario Ruiz reyes 432 Pabellón de Arteaga.	Venta de cemento, arena, grava, viguetas, cal.
Materiales y Maquinaria	Calle Enrique Olivares Santana (manzana 027). Pabellón de Arteaga.	Comercio al por mayor de cemento, tabique y grava, servicio de alquiler de maquinaria
	Melchor Ocampo 1, 5 De mayo (20676) Pabellón De Arteaga, Aguascalientes	Materiales para construcción, renta de maquinaria, formación de terracerías, pavimentaciones asfálticas
Construrama materiales de construcción	20 de Noviembre 60-a, Carboneras, 20660 Pabellón de Arteaga, Ags.	Venta de herramientas para la construcción.
Materiales y ferretornillos de la cruz	6 de Septiembre #206 NORTE, Jardines de	Venta de herramientas para la construcción.

	Pabellón, 20670, Pabellón de Arteaga, Ags.	
--	---	--

Tabla 2 ANALISIS DE LA COMPETENCIA.

Las empresas que se muestran en la tabla anterior son empresas dentro del municipio de Pabellón de Arteaga que se dedican a la venta de arena y grava, y algunas otras también tienen el servicio de renta de maquinaria como la empresa Transportes Dondiego.

La desventaja que se presenta ante Transportes Dondiego es que la competencia ya tiene años en el mercado lo que provoca que estos cuenten con una cartera de clientes más amplia.

Una de las ventajas que tiene la empresa Transportes Dondiego sobre la competencia, es que los clientes los recomiendan de boca en boca ya que son clientes totalmente satisfechos, pues aunque los precios están en lo establecido, la carga que se realiza, se entregan de una manera segura y rápida, ya que las unidades se encuentran equipadas con localización vía satélite, misma que permite rastrear las unidades momento a momento, además la carga que se entrega de materiales como arena, grava, piedra, tierra, tepetate, etc., cubre la carga total de los camiones que es de 14 m³.

Algunas de estas empresas tienen buenas referencias por los clientes en cuanto a la atención al cliente, en los precios solo oscilan con una diferencia de entre 5 a 20 pesos. Las empresas materiales del valle no cuentan con plataformas de difusión de sus productos y servicios solo se pueden encontrar en Google Maps y las referencias o comentarios son de Google.

Definición de encuesta para analizar el reconocimiento de la empresa.

Dentro de esta actividad se desarrollaron y se definieron 12 preguntas de opción múltiple, al finalizar la estructura de las preguntas y las respuestas se introdujeron en Google formularios para que de esta manera se distribuyera la encuesta por medio de Facebook.

Las preguntas que forman parte de la encuesta son las siguientes:

1. ¿En qué lugar vives?
 - a) San Francisco de los Romo, Ags.
 - b) Pabellón de Arteaga.
 - c) Rincón de Romos.

2. ¿Alguna vez has comprado materiales para la construcción?
 - a) Si
 - b) No

3. ¿Qué tipo de materiales has comprado?
 - a) Arena
 - b) Grava
 - c) Piedra
 - d) Ladrillo
 - e) Otros

4. ¿Con que frecuencia has comprado materiales?
 - a) Semanal
 - b) Mensual
 - c) Anual

5. ¿Dentro de los productos de construcción que es lo que más adquieres?
 - a) Arena
 - b) Grava
 - c) Piedra
 - d) Ladrillo
 - e) Otros

6. ¿Has alquilado maquinaria para la construcción o acarreo de materiales?
 - a) Si

b) No

7. ¿Con que frecuencia has alquilado maquinaria para la construcción?

a) Semanal

b) Mensual

c) Anual

8. Antes de adquirir un producto o servicio de materiales para la construcción ¿Cuál de estos es el factor más importante?

a) Precio

b) Lugar

c) Atención

9. ¿Has escuchado alguna vez de los productos y servicios que ofrece la empresa Transportes Dondiego?

a) Si

b) No

10. ¿Conoces la empresa Transportes Dondiego?

a) Si

b) No

11. ¿Has adquirido algún material en la empresa Transportes Dondiego?

a) Si

b) No

12. ¿Qué es lo que has adquirido de la empresa Transportes Dondiego?

a) Materiales para la construcción.

b) Alquiler de maquinaria para la construcción.

La encuesta número 1 se diseñó con el fin de conocer que tan reconocida es la empresa Transportes Dondiego en el municipio de Pabellón de Arteaga y sus alrededores, se tomó

la decisión de enviar la encuesta por medio de la plataforma de Facebook ya que conforme a la figura no. 7. Facebook es la plataforma con más usuarios.

Desarrollo de plan de marketing digital.

El plan de marketing digital fue estructurado en tres fases, la primera fase es la investigación, cuya finalidad es conocer el contexto en el que se desarrollaba la empresa, como lo es la situación actual de la empresa, cuáles son sus fortalezas y oportunidades como también sus debilidades y amenazas y por último en esta fase el análisis de la competencia. La segunda fase de la estructura del plan de marketing es la planeación, en esta fase se definen las estrategias de marketing que se llevaran a cabo para cumplir con los objetivos establecidos. Una vez definidas las estrategias y el plan de acción se lleva a cabo la implementación de las estrategias y por último se evalúan los resultados obtenidos.

Estructura del plan de marketing digital para la empresa Transportes Dondiego.

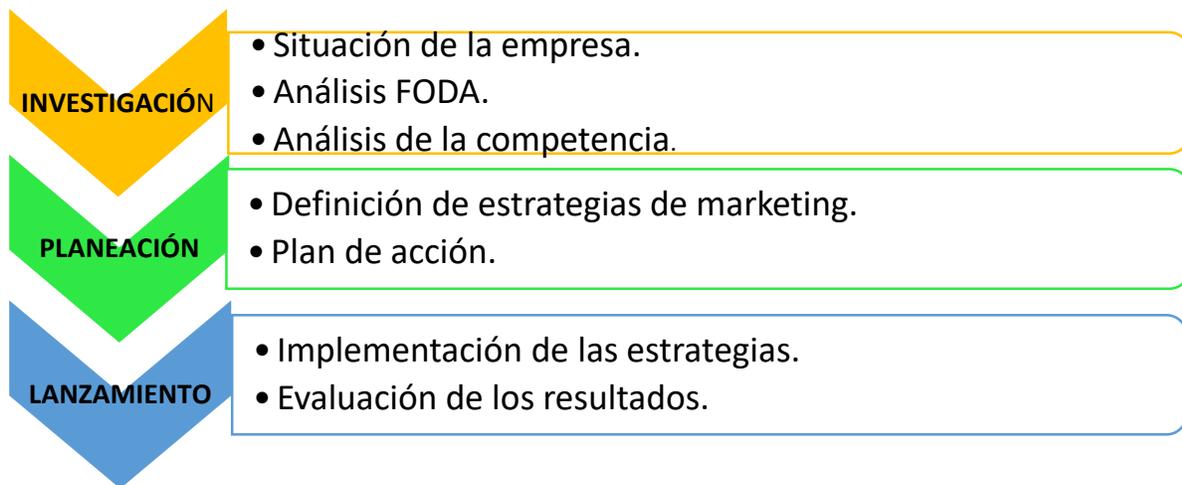


FIGURA 10 PLAN DE MARKETING DIGITAL.

La primera fase fue cubierta con anticipación ya que es una fase muy importante para definir las estrategias de marketing, en la fase de planeación una vez que se analizó el

contexto en el que se encontraba la empresa Transportes Dondiego, fue necesario seleccionar las plataformas y herramientas adecuadas.

Para ello se realizó un plan de acción el cual se llevó a cabo para cumplir con los objetivos establecidos.

Plan de acción.

Página web	Estructurar y diseñar una página web
Atención al usuario	Definir chat en línea, diseñar preguntas para preparar respuestas para los usuarios.
Redes sociales	Utilizar las herramientas de las redes sociales para personalizar los perfiles, programar las publicaciones de las redes sociales.
Aumento del número de usuarios	Compartir con personas, empresas y grupos relevantes.
Definir plan de fidelización	
Medición.	

Tabla 3 PLAN DE ACCION.

Para definir las estrategias del plan de acción se utilizó el modelo E-X-I-T-O, ya que conforme a la investigación y una vez expuesto en el apartado del marco teórico fue el más adecuado en esta investigación.

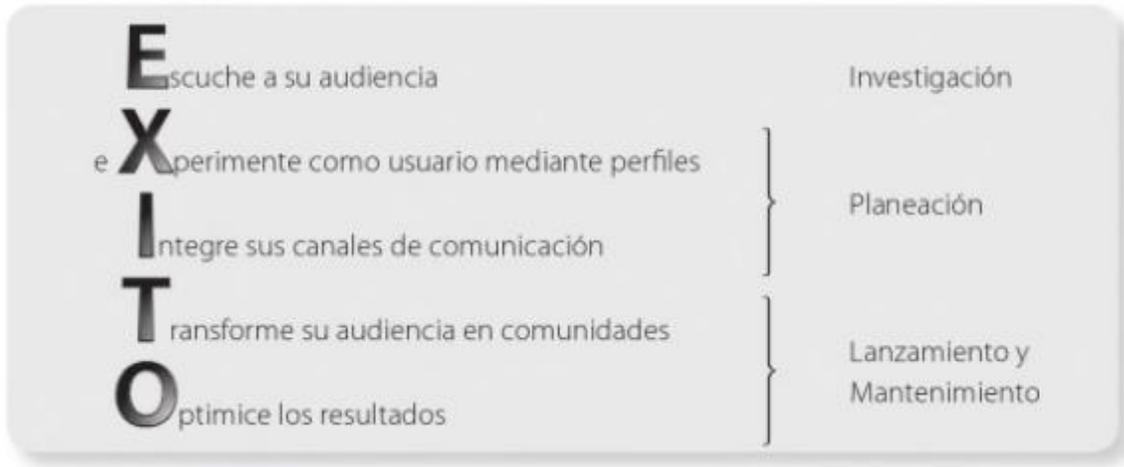


FIGURA 11 EXITO TRANSPORTES DON DIEGO.

Para generar visitas al sitio web se realizó una página amigable la cual esta fue compartida por medio de redes sociales.

En el Incremento de visibilidad, se llevó a cabo contenido en las redes sociales e inclusión del sitio web.

Para el fortalecimiento de la confianza fue necesario subir contenido en las redes sociales sobre la empresa para que los clientes conozcan a fondo la empresa.

Implementación de las estrategias.

- Página web.
- Atención al usuario.
- Redes sociales.
- Definir plan de fidelización.
- Medición.

Para la elaboración de la página web primeramente se elaboró un correo electrónico que será exclusivamente para la empresa Transportes Dondiego.

Se eligió el diseño en colores, el tipo de letra, se agregó información acerca de la empresa como lo es misión, visión y valores, se agregó de igual manera fotos reales de la maquinaria de la empresa, todo lo anterior con la finalidad de que el usuario se sienta confiado en realizar una compra o solicitar un servicio seguro y confiable.

La página web fue conformada de la siguiente manera:

<https://transportes-dondiego-building-materials-store.negocio.site/>

La página se agregó a la información de la página de Facebook para que los usuarios de esta plataforma entren a conocer la página.

Transportes Dondiego ya contaba con una cuenta de Facebook por lo que se tomó la decisión de revisarla y realizar mejoras en la página para ello se generaron unas preguntas con respuestas para el chat en línea, las preguntas que se formularon fueron las siguientes:

Me interesa conocer los productos y servicios que ofrecen.

R: Buenas tardes realizamos venta y acarreo de materiales para la construcción como arena, tepetate, grava, piedra, jal y tezontle, además servicio de limpieza de terrenos con retroexcavadora.

Me interesa conocer el precio de un producto:

R: En un momento te atendemos, gracias por escribirnos.

Me pueden ayudar:

R: claro que sí, en un momento te atendemos.

Las preguntas anteriores pueden encontrarlas los usuarios de Facebook al ingresar al Messenger de la página oficial de Facebook de la empresa Transportes Dondiego. Para poder solicitar información acerca de los productos y servicios que ofrece la empresa.

Para las redes sociales se realizaron mejoras en la página oficial de Facebook de la empresa Transportes Dondiego, se agregó la página web diseñada para que los usuarios visiten la página y de igual manera puedan contactar a la empresa Transportes Dondiego, se realizaron publicaciones con información de la empresa como es misión, visión y valores para que los usuarios conozcan más allá de los productos y servicios que ofrece la empresa , algunas publicaciones fueron publicadas en el instante y otras fueron programadas para que se publicaran automáticamente, determinado un lapso de tiempo para que estas sean publicadas.

