



**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS Y
COMPETITIVIDAD**

Trabajo de Suficiencia Profesional

Propuesta de marketing digital para mejorar el posicionamiento de la
marca en la empresa ILUMINACIONES ROSARIO ROCA S.A.C, Lima
2023

**Para optar el título profesional de Licenciado en Administración y
Dirección de Empresas**

AUTOR:

Puerta Huamán, Levi.

Identificador ORCID:

0000-0002-4222-2707

Asesor metodológico:

Dr. Flores Zafra, David

Identificador ORCID del asesor:

0000-0001-5846-325X

Asesor temático:

Dr. Castro Mejía, Percy Junior

Identificador ORCID del asesor:

0000-0002-5345-5098

LIMA - PERÚ

2023

 Universidad Norbert Wiener	DECLARACIÓN JURADA DE AUTORIA Y DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN		
	CÓDIGO: UPNW-GRA-FOR-033	VERSIÓN: 01 REVISIÓN: 01	FECHA: 08/11/2022

Yo, Levi Puerta Huamán, egresado de la Facultad de Administración y Dirección de Empresas y Escuela Académica Profesional de Ingeniería y Negocios, de la Universidad privada Norbert Wiener, declaro que el trabajo académico "**Propuesta de marketing digital para mejorar el posicionamiento de la marca en la empresa Iluminaciones Rosario Roca S.A.C, Lima 2023. Para optar el título profesional de Administración y Dirección de Empresas**". Asesorado por el docente: Percy Junior Castro Mejía, DNI 43338252 ORCID 0002-5345-5098, tiene un índice de similitud de (8) (Ocho) % con código 2023800442 oid:14912:248246940 verificable en el reporte de originalidad del software Turnitin.

Así mismo:

1. Se ha mencionado todas las fuentes utilizadas, identificando correctamente las citas textuales o paráfrasis provenientes de otras fuentes.
2. No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquella señalada en el trabajo.
3. Se autoriza que el trabajo puede ser revisado en búsqueda de plagios.
4. El porcentaje señalado es el mismo que arrojó al momento de indexar, grabar o hacer el depósito en el turnitin de la universidad y,
5. Asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión en la información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas del reglamento vigente de la universidad.



Firma de autor 1
 Nombres y apellidos del Egresado: LEVI PUERTA HUAMÁN
 DNI: 72777770



.....
 Firma
 Nombres y apellidos del Asesor: PERCY JUNIOR CASTRO MEJIA
 DNI: 43338252

Dedicatoria

Con mucho cariño y dedicación a mi madre quien me brinda su confianza, a mis hermanas quienes ellas son la motivación cada día, A ellas dedico todos mis esfuerzos y que sea mi motivación para poder cumplir esta nueva etapa de formación profesional, también doy gracias a Dios, nuestro creador, por permitirme experimentar este nuevo nivel de aprendizaje, quienes con su apoyo constante hicieron realidad mis objetivos de ser un profesional.

Resumen

En este presente informe de suficiencia profesional se presentó una propuesta de un plan de marketing digital con el objetivo de reforzar la posición de su marca de la empresa Iluminaciones Rosario Roca S.A.C, Lima 2023. El principal objetivo de esta estrategia es aumentar la notoriedad de la marca en el mercado y fortalecer su imagen en la mente de los consumidores. De hecho, aconsejamos a la empresa que aplique una estrategia de marketing digital en sus plataformas de medios sociales para lograr el objetivo principal.

Las redes sociales como Facebook, Instagram y WhatsApp, se consideran los medios para llegar de forma rápida y eficaz a un público más amplio con información de nuestros productos que ofrecemos (nuevos productos, promociones y actividades importantes) sin dejar de lado nuestra marca, con el fin de captar nuevos clientes y fidelizarlos. Dentro de esta estrategia, también se considera trabajar con personas influencers para publicitar nuestra marca, con el objetivo de generar interés a su audiencia por nuestro producto.