La página Transportes Dondiego fue compartida por medio de la plataforma de Facebook para que las personas conocieran de los productos y servicios que brinda la empresa y de esta manera generar Like una vez que los usuarios le dan Like a la página, las publicaciones de la página aparecen en la sección de noticias de los usuarios esto provoca que los usuarios estén al pendiente de las publicaciones que se realiza en la página.

Para el plan de fidelización se tomaron en consideración las siguientes acciones:

Información corporativa.

Con información sobre la empresa, contando cosas que se hacen, se trasladará los valores de la empresa a los clientes, y esto tendrá su peso a la hora de tomar nuevas decisiones de compras.

Trato preferente.

Es importante tratar de modo preferente a los clientes que ya se tiene, ser detallista es fundamental. Y hay detalles que no cuestan dinero.

Novedades.

No sólo por adaptación al mercado y búsqueda de nuevas oportunidades debemos estar permanentemente generando novedades en nuestra empresa.

Buscar la excelencia en el servicio al cliente.

Especialmente en el periodo de postventa, este aspecto es fundamental para lograr la satisfacción completa del cliente, un paso que resulta básico y muchas veces definitivo para conseguir su fidelización.

Análisis de los resultados después de la implementación del plan de marketing.

Para realizar el análisis y conocer que tanto fue conocida la empresa Transportes Dondiego se diseñaron unas preguntas con respuesta múltiple en la plataforma Google formularios, únicamente se realizaron 4 preguntas y estas fueron enviadas nuevamente en la plataforma de Facebook.

Las preguntas diseñadas y que conformaron el cuestionario número 2 fueron las siguientes:

1. ¿Has escuchado de la empresa Transportes Dondiego?

- a) Si
- b) No

2. ¿Conoces la empresa Transportes Dondiego?

- a) Si
- b) No

3. ¿Conoces los productos y servicios que ofrece la empresa Transportes Dondiego?

- a) Si
- b) No

4. ¿Cómo conociste la empresa Transportes Dondiego?

- a) Por Facebook
- b) Por un conocido
- c) Físicamente
- d) Ninguna de las anteriores
- e) Otros

De esta manera concluyo la encuesta para realizar el análisis de reconocimiento de la empresa.

En la página oficial de Facebook también aparecen graficas donde podemos observar las vistas, el alcance y la interacción que tienen los usuarios de Facebook con la página y las publicaciones que se realizan.

Actividades	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Analizar la situación interna y externa de la empresa.					
Realizar encuestas por medio del internet para analizar el					

reconocimiento de la empresa.					
Desarrollar un plan de marketing digital.					
Definir las estrategias de marketing digital que sean más convenientes para la empresa.					
Desarrollar e implementar los canales de comunicación, difusión y promoción de los productos y servicios de la empresa.					
Realizar un cuadro comparativo y analizar los resultados obtenidos con la implementación del marketing digital en la empresa.					

CAPÍTULO V: RESULTADOS.

Cuestionario 1 y sus resultados.

En la figura 12 presentada en anexos, representa la vista del cuestionario diseñado en Google formularios.

En la plataforma Facebook se enviaron 200 encuestas al mismo número de usuarios de la aplicación, obteniendo únicamente 179 respuestas. Tal como se puede observar en la figura 13 presentada en anexos.

La encuesta realizada en Google formularios nos arrojaron información cuantitativa y cualitativa por lo que el mismo formulario tenía la herramienta de gráficos de las respuestas obtenidas las cuales a continuación se van a explicar.

En la figura 14 se muestra un gráfico que corresponde a la pregunta número 1 de la encuesta 1, el cual dice que el 81.6% de las personas encuestadas fueron del municipio de Pabellón de Arteaga, el 14% fueron personas de San Francisco de los Romo, el 4% fueron personas de Rincón de Romos y un 0.6% fue de Aguascalientes.

En la figura número 15 se puede observar que 127 personas equivalente a un 70.9% de las personas encuestadas respondieron que no han comprado materiales para la construcción, mientras que 52 personas equivalente a un 29.1% de las personas encuestadas afirmaron haber comprado materiales para la construcción.

En la tabla 5 se observan cuantas personas de cada municipio respondieron si y cuantas de ellos dijeron que no.

Según la figura numero 16 los resultados nos dicen que el 24.7% de las personas encuestadas han adquirido arena, el 25.1% ha comprado grava, el 12.3% ha adquirido piedra, un 14% a comprado ladrillo, mientras que, un 71.5% no ha comprado ninguno de los materiales mencionados, puede resultar un poco confusos los resultados de esta grafica ya que varias personas consumen más de 1 tipo de material para la construcción.

En la tabla número 6 se tienen los resultados de las personas que han comprado materiales.

En la figura número 17 se puede observar que 7.8% de las personas encuestadas compran material semanalmente, mientras que el 4.5% compra material mensualmente,

el 15.6% compra material cada año y un 72.1% no realiza compras de materiales para la construcción, en la tabla 7 se observan las personas de cada municipio que realiza compra de materiales para la construcción.

Según los resultados de la figura 18, nos dice que el 25.1% de las personas encuestadas adquieren más arena, el 20.7% compra grava, el 7.3% compra piedra, y un 7.8% adquiere ladrillo, mientras que el 70.9% no adquiere ninguna de las anteriores. En la tabla 8 se encuentran los resultados de cuantas personas han adquirido los distintos tipos de materiales.

En la figura 19 se observa que el 94.4% de las personas encuestadas no ha alquilado maquinaria para la construcción, 22 personas de las que dijeron que no fueron del municipio de San Francisco de los Romo, 140 personas fueron de pabellón de Arteaga, 6 de ellas fueron de Rincón de Romos y 1 de Aguascalientes, el 5.6% respondió que sí ha alquilado maquinaria para la construcción la cual 3 personas fueron de San Francisco de los Romo, 6 de ellas fueron de Pabellón de Arteaga y por ultimo 1 fue de Rincón de Romos.

El 94.4% de las personas contestaron que no han alquilado maquinaria para la construcción, el 5.6% respondió haber alquilado maquinaria para la construcción según la figura 20.

Del 5.6% de las personas que, si han alquilado maquinaria para la construcción, 2 de ellas fueron del municipio de San Francisco de los Romo, 7 de ellas fueron de Pabellón de Arteaga y únicamente 1 de Rincón de Romos según la tabla de resultados número 10.

La pregunta número 8 de la encuesta 1 se diseñó como una pregunta abierta, por lo tanto, las personas encuestadas tuvieron la oportunidad de elegir más de una opción como respuesta, la mayoría de las personas que contestaron opinan que es más importante la atención al cliente según los resultados de la figura 21.

La empresa Transportes Dondiego es una empresa que se ubica en el municipio de pabellón de Arteaga, de las 176 personas encuestadas, 146 de ellas pertenecen a dicho municipio, 81 personas de las 146 han escuchado acerca de los servicios y materiales que vende la empresa, 65 personas contestaron que nunca han escuchado acerca de la empresa según los resultados de la figura 22, es aquí donde se refleja que la empresa no tiene una buena difusión de la misma.

A pesar de que el 51.1% de las personas encuestadas según la figura 22 han escuchado acerca de la empresa transportes dondiego, el 53.9 % de las personas que contestaron la encuesta no conoce la ubicación de la empresa según la figura 23, estos resultados se deben a la falta difusión de la misma empresa.

Según la figura 24, únicamente 12 personas han adquirido de los servicios que ofrece la empresa, y estas personas pertenecen al municipio de Pabellón de Arteaga.

Las 12 personas que han adquirido de los productos y servicios que ofrece la empresa, han consumido materiales para la construcción. Según la figura 25.

Página web.

Para realizar la página web se tomó la decisión de realizar primero una cuenta de Google para la empresa transportes dondiego, tal como se muestra en la figura 26. Una vez hecha la cuenta Google se da de alta en Google Mi Negocio para poder realizar la página web tal como se muestra en la figura 27. Posteriormente se realiza la página web y concluye tal como se puede observar en la figura 28.

Atención al usuario.

En la página de Facebook de la empresa Transportes Dondiego se creó un chat en línea tal como se muestra en la figura 29 y 30, con la finalidad de crear un entorno de comunicación más confiable entre el cliente y la empresa.

Redes sociales.

Se agregó a la página de Facebook la página web diseñada, como de igual manera se realizaron publicaciones en la página oficial de la empresa Transportes Dondiego para lograr captar la atención de los usuarios de Facebook, también se programaron algunas publicaciones para que se publicaran automáticamente, estos resultados se pueden observar en las figuras 31, 32, 33 y 34; fue una gran ventaja realizar las programaciones, ya que se optimizó el tiempo de las actividades dentro de la empresa.

Aumento del número de usuarios.

Se puede observar en la figura 35, como a partir del 31 de agosto han incrementado los seguidores en la página de Facebook de la empresa Transportes Dondiego, inicialmente contaba con 195 seguidores, actualmente son 281 seguidores.

En la figura 36 muestra como el 31 de agosto del 2020 cuenta con 194 likes hacia la página de Facebook y actualmente cuenta con 280.

El mes de octubre tuvo un alto índice de visitas hacia la página, la búsqueda que se muestra es a partir del 31 de agosto hasta el 12 de noviembre del 2020.

El mes de octubre tuvo un alto índice de visitas hacia la página, la búsqueda que se muestra es a partir del 31 de agosto hasta el 12 de noviembre del 2020. Según la figura 37.

En la figura 38. Se muestra como en el mes de noviembre las publicaciones que tiene la página de Facebook han tenido un alto índice de alcance.

Plan de fidelización.

Para el plan de fidelización se tomaron en consideración las siguientes acciones:

En la plataforma de Facebook se realizaron publicaciones sobre información corporativa como misión, visión y valores de la empresa, otras de las publicaciones fueron novedades de la empresa, se publicaron los productos y servicios que ofrece la empresa Transportes Dondiego, tal como se puede observar en las figuras 39, 40, 41Y 42.

Cuestionario 2.

Análisis de los resultados después de la implementación del plan de marketing digital:
Se envió nuevamente un segundo cuestionario a las personas de Facebook para conocer el reconocimiento de la empresa.

Las personas a las que se les envió este cuestionario fueron las mismas a las que anteriormente ya se les había mandado el primer cuestionario. Por lo tanto, dio un 100% en la respuesta sí tal y como se puede observar en la figura 43.

Para la pregunta número 2 de la segunda encuesta hubo algo de confusión ya que la pregunta era ¿Conoces la empresa Transportes Dondiego? el 87.3 % de los encuestados respondió que sí, esta respuesta tal vez la hicieron como referencia a que, si la conocen por algún medio, y el 12.7% respondió que no la conoce tal vez de manera física ya que en la figura 42 se presentó un 100% como afirmación de que si han escuchado sobre la empresa, resultados mostrados en la figura 44.

La figura 45. Muestra que un 99.3% de las personas encuestadas conoce acerca de los productos y servicios que ofrece la empresa Transportes Dondiego. el 0.7% hace referencia a 1 sola persona que dijo que no, tal vez escucho hablar sobre la empresa, pero no tomo mucho en cuenta la información. Por lo que para la investigación y para las personas que fueron encuestadas, no se logró captar la atención de una sola persona.

En la figura 46. Muestra que el 70.7% de los encuestados conoció la empresa por medio de la plataforma de Facebook, el 18% respondió que conoció la empresa por medio de un conocido y el 11.3% la conoce físicamente.

Conociendo esta información se puede decir que es muy importante seguir realizando publicaciones por medio de la plataforma de Facebook ya que como lo muestra la figura 7. Facebook es la plataforma con más usuarios con el fin de que más usuarios tengan conocimiento acerca de la empresa.

Cuadro comparativo para el análisis de resultados.

Al inicio de la investigación se realizó una primera encuesta teniendo como resultado del reconocimiento de la empresa un 51.1%, una vez implementadas las estrategias de marketing se llevó a cabo un segundo cuestionario obteniendo un 100% de reconocimiento de la empresa, un 70.7% lo conoció por medio de Facebook ya que fue la red social con mayor actividad dentro de la implementación de estrategias. Resultados obtenidos de la figura 46 y tabla 17.

En la tabla 16 se muestra el aumento de seguidores, de likes en la página de Facebook, el alcance, y las visitas que se obtuvieron después de la implementación de las estrategias, desde el 1 de junio hasta el 12 de noviembre se registraron los resultados, obteniendo un total de 281 seguidores en la página Facebook, 280 likes hacia la página, un alcance de 79 personas y 46 visitas en un solo día a la página datos importantes ya que de un principio no se lograba ningún dato relevante.

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES.

A continuación, se presentan las conclusiones del plan de marketing digital realizado para la empresa Transportes Dondiego. Éstas hacen referencia a todo el proceso de trabajo ejecutado, para demostrar la importancia de las acciones realizadas y el beneficio que le han aportado a la empresa.

El análisis interno y externo de la empresa o bien el análisis FODA que se realizó de la empresa Transportes Dondiego demostró claramente cuáles son los puntos fuertes y

débiles de la empresa. De esta manera se generaron estrategias de marketing para maximizar sus fortalezas y aprovechar las oportunidades que se presenten en el tiempo, ya que, gracias a las estrategias la empresa ha tenido un alcance significativo en sus redes sociales.

Al realizar el estudio de mercado se logró conocer que la competencia no cuenta con redes sociales para estar en contacto con sus clientes las únicas reseñas de la competencia son por medio de Google, al conocer esta información se tomó la decisión de crear contenido en redes sociales y crear una página web para seguir captando lo más que se pueda a los posibles clientes.

A través del estudio de mercado se puede concluir que el plan de marketing digital es estratégico y factible, con la puesta en marcha de las redes sociales se lograra el posicionamiento de la empresa en la mente del posible cliente.

La creación de la página web ha sido una estrategia positiva ya que esta va a permitir dar a conocer el negocio, al añadir la página web en la plataforma de Facebook va a comenzar a generar conciencia de marca en dicha red social y enviar tráfico hacía la web. Presentadas las diferentes modalidades al cliente, éste va a obtener confianza con el negocio.

El uso de las redes sociales como plan de acción fue muy importante para el reconocimiento de la empresa ya que por medio de las publicaciones los usuarios de la plataforma de Facebook pueden estar al tanto con la empresa. Por otro lado, la programación de las publicaciones fue una estrategia factible ya que el equipo de trabajo de la empresa puede estar trabajando en otras áreas y las publicaciones automáticamente se publican, sin necesidad de dejar de hacer lo que se está haciendo para realizar esta acción. De igual manera el aumento de usuarios fue muy importante para la empresa ya que de esta manera la empresa puede llegar a más personas y a organizaciones de construcción importantes dentro del estado de Aguascalientes.

El diseño del chat en línea fue un acto importante para los usuarios ya que ellos pueden ponerse en contacto con la empresa y se pueden dirigir de una manera clara y concisa.

El plan de fidelización es vital para tener a los clientes en un ambiente de confianza ya que por medio del plan de fidelización los clientes conocieron información de la organización como misión, visión y valores, el que los clientes conozcan esta información automáticamente genera un alto nivel de seguridad y comunicación con los clientes.

El uso de las herramientas que ofrece el internet fue muy efectivo para el desarrollo del proyecto ya que nos permitió realizar encuestas por medio de formularios que se enviaron por medio de las plataformas de Facebook, obteniendo resultados reales que nos permitieron realizar cuadros comparativos para conocer la efectividad del desarrollo y la implementación del plan de marketing digital para la empresa Transportes Dondiego.

Cabe destacar que el desarrollo y la implementación del plan de marketing se realizó en un lapso de tiempo muy corto, pero a pesar de esa limitación se obtuvieron resultados favorables para la empresa Transportes Dondiego por lo que se puede concluir con que un plan de marketing digital ayuda a que una empresa mejore su situación en su correspondiente entorno digital además genera una dirección clara hacia donde se quiere ir, que es lo que se quiere lograr y todo mediante el uso de técnicas y herramientas digitales.

El plan también permite ver si las estrategias planteadas son útiles o no. Además, permite comprobar los resultados y ver si éstos son positivos gracias al análisis de los datos de control, con lo que se puede saber si las estrategias planteadas se están llevando a cabo de forma óptima.

Conclusions.

Below are the conclusions of the digital marketing plan carried out for the company Transportes Dondiego. These refer to the entire work process executed, to demonstrate

the importance of the actions carried out and the benefit they have brought to the company.

The internal and external analysis of the company or the FODA analysis of the company Transportes Dondiego clearly demonstrated the strengths and weaknesses of the company. This generated marketing strategies to maximize your strengths and take advantage of the opportunities that arise over time, as the strategies have meant that the company has had a significant reach on its social networks.

By conducting the market survey, it was realized that the competition does not have social networks to be in touch with its customers the only reviews of the competition are through Google. knowing this information made the decision to create social media content and create a web page to continue to capture as much as possible to potential customers.

Through the market study, it can be concluded that the digital marketing plan is strategic and feasible, with the implementation of social networks, the positioning of the company in the mind of the prospective customer will be achieved.

The creation of the website has been a positive strategy since this will allow to make the business known, by adding the website on the Facebook platform you will begin to generate brand awareness on that social network and send traffic to the web. Presented the different modalities to the customer, the customer will gain confidence with the business.

The use of social media as an action plan was very important to the recognition of the company as through the publications users of the Facebook platform can be kept up to date with the company. On the other hand, the scheduling of publications was a feasible strategy as the company's work team may be working in other areas and the publications are automatically published, without having to stop doing what is being done to do this. Similarly, the increase in users was very important for the company as this way the

company can reach more people and important construction organizations within the state of Aguascalientes.

The design of the online chat was an important act for users as they can contact the company and can be directed in a clear and concise way.

The loyalty plan is vital to having customers in a trusted environment because through the loyalty plan customers learned about organizational information such as mission, vision and values. Having customers know this information automatically generates a high level of security and communication with customers.

The use of the tools offered by the internet was very effective for the development of the project as it allowed us to conduct surveys through forms that were sent through the Facebook platforms, obtaining real results that allowed us to enhance comparative tables to know the effectiveness of the development and implementation of the digital marketing plan for the company Transportes Dondiego.

It should be noted that the development and implementation of the marketing plan was carried out in a very short time. But despite this limitation, results were favorable for Transportes Dondiego, and it can be concluded that a digital marketing plan helps a company improve its situation in its digital environment it also generates a clear direction where you want to go, which is what you want to achieve and everything by using digital techniques and tools.

The plan also allows you to see whether the strategies you have put forward are useful or not. It also allows you to check the results and see if they are positive by analyzing the control data, so you can see if the strategies you have put forward are being carried out optimally.

CAPÍTULO VII: COMPETENCIAS DESARROLLADAS.

- Aplique métodos de investigación para desarrollar un plan de marketing digital apropiado para la empresa Transportes Dondiego.
- Utilice las tecnologías de la información para realizar investigaciones acerca de la competencia.
- Elabore y ejecute un plan de marketing digital eficaz para la empresa Transportes Dondiego.
- Ejecute estrategias eficaces para la captación de usuarios por medio de los medios digitales.
- Elabore estrategias para la fidelización de clientes y posibles clientes por medio de las redes sociales.
- Aplique métodos cuantitativos en el análisis e interpretación de datos de las encuestas aplicadas por medio de las redes sociales.
- Diseñe e implemente estrategias de marketing digital basadas en información recopilada dentro de la investigación.
- Gestione las aplicaciones para la comunicación y relación con los clientes de manera eficaz.
- Integre procesos de atención al cliente en el proceso de compra.
- Interprete información recopilada para la toma de decisiones para la creación del plan de marketing digital.
- Diseñe encuestas para la recopilación de información real como proceso de investigación.

CAPITULO VIII. FUENTES DE INFORMACIÓN.

Libros:

RICA PÉREZ, E. (2000): *Marketing en Internet y e-business*. Madrid: Anaya Multimedia.

Kutchera J., García H. Fernández A. (2004) *E-X-I-T-O: Su Estrategia de Marketing Digital en 5 Pasos*. Grupo Editorial Patria.

Kotler P., Armstrong G, (2003), *Fundamentos de marketing*, Pearson Educación.

Farhoomand A., Lovelock, (2001), *E-Cmmerce*, Prentice Hall.

Sarmiento J.R, (2015). *Marketing de relaciones. Aproximación a las relaciones virtuales*, DIKINSON.

Gutiérrez F, (2018). *Página web educativa para contribuir a la cultura económica*. GRIN Verlag.

Orense Fuentes, Rojas Orduña (2010) *seo como triunfar en buscadores*, ESIC Editorial.

Philip Kotler, 1999, *El marketing según Kotler: cómo crear, ganar y dominar los mercados*, Grupo Planeta.

Steffens, Cadiat, 2016, *Los criterios SMART: El método para fijar objetivos con éxito*

Internet:

Definición de marketing American Marketing Association, 2004, Autor: Ivan Thompson.

<https://www.marketingintensivo.com/articulos-marketing/que-es-marketing.html>

Definición de web 2.0, Investigación Espacial y la Web 2.0, Monica Patrizio y Nicole

Garcia, <https://sites.google.com/site/fgtpr02espacialyweb15/web-2-0>

Qué es el marketing digital y por qué es tan fundamental en la actualidad,

Medio digital, (2016), <https://www.mediodigital.mx/que-es-el-marketing-digital-y-por-que-es-tan-fundamental-en-la-actualidad/>

Marketing en internet, Jonny Martinez, (2018). [Marketing en Internet - Estudio de las técnicas - Liderazgo y Mercadeo](#)

Estadísticas y Estudios de Marketing Digital (2020), Marketing Digital,

<https://cocktailmarketing.com.mx/estadisticas-marketing-digital/>

Revistas

Revista Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado Ponce, Isabel (2012). "Monográfico: redes sociales"

CAPITULO IX. ANEXOS.

ENCUESTA 1.

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeGeyzdHrvZ4PoNq27_O479Q0urlJloDzZ4QQMjpK6mHgyRzg/viewform?fbclid=IwAR2GQ5q4CqLx3sLvyh776zAHMmmWM25CM-Poxylho1wowzZun4IM_e0j98c

Encuesta de adquisición de materiales para la construcción

Se realiza esta encuesta con el fin de determinar el reconocimiento de la empresa "Transportes Dondiego"

***Obligatorio**

1. ¿En qué lugar vives? *

Marca solo un óvalo.

- San Francisco De Los Romo.
- Pabellón de Arteaga
- Otros: _____

2. ¿Alguna vez has comprado materiales para la construcción? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No

3. Selecciona el tipo de materiales que has comprado *

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- Arena
- Grava
- Piedra
- Ladrillo
- Ninguna de las anteriores
- Otros: _____

4. ¿Con qué frecuencia has comprado materiales para la construcción? *

Marca solo un óvalo.

- Semanal
 Mensual
 Anual
 Ninguna de las anteriores

5. Dentro de los materiales de construcción ¿Qué es lo que más adquieres? *

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- Arena
 Grava
 Piedra
 Ladrillo
 Ninguna de las anteriores

Otros: _____

6. ¿Has alquilado maquinaria para la construcción? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

7. ¿Con qué frecuencia has alquilado maquinaria para la construcción? *

Marca solo un óvalo.

- Semanal
 Mensual
 Anual
 Ninguna de las anteriores

8. Antes de adquirir un producto ¿cuál de estos es el factor más importante? *

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- Precio
 Lugar
 Atención al cliente

Otros: _____

9. ¿Has escuchado de los productos y servicios que ofrece la empresa TRANSPORTES DONDIEGO? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

10. ¿Conoces la ubicación de la empresa TRANSPORTES DONDIEGO? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No
 Tal vez

11. ¿Has adquirido algún producto o servicio para la construcción en la empresa TRANSPORTES DONDIEGO? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

12. ¿Cual de las siguientes opciones has adquirido en la empresa TRANSPORTES DON DIEGO? *

Marca sólo un óvalo.

- Materiales para la construcción
- Alquiler de maquinaria para la construcción
- Ninguna de las anteriores

Google no creó ni aprobó este contenido.