En resumen, la propuesta de este plan de marketing digital pretende reforzar el posicionamiento de la marca de la empresa Iluminaciones Rosario Roca mediante un enfoque estratégico y convincente. Al llevar a cabo los pasos mencionados, se espera que la marca logre tener una mayor visibilidad, una imagen más fuerte y un mayor compromiso con los consumidores, lo cual contribuirá a su éxito a largo plazo en el mercado.

Palabras clave: Plan estratégico, marketing digital, propuesta, posicionamiento, mercado.

Abstract

In this professional sufficiency report, a proposal for a digital marketing plan was presented with the aim of reinforcing the brand position of the company Illuminations Rosario Roca S.A.C, Lima 2023. The main objective of this strategy is to increase the notoriety of the brand in the market and strengthen its image in the minds of consumers. In fact, we advise the company to implement a digital marketing strategy on its social media platforms to achieve the main objective.

Social networks such as Facebook, Instagram and WhatsApp, are considered the means to quickly and effectively reach a wider audience with information about our products we offer (new products, promotions and important activities) without neglecting our brand, in order to attract new customers and build customer loyalty. Within this strategy, we also consider working with influencers to advertise our brand, with the aim of generating interest in our product among their audience.

In summary, the proposal of this digital marketing plan aims to strengthen the brand positioning of the company Illuminations Rosario Roca through a strategic and convincing approach. By carrying out the aforementioned steps, it is expected that the brand will achieve greater visibility, a stronger image and greater engagement with consumers, which will contribute to its long-term success in the market.

Keywords: Strategic plan, digital marketing, proposition, positioning, market.

Índices general

	Pág.
Dedicatoria.....	iii
Resumen	iv
Abstract	v
Índice de tablas.....	vii
Índice de figuras	viii
Introducción	ix
Capítulo I: Antecedentes y descripción general de la experiencia.....	1
1.1 Reseña de la empresa.....	1
1.2 Ubicación y actividad empresarial	2
1.3 Misión, visión y valores de la empresa.....	4
1.4 Descripción del puesto desarrollado y su entorno.	5
1.5 Problemática y objetivos trazados.....	6
CAPÍTULO II. Fundamento del tema elegido.....	8
2.1 Bases teóricas.	8
2.2 Marco conceptual.	11
2.3 Antecedentes	12
2.4 Justificación de la metodología elegida (Práctica o Social)	14
CAPÍTULO III: Aporte y desarrollo de la experiencia	15
3.1 Diagnóstico de la situación problemática	15
3.2 Desarrollo de la experiencia.....	18
3.3 Modelado de la propuesta o solución	19
3.4 Resultados	34
Conclusiones.....	35
Recomendaciones.....	36
Referencial bibliográficas	37
Anexos.....	39

Índice de tablas.

	Pág.
Tabla 1 Cronograma de actividad diario para Facebook.....	28
Tabla 2 Cronograma de actividad diario para Instagram	29
Tabla 3 Cronograma de actividad	30
Tabla 4 Presupuesto de pago mensual.....	34

Índice de figuras

	Pág.
Figura 1 Logo de la empresa	2
Figura 2 Ubicación geográfica de la empresa	2
Figura 3 Productos estrella de la empresa.	3
Figura 4 Productos estrella de la empresa	4
Figura 5 Organigrama de la empresa	5
Figura 6 Diagnóstico técnico de la empresa.	16
Figura 7 Diagnóstico de estrategias	17
Figura 8 Modelo de la propuesta	20
Figura 9 Mapa de posicionamiento	23
Figura 10 Embudo de ventas	26
Figura 11 Cronograma de actividad.	27
figura 12 Plan de marketing para la empresa	30

Introducción

En un mercado altamente competitivo y en constante evolución, lograr un sólido posicionamiento de marca se ha convertido en un desafío fundamental para las empresas. El posicionamiento de marca no solo se trata de ser reconocido, sino de ser percibido como una opción preferente en la mente de los consumidores. En este sentido, en el presente informe de suficiencia profesional se propuso implementar un plan de marketing digital para mejorar el posicionamiento de la marca en la empresa Iluminaciones Rosario Roca S.A.C, Lima 2023. La marca se encuentra actualmente en una situación en la que su reconocimiento y visibilidad no alcanzan el nivel deseado. A pesar de contar con un historial de éxitos y de ofrecer productos de alta calidad, la marca no ha sido capaz de establecer una relación sólida con su mercado objetivo. Por tanto, es crucial diseñar e implementar un plan de marketing integral que aborde los desafíos actuales y permita posicionar a la marca como una opción líder en su categoría.