Google Formularios

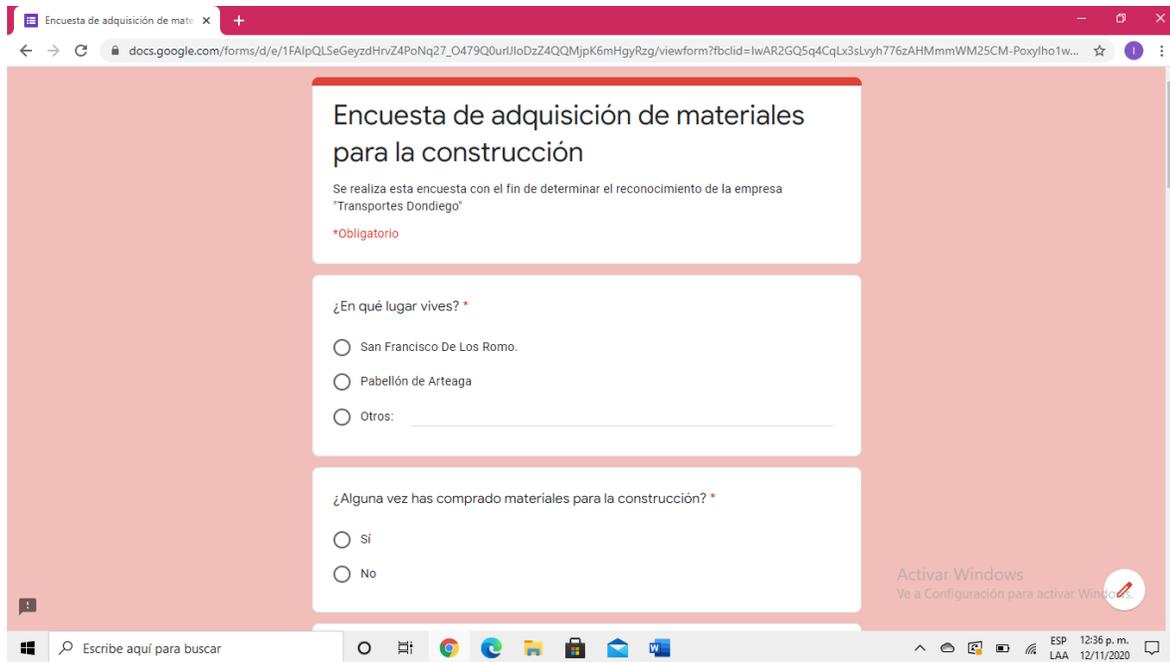


FIGURA 12 VISTA DE CUESTIONARIO 1.

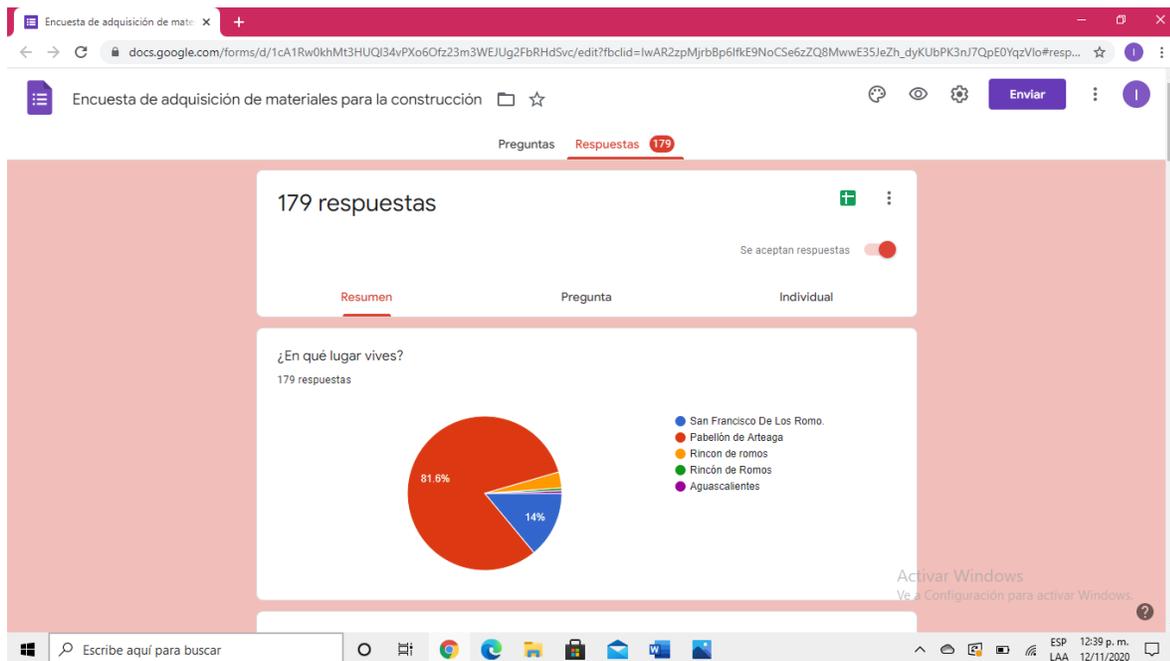


FIGURA 13 NUMERO DE RESPUESTAS DE ENCUESTA 1.

¿En qué lugar vives?

179 respuestas

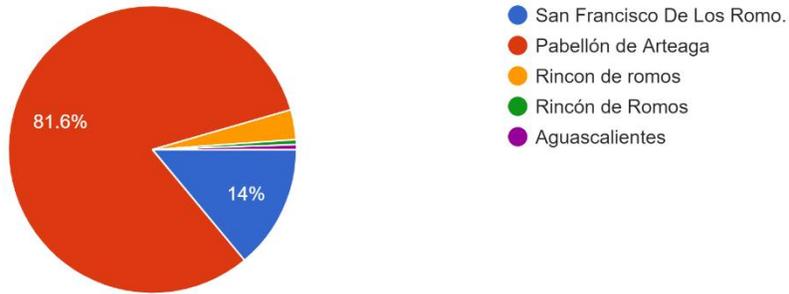


FIGURA 14 GRAFICO PREGUNTA 1; ENCUESTA 1.

¿En qué lugar vives?	%	Personas
San Francisco De Los Romo.	14%	25
Pabellón De Arteaga.	81.6%	146
Rincón De Romos.	4%	7
Aguascalientes.	0.6%	1
Total:		179

Tabla 4 RESULTADOS PREGUNTA 1; ENCUESTA 1

¿Alguna vez has comprado materiales para la construcción?

179 respuestas

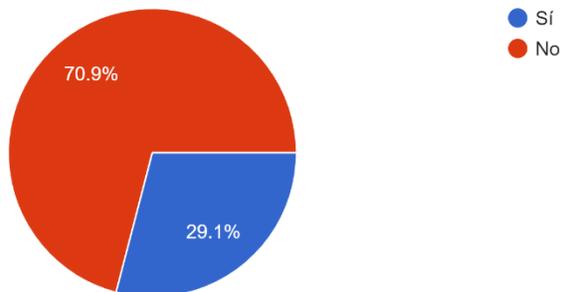


FIGURA 15 GRAFICO PREGUNTA 2; ENCUESTA 1.

¿Alguna vez has comprado materiales para la construcción?	Si	No
San Francisco De Los Romo.	11	14
Pabellón De Arteaga	38	108
Rincón De Romos.	2	5
Aguascalientes.	1	0
Total.	179 personas.	

Tabla 5 RESULTADOS PREGUNTA 2; ENCUESTA 1.

Selecciona el tipo de materiales que has comprado

179 respuestas

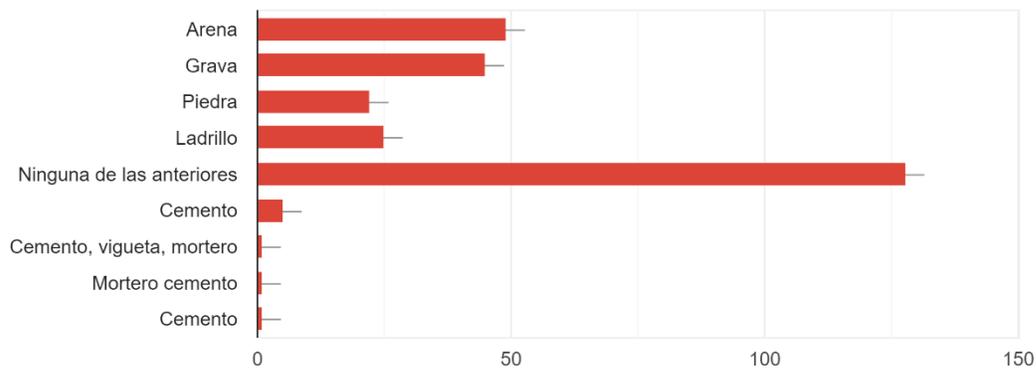


FIGURA 16 GRAFICO PREGUNTA 3; ENCUESTA 1.

Materiales que has comprado	Personas.
Arena, grava, piedra, ladrillo.	1
Arena, grava, piedra, ladrillo, cemento.	3
Arena, grava, piedra, ladrillo, cemento, vigueta, mortero.	1
Arena, grava, piedra, ladrillo.	10
Arena, grava, piedra, cemento.	2
Arena, grava, ladrillo, cemento.	1
Arena, grava, piedra.	4
Arena, grava, ladrillo.	7

Grava, piedra, ladrillo.	1
Arena, grava.	14
Arena, ladrillo.	1
Arena.	5
Grava.	1
Ninguna de las anteriores.	127
Mortero cemento.	1

Tabla 6 RESULTADOS PREGUNTA 6; ENCUESTA 1.

¿Con qué frecuencia has comprado materiales para la construcción?

179 respuestas

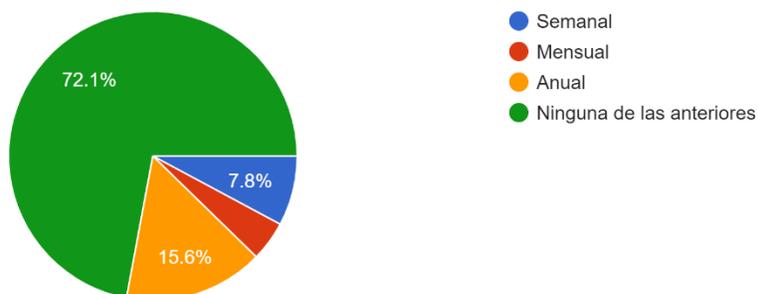


FIGURA 17 GRAFICO PREGUNTA 4; ENCUESTA 1.

¿Con que frecuencia has comprado materiales para la construcción?				
Lugar/ tiempo	San Francisco De Los Romo	Pabellón de Arteaga.	Rincón de Romos.	Aguascalientes.
Semanal	4	10	0	0
Mensual	2	6	0	0
Anual	5	22	2	1
Ninguna de las anteriores.	14	108	5	0

Tabla 7 RESULTADOS PREGUNTA 4; ENCUESTA 1.

Dentro de los materiales de construcción ¿Qué es lo que más adquieres?

179 respuestas

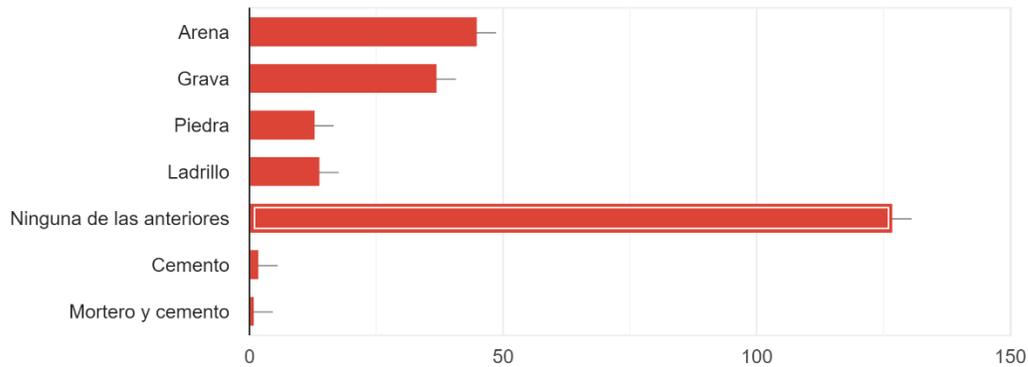


FIGURA 18 GRAFICO PREGUNTA 5; ENCUESTA 1.

¿Materiales que más adquieres?	
Materiales que más adquieren	Personas.
Arena, grava, piedra, ladrillo, cemento.	1
Arena, grava, piedra, ladrillo.	5
Arena, grava, piedra, cemento.	1
Piedra.	1
Arena, grava, piedra.	5
Arena, grava, ladrillo.	2
Arena.	8
Arena, grava.	22
Arena, ladrillo.	1
Ladrillo.	5
Grava.	1
Ninguna de las anteriores.	126
Mortero, cemento.	1

Tabla 8 RESULTADOS PREGUNTA 5; ENCUESTA 1.

¿Has alquilado maquinaria para la construcción?

179 respuestas

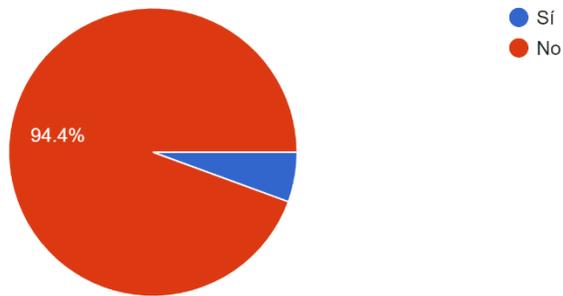


FIGURA 19 GRAFICO PREGUNTA 6; ENCUESTA 1.

¿Has alquilado maquinaria para la construcción?		
si	94.4%	169 personas
no	5.6%	10 personas

Tabla 9 RESULTADOS PREGUNTA 6; ENCUESTA 1.

¿Con qué frecuencia has alquilado maquinaria para la construcción?

179 respuestas

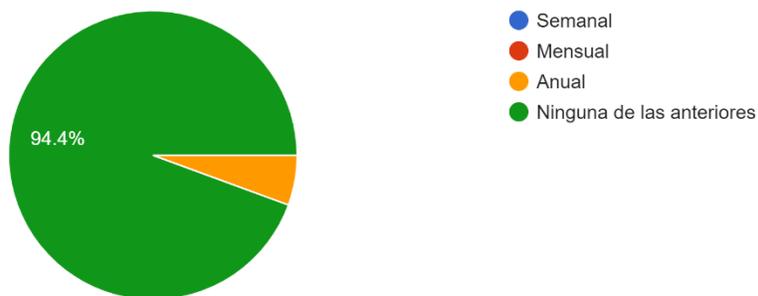


FIGURA 20 GRAFICO PREGUNTA 7; ENCUESTA 1.

Lugar tiempo	San Francisco de los Romo.	Pabellón de Arteaga.	Rincón de Romo.	Ags.
Semanal	0	0	0	0
Mensual	0	0	0	0
Anual	2	7	1	0
Ninguna de las anteriores.	21	143	4	1

Tabla 10 RESULTADOS PREGUNTA 7; ENCUESTA 1.

Antes de adquirir un producto ¿cuál de estos es el factor más importante?

179 respuestas

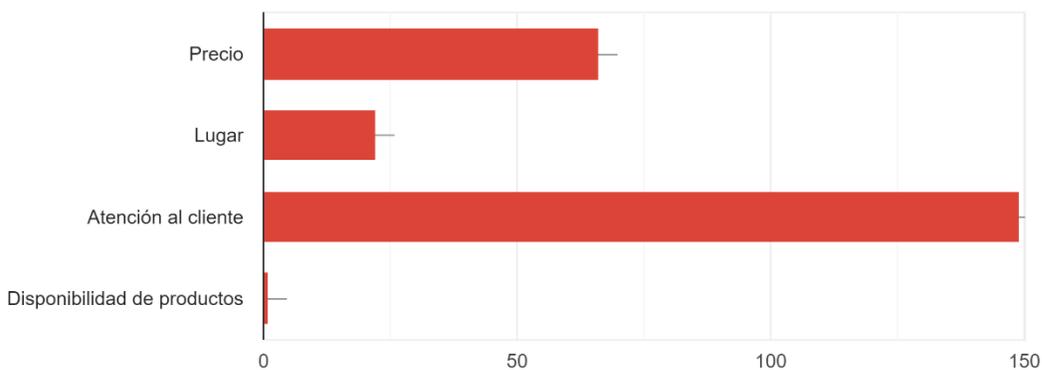


FIGURA 21 GRAFICO PREGUNTA 8; ENCUESTA 1.

Antes de adquirir un producto ¿cuál de estos es el factor más importante?		
Precio	36.9%	66 personas
Lugar	12.3%	22 personas
Atención	83.5%	149 personas
Disponibilidad de productos	0.6%	1 persona

Tabla 11 RESULTADOS PREGUNTA 8; ENCUESTA 1.

¿Has escuchado de los productos y servicios que ofrece la empresa TRANSPORTES DONDIEGO?
178 respuestas

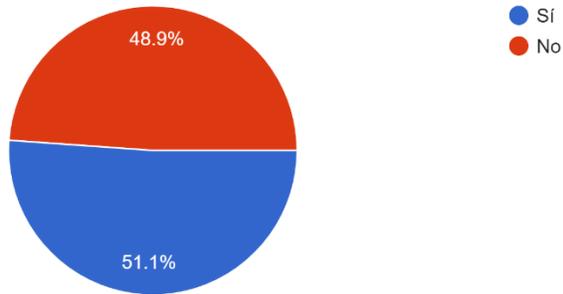


FIGURA 22 GRAFICO PREGUNTA 9; ENCUESTA 1.

Lugar /Decisión	San Francisco De Los Romo	Pabellón De Arteaga	Rincón De Romos	Aguascalientes
Sí	9	81	2	0
No	16	65	5	1

Tabla 12 RESULTADOS PREGUNTA 9; ENCUESTA 1.

¿Conoces la ubicación de la empresa TRANSPORTES DONDIEGO?
178 respuestas

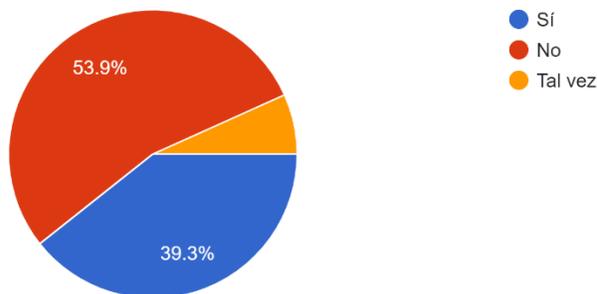


FIGURA 23 GRAFICO PREGUNTA 10; ENCUESTA 1.

Lugar/ Decisión	San Francisco De Los Romo	Pabellón De Arteaga	Rincón De Romos	Aguascalientes.
Si	5	65	0	0
No	19	70	7	
Talvez	1	11	0	0

Tabla 13 RESULTADOS PREGUNTA 10; ENCUESTA 1.

¿Has adquirido algún producto o servicio para la construcción en la empresa TRANSPORTES DON DIEGO?

178 respuestas

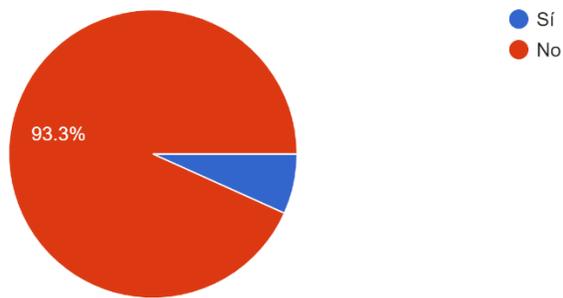


FIGURA 24 GRAFICO PREGUNTA 11; ENCUESTA 1.

Lugar/ Decisión	San Francisco De Los Romo	Pabellón De Arteaga	Rincón De Romos	Aguascalientes.
Si	0	12	0	0
No	25	134	7	1

Tabla 14 RESULTADOS PREGUNTA 11; ENCUESTA 1.

¿Cual de las siguientes opciones has adquirido en la empresa TRANSPORTES DONDIEGO?

178 respuestas

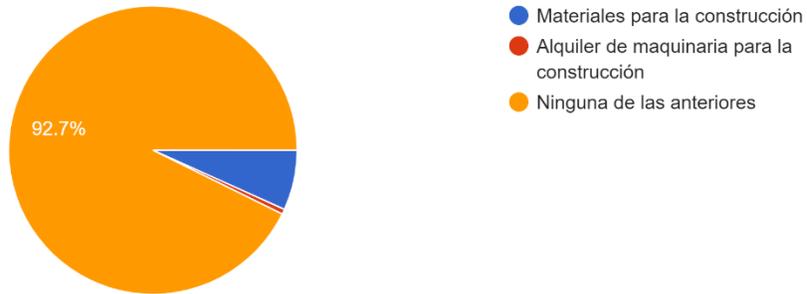


FIGURA 25 GRÁFICO DE LA PREGUNTA 12; ENCUESTA 1.

Lugar/ Decisión	San Francisco De Los Romo	Pabellón De Arteaga	Rincón De Romos	Aguascalientes.
Materiales Para La Construcción	0	12	0	0
Alquiler De Maquinaria Para La Construcción.	0	0	0	0
Ninguna De Las Anteriores.	25	134	7	1

Tabla 15 RESULTADOS PREGUNTA 12; ENCUESTA 1.

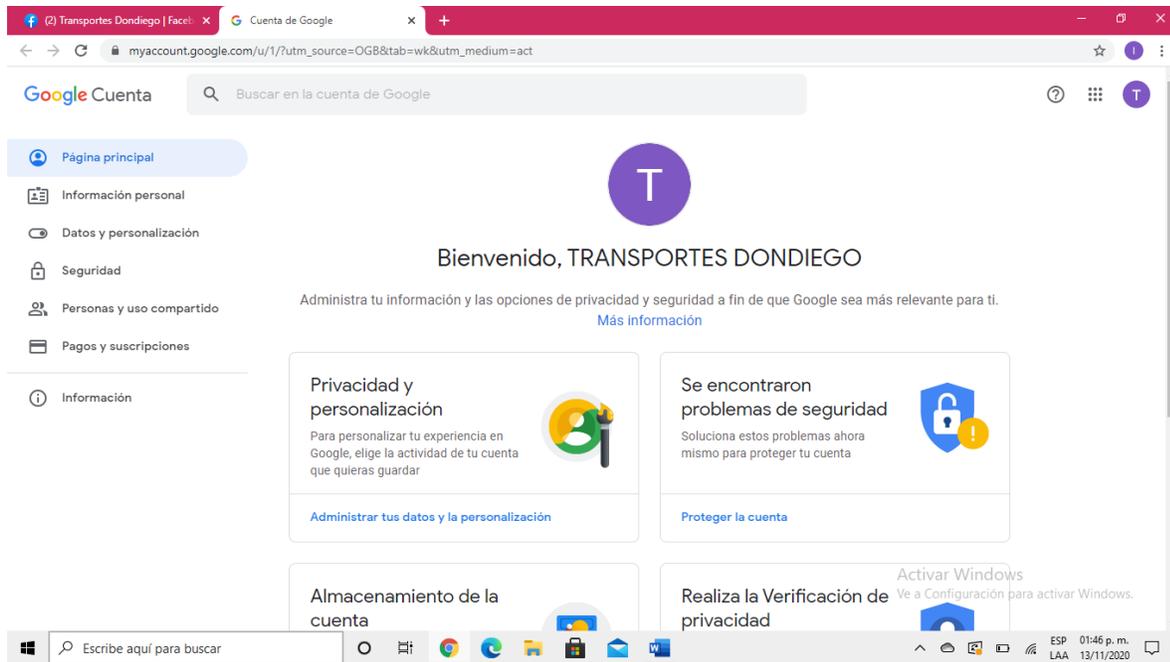


FIGURA 26 CUENTA GOOGLE, TRANSPORTES DONDIEGO.