Así mismo, se considera importante esta propuesta porque la organización trata constantemente con clientes exigentes. Por lo tanto, la implementación de este plan permitirá a la marca fortalecer su visibilidad, destacar sus atributos diferenciales y establecer una conexión emocional y duradera con su público objetivo. Por último, tres capítulos conforman el presente trabajo:

El capítulo I: Se aborda el planteamiento del problema, que pone de relieve la realidad problemática, los objetivos planteados en el informe y una descripción general de la experiencia. También se habla de la descripción de la empresa, su ubicación, misión, visión, valores y antecedentes relevantes para el título del trabajo.

Capítulo II: Se establecen los fundamentos teóricos y se detalla la información sobre las tácticas de marketing. Así mismo, se detalla el posicionamiento en el mercado, los fundamentos conceptuales, los detalles de la empresa y la descripción de los puestos de trabajo.

Capítulo III: A partir de la experiencia y sus aportaciones, este capítulo demuestra la eficacia de las soluciones sugeridas en relación con los objetivos planteados y por último las conclusiones y recomendaciones.

Capítulo I: Antecedentes y descripción general de la experiencia.

1.1 Reseña de la empresa

La empresa Iluminaciones Rosario Roca SAC, inició sus labores en el mercado peruano el 24 de octubre del año 2012, ubicado físicamente en la Av. República de Argentina 297 en el distrito de Lima, departamento de Lima. Empresa identificada con RUC: 20550115591. Asimismo, su representante legal es el señor Yoni Edgar Rosario Salazar, quien desempeña el cargo de gerente general de la empresa.

La importación y comercialización de iluminación LED para exteriores es la función principal de la empresa. La empresa se ha ganado la confianza de sus consumidores gracias a la amplia selección de productos de alta calidad que vende y el excelente servicio de atención al cliente que presta. Asimismo, los clientes tienen ahora acceso a todo lo que necesitan en un solo lugar, lo que les resulta el ahorro de tiempo de búsqueda.

Otro punto a favor de la empresa Iluminaciones Rosario Roca es la alta calidad de los productos que ofrece. Por otro lado, se trabaja con proveedores reconocidos y fiables, lo que garantiza que los productos sean duraderos y cumplan las normas de calidad exigidas. Además, el personal de la empresa está capacitado para ofrecer asesoramiento y recomendaciones a los clientes, ayudándoles a elegir los productos adecuados para sus necesidades específicas.

El excelente servicio de atención al cliente es otro de sus puntos fuertes de la empresa, donde el personal de la empresa es siempre cordial, atento y servicial. Por tanto, los clientes pueden hacer preguntas, recibir asesoramiento técnico y obtener información detallada sobre los productos disponibles. Por otro lado, la empresa también ofrece a sus clientes un excelente servicio de postventa y opciones de entrega a domicilio, lo que aumenta su comodidad y seguridad para cada uno de sus clientes.

El entorno de la empresa Iluminaciones Rosario Roca es limpio y ordenado, ha realizado inversiones para modernizar sus instalaciones, lo que mejora la experiencia de compra para el cliente. Los clientes que visiten la tienda física tendrán una experiencia agradable y con una mayor facilidad para encontrar los productos de su interés. En efecto, la empresa Iluminaciones Rosario Roca se ha establecido como líder en el sector y seguirá ofreciendo productos de iluminación LED fiables a sus clientes. Asimismo, el logotipo de la empresa se muestra en la figura 1.

Figura 1

Logo de la empresa



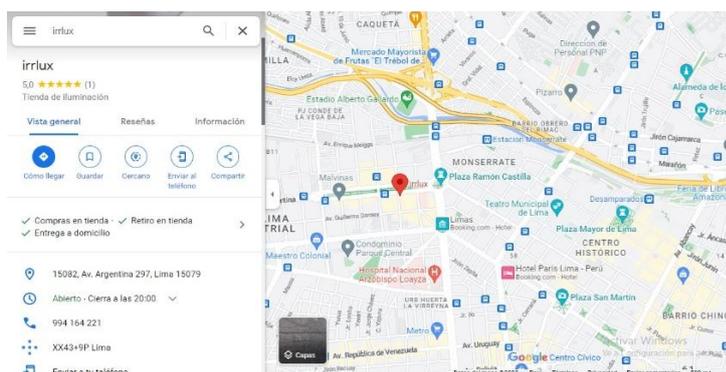
Nota. Logo de la empresa. Obtenido de (<https://www.facebook.com/irrlux.pe>).

1.2 Ubicación y actividad empresarial

La empresa Iluminaciones Rosario Roca SAC, identificado con RUC: 20550115591 se encuentra ubicado geográficamente en la avenida República de Argentina 297 en el distrito de Lima, departamento de Lima. Cuya actividad empresarial es la importación y comercialización de productos de iluminación led para exteriores. Asimismo, brinda el servicio de instalaciones de sus productos y red de cableados en proyectos como: Canchas deportivas, parques, jardines, centros comerciales, entre otros. Asimismo, se muestra en la figura 2, la ubicación geográfica de la empresa.

Figura 2

Ubicación geográfica de la empresa



Nota. Ubicación geográfica de la empresa, obtenido de (https://www.google.com/maps/place/irrlux/@-12.0469897,-77.042258,16z/data=!4m6!3m5!1s0x9105cf9560ba77c1:0xbfc66aed91c5d796!8m2!3d-12.0440348!4d-77.0456538!16s%2Ffg%2F11gjr_jkl2?entry=ttu).

En la empresa Iluminaciones Rosario Roca se desarrollan diferentes actividades que se hará mención:

- Gestión de inventario y adquisición de productos: Se considera fundamental controlar los pedidos y mantener existencias suficientes en nuestro almacén para satisfacer la demanda de los consumidores.
- Ventas y atención al cliente: Nuestro personal de ventas ha recibido formación para ofrecer a los clientes orientación experta y poder encontrar soluciones para cualquier incidente imprevisto.
- Gestión de proveedores: Para garantizar productos de alta calidad, es crucial trabajar estratégicamente para mantener relaciones estables y fructíferas con los proveedores.
- Investigación y desarrollo de productos: Siempre se está investigando y desarrollando nuevos productos para seguir siendo competitivos en el sector.

La empresa se ha distinguido a lo largo de estos años por su dedicación a la excelencia, que es evidente en todas las áreas de funcionamiento, incluidos los productos, el servicio al cliente y la responsabilidad social corporativa. Asimismo, en las figuras 3 y 4 se muestran algunos de los productos estrella de la empresa.

Figura 3

Productos estrella de la empresa.



Nota. Productos estrella de la empresa. Obtenido de (https://www.facebook.com/photo/?fbid=415673827324259&set=a.415673787324263&local e=es_LA)

Figura 4

Productos estrella de la empresa



Nota. Productos estrella de la empresa. Obtenido de (<https://www.facebook.com/photo/?fbid=9393646020706296&set=a.105653689505622>).

1.3 Misión, visión y valores de la empresa

Misión

Brindar al cliente un mejor producto con un mejor servicio, proporcionando bienes de mayor durabilidad y con una amplia gama de variedad de productos.

Visión

Ser líder en el mercado mediante la innovación, para el año 2025 estar dentro de los primeros 5 distribuidores a nivel del país, proporcionando a los clientes un producto de primera calidad.

Valores:

- Te servimos con calidad.
- Somos lo que fomentamos.
- Somos comprometidos.
- Somos innovadores.
- Somos puntuales.
- Luchamos hasta lograrlo.