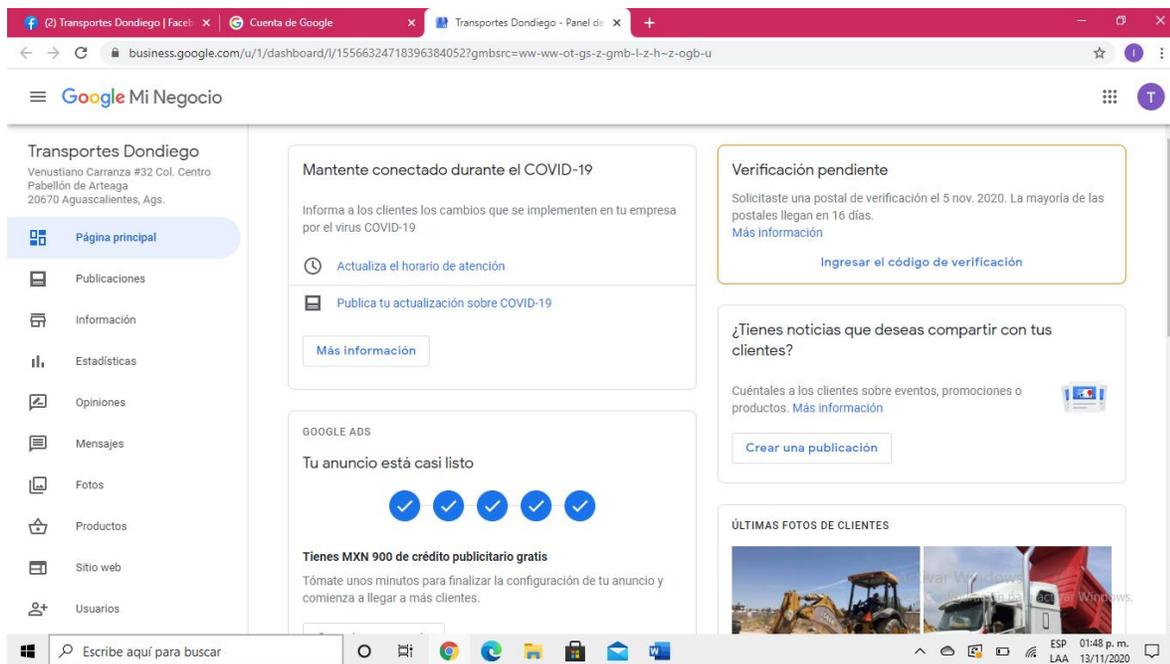


FIGURA 27 CUENTA GOOGLE NEGOCIOS, TRANSPORTES DONDIEGO.

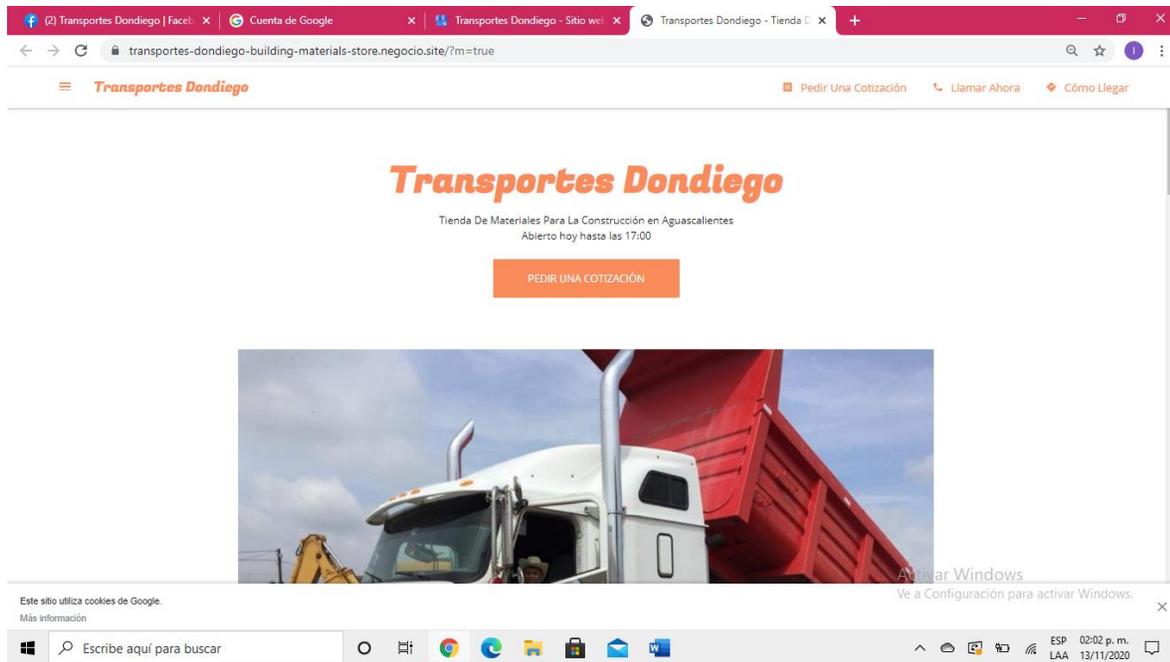


FIGURA 28 PAGINA WEB, TRANSPORTES DONDIEGO.

Página web:

<https://transportes-dondiego-building-materials-store.negocio.site/?m=true>

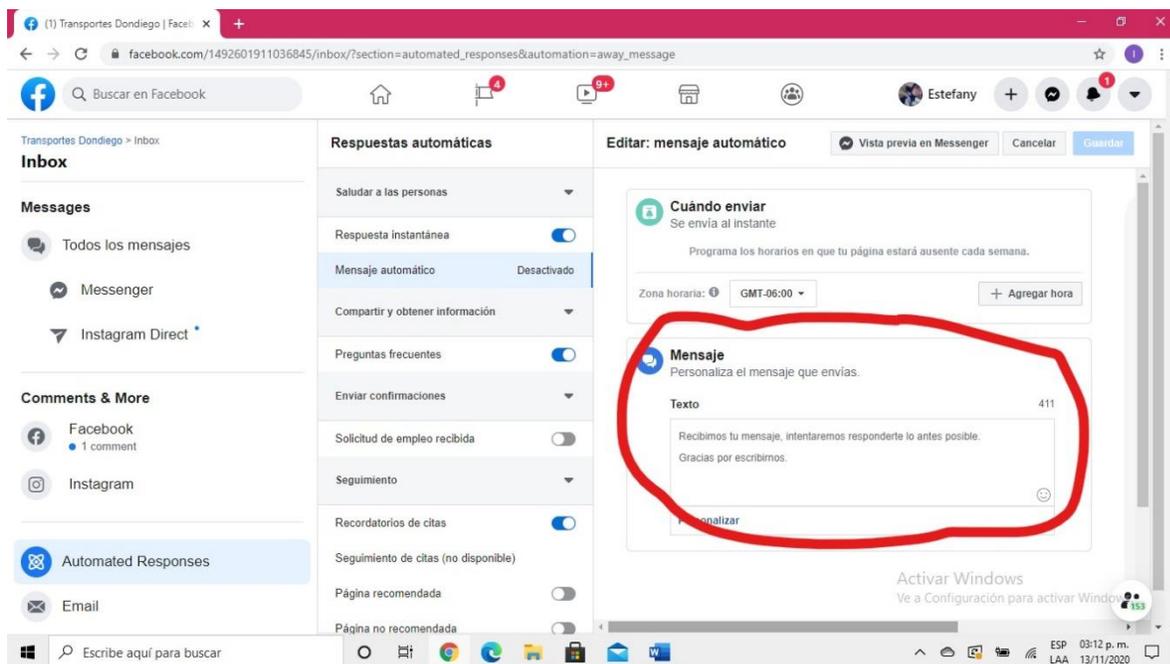


FIGURA 29 CHAT EN LINEA, FACEBOOK

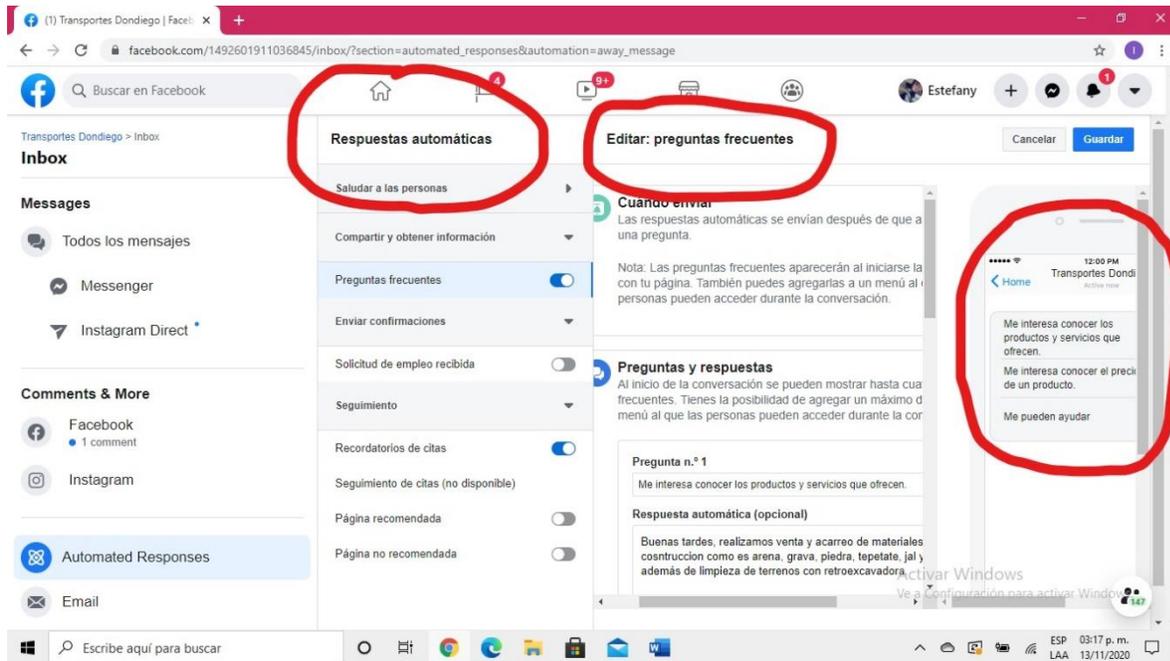


FIGURA 30 PREGUNTAS Y RESPUESTAS FRECUENTES, FACEBOOK CHAT.

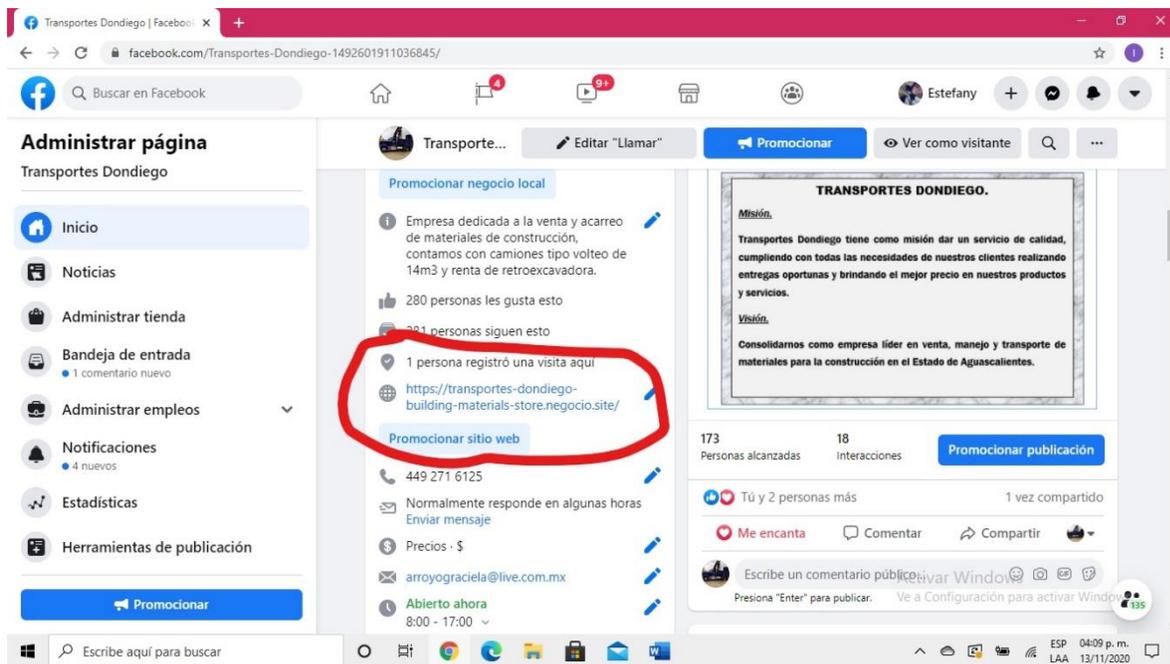


FIGURA 31 PAGINA WEB AÑADIDA A FACEBOOK.

Publicaciones realizadas

Publicaciones	Alcance	Interacción	Fecha	Privacidad
<input type="checkbox"/> En Transportes Dondiego nos importan ...	83 Personas alcanzadas	5 Interacciones con la pub	7 de noviembre de 2020, 12:00	Público
<input type="checkbox"/> Es nuestro compromiso ofrecer un bue...	173 Personas alcanzadas	18 Interacciones con la pub	6 de noviembre de 2020, 14:18	Público
<input type="checkbox"/>	31 Personas alcanzadas	2 Interacciones con la pub	6 de noviembre de 2020, 12:18	Público
<input type="checkbox"/>	90 Personas alcanzadas	19 Interacciones con la pub	29 de abril de 2020, 16:56	Público
<input type="checkbox"/>	94 Personas alcanzadas	18 Interacciones con la pub		

FIGURA 32 PUBLICACIONES EN FACEBOOK

Publicaciones programadas

Publicaciones	Identificador	Programada	Privacidad
<input type="checkbox"/> En Transportes Dondiego nos importan nuestros cli...	2443034369326923	7 de noviembre de 2020, 12:00	Público

FIGURA 33 PUBLICACIONES PROGRAMADAS EN FACEBOOK 1.

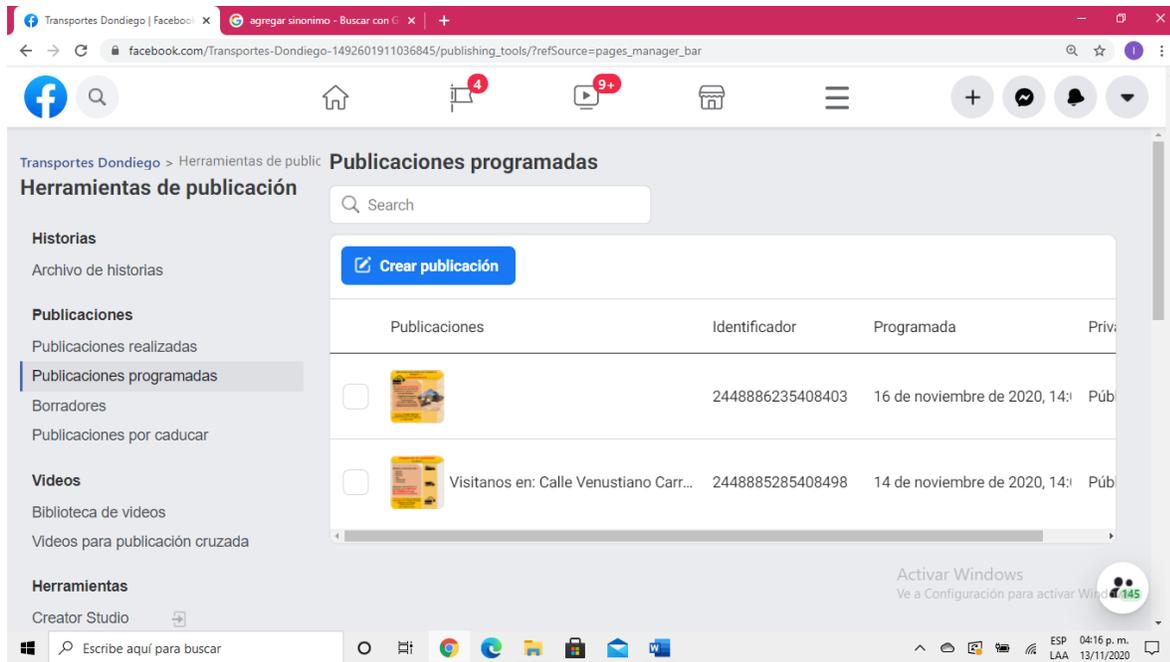


FIGURA 34 PUBLICACIONES PROGRAMADAS EN FACEBOOK 2.



FIGURA 35 AUMENTO DE SEGUIDORES FACEBOOK.



FIGURA 36 AUMENTO DE LIKES FACEBOOK.

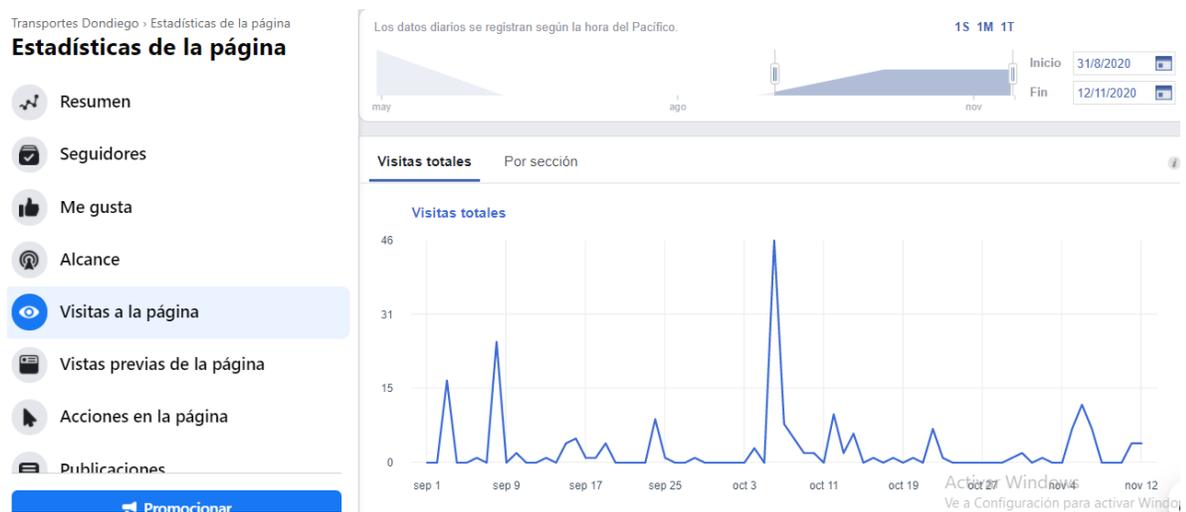


FIGURA 37 VISITAS EN FACEBOOK.



FIGURA 38 ALCANCE DE PUBLICACIONES EN FACEBOOK.

Transportes... Editar "Llamar" Promocionar Ver como visitante

Ultimos 28 días: 16 de oct - 12 de nov

- Personas alcanzadas: **194** (+52%)
- Interacciones con las publicaciones: **29** (+383%)
- Me gusta de la página: **12** (+83%)

Información

Venustiano Carranza No. 32 Col. Centro 20670 Pabellón, Aguascalientes, Mexico

Promociona tu negocio en tu zona para que la gente vaya directamente a

Transportes Dondiego
Publicado por Estefany Díaz · 7 de noviembre a las 12:00

En Transportes Dondiego nos importan nuestros clientes y nuestro equipo de trabajo, para ello, contamos con valores que nos representan como personas y como empresa. 😊

Nuestros valores.

- Honestidad y confiabilidad:** Actuamos con sinceridad hacia nosotros mismos, nuestros clientes y proveedores, trabajamos con eficiencia y damos a nuestros clientes y proveedores la seguridad de ser una empresa que brinda un servicio de calidad.
- Disponibilidad:** Somos personas con espíritu de servicio hacia nuestros clientes y compañeros de trabajo.
- Compromiso:** Tenemos la firmeza y convicción para lograr los objetivos y metas organizacionales, contribuyendo con nuestro trabajo y participando activamente en la toma de decisiones.
- Lealtad:** Amamos nuestro trabajo. Nos identificamos con las metas y objetivos de la empresa y procuramos también la lealtad recíproca de nuestros clientes y proveedores, contribuyendo al desarrollo común.
- Compañerismo:** somos un equipo colaborativo que busca trabajar en armonía.

FIGURA 39 INFORMACION CORPORATIVA FACEBOOK 1

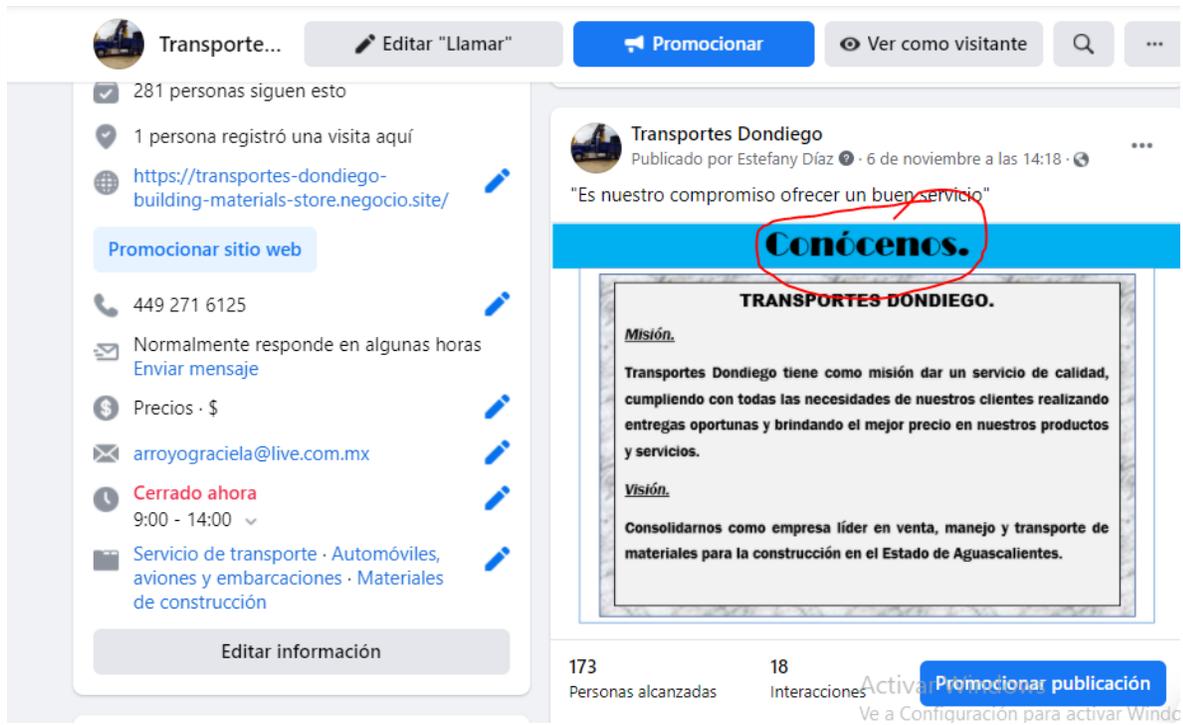


FIGURA 40 INFORMACION CORPORATIVA FACEBOOK 2



FIGURA 41 NOVEDADES EN PAGINA FACEBOOK 1.



FIGURA 42 NOVEDADES EN FACEBOOK 2.

¿Has escuchado de la empresa Transportes Dondiego?

150 respuestas

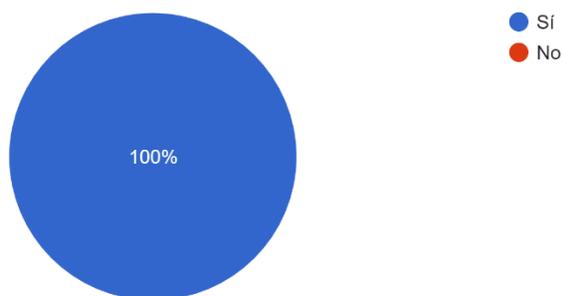


FIGURA 43 GRAFICO, PREGUNTA 1; ENCUESTA 2.

¿Conoces la empresa Transportes Dondiego?
150 respuestas

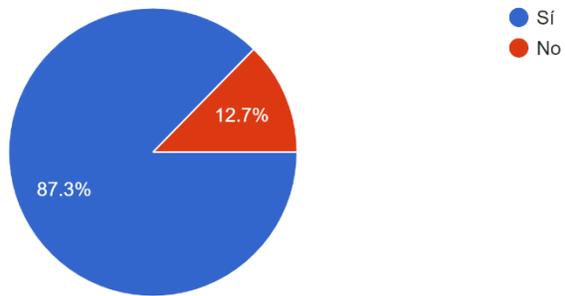


FIGURA 44 GRAFICO, PREGUNTA 2; ENCUESTA 2

¿Conoces los productos y servicios que ofrece la empresa Transportes Dondiego?
150 respuestas

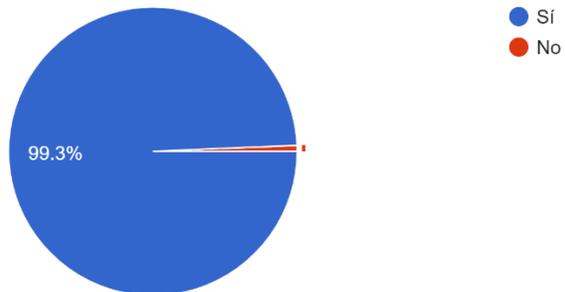


FIGURA 45 GRAFICO, PREGUNTA 3; ENCUESTA 2.