1.4 Descripción del puesto desarrollado y su entorno.

Como representante administrativo de la empresa Iluminaciones Rosario Roca S.A.C durante este tiempo de trabajo tuve la oportunidad de liderar y organizar diferentes áreas de la empresa, gracias a los conocimientos adquiridos facilita el trabajo en cada área. Asimismo, tengo la oportunidad de capacitar al personal de manera constante para así lograr los objetivos trazados en un determinado tiempo.

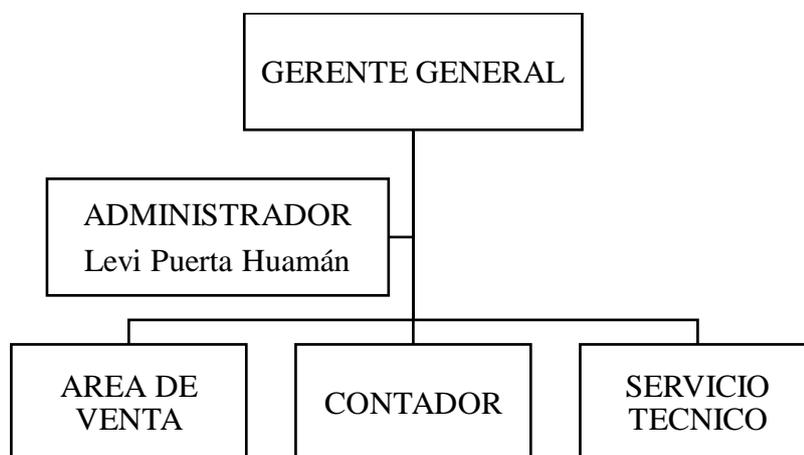
Gracias a mis conocimientos adquiridos durante el tiempo de mi preparatoria universitaria logro relacionarme con facilidad con distintos proveedores a nivel nacional e internacional, mediante estas responsabilidades tengo la oportunidad de aprendizaje continuo.

Por otro lado, mediante esta responsabilidad con la empresa tengo la oportunidad de trabajar con innovación constante. Asimismo, sugiero al gerente general la fabricación y adquisición de productos novedosos para la posible importación de ello, para así poder incrementar ventas que favorezca positivamente a la empresa.

Como toda empresa, para realizar sus actividades cuenta con personal capacitado para la empresa Iluminaciones Rosario Roca S.A.C. no es una excepción. Asimismo, la empresa cuenta con una estructura organizacional, donde inicia con un gerente general, seguido de un administrador, siguiendo con área de venta, contador y un personal de servicio técnico. Donde en la figura 5, se detalla el organigrama de la empresa.

Figura 5

Organigrama de la empresa



En el organigrama se logra visualizar que la empresa Iluminaciones Rosario Roca, no cuenta con el área de marketing. Por lo tanto, en esta situación es crucial que la empresa para lograr tener una posición sólida con su marca en el mercado, sume un personal capacitado para dicha área. A continuación, se detalla las labores encomendadas por cada área de la empresa:

Gerente general: En la gerencia general, liderado por el mismo dueño de la empresa donde demuestra constantemente sus habilidades blandas para poder hacer cumplir los objetivos seguidos de las metas que tiene la empresa.

Administrador: Fui designado para este cargo. Por lo tanto, tengo la oportunidad de dirigir la empresa gracias a los conocimientos adquiridos a través de mi formación universitaria, como personal designado colaboro con el personal de cada una de las áreas que aparecen en el organigrama. De hecho, mi dedicación a la empresa, en conjunto con los miembros del personal encargados de cada departamento, juntos se logra hacer cumplir los objetivos en un determinado tiempo previsto.

Contador: La empresa cuenta con un contador capacitado, con una amplia experiencia en contabilidad y finanzas, donde demuestra ser ordenado, organizado, con un amplio criterio y capacidad de resolución de problemas.

Área de ventas: La empresa cuenta con personal comprometido, motivado y en constante capacitación. Donde, al personal de ventas se entrega la mayor información de cada producto que se comercializa en tienda.

Servicio técnico: El personal del área de servicio técnico se encuentra capacitado y con experiencia en el conocimiento del producto, de esa manera pueda dar soluciones a posibles fallas de cualquier producto que tuviera el cliente. Por otro lado, capacitamos al personal de ventas en el servicio técnico para dar soluciones en caso de que el personal técnico no se encuentre presente para dar solución a un potencial problema que tuviera el cliente.

1.5 Problemática y objetivos trazados

La empresa Iluminaciones Rosario Roca tiene como principal problema el reconocimiento de su marca en el mercado, a pesar de que esta empresa cuenta con una marca empresarial bien

representable. Asimismo, su marca no ha sido capaz de obtener la notoriedad y preferencia que esperaban de los consumidores, a pesar de ser una empresa con productos y servicios de alta calidad.

Otro problema relacionado con el posicionamiento de la marca es la falta de una estrategia de marketing clara y efectiva. Por otro lado, la empresa carece de un enfoque sólido para promocionar sus productos y comunicar los valores de su marca. En efecto, esto puede resultar en un mensaje confuso o poco convincente para los consumidores, lo que dificulta su conexión emocional con la marca y su decisión de compra. Asimismo, la empresa tiene dificultades para adaptarse a los cambios en las preferencias y comportamientos de los consumidores.

En conclusión, considero que debería hacerse una reingeniería y analizar la competencia que ya está posicionada y reconocida a nivel nacional, después de esto hacer un análisis interno y analizar especialmente el área de marketing, para potenciar el reconocimiento de la marca en el mercado y hacer que esos clientes potenciales vean a la marca como un producto de deseo. Para ello, considero que es importante abordar estos factores en cada estrategia para su correcto posicionamiento de su marca. De tal manera, se podrá tener un amplio reconocimiento en el mercado. Así mismo, se propone objetivos claros y sólidos para la empresa. A continuación, se detalla esos objetivos:

Objetivo general

Propuesta de marketing digital para mejorar el posicionamiento de la marca en la empresa ILUMINACIONES ROSARIO ROCA, Lima 2023.

Objetivo específico

- Propuesta de un plan de marketing digital para mejorar el posicionamiento de la marca en la empresa ILUMINACIONES ROSARIO ROCA, Lima 2023.
- Diseñar estrategias de conocimiento y comprensión de marketing digital para mejorar el posicionamiento de la marca en la empresa ILUMINACIONES ROSARIO ROCA, Lima 2023.

CAPÍTULO II. Fundamento del tema elegido

2.1 Bases teóricas.

Como parte de la investigación, se tuvo en cuenta tres teorías para sustentar firmemente las variables que se tuvieron en cuenta como: El marketing digital y el posicionamiento de la marca. Estas teorías son: (i) teoría de sistemas, (ii) teoría de marketing mix y (iii) teoría de caos.

Teoría de sistemas: Representada por Bertalanffy (1968) quien afirma que, cualquier desarrollo de sistema debe tener un enfoque transparente e interdisciplinario, básicamente este sistema debe estar interrelacionados entre sí para poder aplicar en diversos medios y tener resultados de forma clara que beneficie a la empresa. Por esta razón, se utiliza la teoría de Bertalanffy para crear datos transparentes y comprensibles para la marca de la empresa Iluminaciones Rosario Roca. Puesto que, los numerosos estudios, incluida la población investigada, las variables que se van a medir, el diseño de la muestra y los métodos de análisis de datos, son factores importantes que hay que tener en cuenta.

Ackoff (1981) quien afirma que, es la capacidad de los componentes de un sistema de cooperar para producir un resultado combinado mayor que la suma de sus partes individuales, se conoce como sinergia. Por tanto, la sinergia se refiere a la interacción y cooperación de los componentes del sistema que produce un grado de rendimiento o eficiencia que sería imposible alcanzar por separado. Por esta razón, se utiliza la teoría de Ackoff para la empresa Iluminaciones Rosario Roca con la finalidad de trabajar de manera organizada y en conjunto.