¿Como conociste la empresa Transportes Dondiego?

150 respuestas

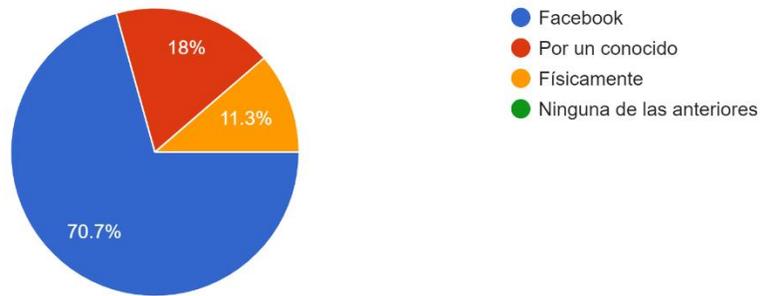


FIGURA 46 GRAFICO, PREGUNTA 4; ENCUESTA 2.

Seguidores Facebook		
Fecha.	195 personas	281 personas
1/06/2020-12/11/2020		
Likes Facebook		
Fecha.	194 personas	280 personas
1/06/2020-12/11/2020		
Alcance Facebook		
Fecha.	0 personas	79 personas
1/06/2020-12/11/2020		
Visitas Facebook		
Fecha.	0 visitas	46 visitas en un día,
1/06/2020-12/11/2020		Registro más alto

Tabla 16 RESULTADOS DESPUES DE PLAN DE ACCION.

Primer encuesta reconocimiento de la empresa	Segunda encuesta reconocimiento de la empresa.
Si: 51.1%	Si: 100%
Inicio del proyecto.	Final del proyecto.

Tabla 17 RESULTADOS PARA EL RECONOCIMIENTO DE LA EMPRESA, POR MEDIO DE LAS ENCUESTAS.

Resultados encuesta 1 datos importados.

Encuesta de adquisición de materiales para la construcción (Respuestas)

¿En qué lugar?	¿Algún tipo de?	¿Con qué frecuencia?	¿Dentro de los materiales?	¿Has?	¿Con qué frecuencia antes de adquirir?	¿Has es?	¿Con qué frecuencia?	¿Cuál de las siguientes?
Agua	Arena, Grava, Piedra	Anual	Arena, Grava, Piedra	No	Ninguna de Precio, Atención ; No	No	No	Ninguna de las anteriores
Pabellón de Sí	Arena, Grava	Mensual	Arena, Grava	No	Ninguna de Precio	Sí	Sí	Materiales para la construcción
Pabellón de Sí	Arena, Grava, Piedra	Anual	Arena, Grava, Piedra	No	Ninguna de Precio, Atención ; Sí	Sí	No	Ninguna de las anteriores
Pabellón de Sí	Grava	Anual	Grava	No	Ninguna de Precio	Sí	Sí	Materiales para la construcción
Pabellón de No	Ninguna de las anteriores	Ninguna de las anteriores	Ninguna de las anteriores	No	Ninguna de Atención al cliente ; Sí	Sí	No	Ninguna de las anteriores
Pabellón de Sí	Arena	Anual	Arena, Grava, Ladrillo	No	Ninguna de Atención al cliente ; Sí	No	No	Ninguna de las anteriores
Pabellón de No	Ninguna de las anteriores	Ninguna de las anteriores	Ninguna de las anteriores	No	Ninguna de Precio	No	No	Ninguna de las anteriores
Pabellón de No	Ninguna de las anteriores	Ninguna de las anteriores	Ninguna de las anteriores	No	Ninguna de Atención al cliente ; No	Tal ve, No	No	Ninguna de las anteriores
Pabellón de Sí	Arena, Grava, Piedra	Anual	Arena	No	Ninguna de Atención al cliente ; No	Sí	No	Ninguna de las anteriores
Pabellón de Sí	Arena, Grava, Piedra	Anual	Arena, Grava	No	Ninguna de Atención al cliente ; Sí	Sí	No	Ninguna de las anteriores
Pabellón de No	Ninguna de las anteriores	Ninguna de las anteriores	Ninguna de las anteriores	No	Ninguna de Precio	No	No	Ninguna de las anteriores
Pabellón de No	Ninguna de las anteriores	Ninguna de las anteriores	Ninguna de las anteriores	No	Ninguna de Precio	Sí	No	Ninguna de las anteriores
Pabellón de No	Ninguna de las anteriores	Ninguna de las anteriores	Ninguna de las anteriores	No	Ninguna de Precio	Sí	No	Ninguna de las anteriores
Pabellón de No	Ninguna de las anteriores	Ninguna de las anteriores	Ninguna de las anteriores	No	Ninguna de Precio	Sí	No	Ninguna de las anteriores
Pabellón de No	Ninguna de las anteriores	Ninguna de las anteriores	Ninguna de las anteriores	No	Ninguna de Precio	Sí	No	Ninguna de las anteriores
Pabellón de Sí	Arena, Grava, Ladrillo	Semanal	Arena, Grava	No	Annual Atención al cliente ; No	Sí	Sí	Materiales para la construcción
Pabellón de Sí	Arena, Grava	Anual	Arena	No	Ninguna de Precio	Sí	No	Ninguna de las anteriores
Pabellón de Sí	Arena, Grava, Piedra	Mensual	Arena, Grava	No	Ninguna de Precio, Atención ; Sí	Tal ve, No	No	Ninguna de las anteriores
Pabellón de No	Ninguna de las anteriores	Ninguna de las anteriores	Ninguna de las anteriores	No	Ninguna de Precio, Atención ; No	No	No	Ninguna de las anteriores
Pabellón de Sí	Arena, Grava	Semanal	Arena, Grava	No	Ninguna de Precio	Sí	Sí	Materiales para la construcción
Pabellón de Sí	Arena, Grava, Piedra	Mensual	Arena, Grava, Piedra	Sí	Annual Precio, Atención ; Sí	Tal ve, No	No	Ninguna de las anteriores
Pabellón de Sí	Arena, Grava, Piedra	Anual	Arena	No	Ninguna de Precio, Atención ; Sí	Sí	Sí	Materiales para la construcción
Pabellón de No	Ninguna de las anteriores	Ninguna de las anteriores	Ninguna de las anteriores	No	Ninguna de Precio, Lugar, Atención ; Sí	Sí	No	Ninguna de las anteriores
Pabellón de No	Ninguna de las anteriores	Ninguna de las anteriores	Ninguna de las anteriores	No	Ninguna de Precio, Atención ; Sí	Tal ve, No	No	Ninguna de las anteriores
Pabellón de Sí	Mortero y cemento	Semanal	Mortero y cemento	No	Ninguna de Precio	No	No	Ninguna de las anteriores
Pabellón de Sí	Arena, Grava	Anual	Arena, Grava	No	Ninguna de Atención al cliente ; Sí	Sí	No	Ninguna de las anteriores
Pabellón de Sí	Arena, Grava, Ladrillo	Anual	Ladrillo	Sí	Annual Precio, Atención ; Sí	Sí	Sí	Materiales para la construcción
Pabellón de No	Ninguna de las anteriores	Ninguna de las anteriores	Ninguna de las anteriores	No	Ninguna de Precio, Atención ; No	No	No	Ninguna de las anteriores
Pabellón de Sí	Arena, Grava, Piedra	Anual	Arena, Grava	No	Ninguna de Precio, Lugar, Atención ; Sí	Sí	Sí	Materiales para la construcción
Pabellón de Sí	Arena, Grava, Piedra	Anual	Arena, Grava	No	Annual Precio, Atención ; Sí	Sí	Sí	Materiales para la construcción
Pabellón de Sí	Arena, Grava, Piedra	Mensual	Arena, Grava	Sí	Annual Precio, Atención ; Sí	Sí	No	Ninguna de las anteriores
Pabellón de No	Ninguna de las anteriores	Ninguna de las anteriores	Ninguna de las anteriores	No	Ninguna de Precio, Atención ; Sí	Sí	No	Ninguna de las anteriores

ENCUESTA 2

24/11/2020

Reconocimiento de la empresa Transportes Dondiego.

Reconocimiento de la empresa Transportes Dondiego.

Esta encuesta se realiza para analizar cuántas personas conocen la empresa Transportes Dondiego.

***Obligatorio**

1. ¿Has escuchado de la empresa Transportes Dondiego? *

Marca solo un óvalo.

Sí

No

2. ¿Conoces la empresa Transportes Dondiego? *

Marca solo un óvalo.

Sí

No

3. ¿Conoces los productos y servicios que ofrece la empresa Transportes Dondiego? *

Marca solo un óvalo.

Sí

No

4. ¿Como conociste la empresa Transportes Dondiego? *

Marca solo un óvalo.

- Facebook
- Por un conocido
- Físicamente
- Ninguna de las anteriores
- Otros: _____

Google no creó ni aprobó este contenido.

Google Formularios

RESULTADOS ENCUESTA 2

Reconocimiento de la empresa Transportes Dondiego

¿Has escuchado de la em	¿Conoces la empresa Tra	¿Conoces los productos y	¿Como conociste la empr
Sí	Sí	Sí	Facebook
Sí	Sí	Sí	Facebook
Sí	Sí	Sí	Por un conocido
Sí	Sí	Sí	Facebook
Sí	Sí	Sí	Facebook
Sí	Sí	Sí	Facebook
Sí	Sí	Sí	Por un conocido
Sí	Sí	Sí	Facebook
Sí	Sí	Sí	Facebook
Sí	Sí	Sí	Facebook
Sí	Sí	Sí	Facebook
Sí	Sí	Sí	Físicamente
Sí	Sí	Sí	Facebook
Sí	Sí	Sí	Físicamente
Sí	Sí	Sí	Físicamente
Sí	Sí	Sí	Por un conocido
Sí	Sí	Sí	Por un conocido
Sí	Sí	Sí	Físicamente
Sí	No	Sí	Facebook
Sí	Sí	Sí	Facebook
Sí	Sí	Sí	Por un conocido
Sí	No	Sí	Facebook
Sí	No	Sí	Facebook
Sí	No	Sí	Facebook
Sí	No	Sí	Facebook
Sí	No	Sí	Facebook
Sí	Sí	Sí	Físicamente
Sí	Sí	Sí	Facebook
Sí	Sí	Sí	Por un conocido
Sí	Sí	Sí	Facebook
Sí	Sí	Sí	Facebook
Sí	Sí	Sí	Facebook
Sí	Sí	Sí	Facebook
Sí	Sí	Sí	Facebook
Sí	Sí	Sí	Por un conocido
Sí	Sí	Sí	Por un conocido
Sí	Sí	Sí	Físicamente
Sí	Sí	Sí	Facebook
Sí	Sí	Sí	Por un conocido
Sí	Sí	Sí	Físicamente
Sí	Sí	Sí	Por un conocido
Sí	Sí	Sí	Físicamente
Sí	Sí	Sí	Físicamente
Sí	Sí	Sí	Facebook

Reconocimiento de la empresa Transportes Dondiego

¿Has escuchado de la em	¿Conoces la empresa Tra	¿Conoces los productos y	¿Como conociste la empr
Sí	No	Sí	Por un conocido
Sí	Sí	Sí	Facebook
Sí	Sí	Sí	Facebook
Sí	Sí	Sí	Facebook
Sí	Sí	Sí	Por un conocido
Sí	Sí	Sí	Por un conocido
Sí	Sí	No	Facebook
Sí	Sí	Sí	Facebook
Sí	Sí	Sí	Físicamente
Sí	Sí	Sí	Físicamente
Sí	Sí	Sí	Facebook
Sí	No	Sí	Facebook
Sí	Sí	Sí	Facebook
Sí	Sí	Sí	Facebook
Sí	Sí	Sí	Facebook
Sí	Sí	Sí	Facebook
Sí	Sí	Sí	Facebook
Sí	Sí	Sí	Facebook
Sí	Sí	Sí	Facebook
Sí	Sí	Sí	Facebook
Sí	Sí	Sí	Facebook
Sí	Sí	Sí	Por un conocido
Sí	Sí	Sí	Facebook

La empresa Transportes Dondiego se dio de alta en Google Maps.

← ¿Dónde se encuentra tu empresa?

Arrastra, acerca o aleja el mapa para colocar el marcador en el lugar exacto donde se encuentra tu empresa.