Senge (1990) quien afirma que, se refiere a los métodos de interacción y reacción que existen entre los componentes del sistema. De forma similar, a través de la retroalimentación los datos viajan desde la salida del sistema hasta su entrada, lo que permite regular y ajustar el funcionamiento del sistema. Asimismo, cuando la retroalimentación refuerza o amplifica los cambios puede ser buena, cuando corrige o estabiliza los desequilibrios puede ser negativa. Por esta razón, se utiliza la teoría de Senge con la finalidad de tener claro los funcionamientos e interacciones de la empresa.

Teoría de Marketing mix. Representada por Kotler & Armstrong (2016) quienes afirman que, esta teoría es un método estratégico para identificar, organizar y gestionar los distintos elementos de marketing que componen la oferta de una empresa, se conoce como la teoría de la combinación de marketing. Así mismo, mencionan los cuatro elementos claves del marketing: Producto, precio, plaza y promoción. Donde, se logra que el consumidor conozca firmemente el producto, donde lo comprará, por elección propia y por el precio que el producto tenga. Es decir, que al utilizar bien estos 4 componentes de forma combinada se obtiene una buena estrategia que beneficiará positivamente en el posicionamiento de la marca de la empresa en el mercado. En efecto, aplicando esta teoría para la empresa Iluminaciones Rosario Roca ayudará desarrollar y ofrecer una propuesta de valor eficaz a sus clientes equilibrando y combinando diversos factores. Asimismo, ayudará a la empresa en el incremento de su posicionamiento de su marca en el mercado. A continuación, se detalla las 4 P del marketing relacionado con la empresa.

Producto: Representada por Kotler & Keller (2022) quienes afirman que, en el contexto del marketing es un producto real o intangible que puede satisfacer una necesidad o deseo del consumidor y se ofrece a un mercado para su compra, uso o consumo. Por ende, la empresa Iluminaciones Rosario Roca cuenta con múltiples productos, donde ofrece a sus clientes productos de calidad garantizada, con la única finalidad de cubrir las necesidades de sus clientes.

Precio: Representada por Simon & Kucher (2021) nos mencionan que, el precio de un producto se define como la cantidad de dinero o el valor que los clientes están dispuestos a pagar a cambio de obtener ese producto de su necesidad. De tal manera, la empresa Iluminaciones Rosario Roca busca ofrecer precios competitivos, asegurando que sus clientes reciban un buen producto a cambio de su dinero.

Promoción: Representada por Carrillo (2019) hace mención que, en la promoción de productos se utilizan estrategias de comunicación y persuasión para influir en las decisiones de compra de los consumidores. Asimismo, la empresa Iluminaciones Rosario Roca utilizará estrategias promocionales en sus redes sociales como: Facebook e Instagram con la finalidad de hacer conocer sus productos.

Plaza: Representado por Armstrong & Kotler (2021) quienes definen que, en el contexto del marketing se refiere a la estrategia de distribución y ubicación de un producto o servicio en el mercado. De tal manera, la empresa Iluminaciones Rosario Roca cuenta con un equipo de colaboradores altamente calificado para su distribución de sus productos. Asimismo, la empresa cuenta con una sucursal en el corazón de Lima, de esta manera permite aumentar su presencia en el mercado.

Como resultado, gracias a la aplicación de la teoría del marketing mix, la empresa pudo tener una comprensión más clara de su posición en el mercado y las estrategias que podrá utilizar a futuro para seguir mejorando su posicionamiento en el mercado.

Gronroos (2020) enfatiza la necesidad de ampliar la estrategia tradicional de marketing mix para incorporar elementos relacionados con la calidad del servicio, el compromiso del cliente y la gestión de la experiencia. Por esta razón, para la empresa Iluminaciones Rosario Roca se utiliza la teoría de Gronroos con la finalidad de trabajar con la interacción con el cliente y la personalización para lograr resultados exitosos que beneficien a la empresa.

Hollensen (2021) analiza la combinación de marketing en un contexto global, teniendo en cuenta las modificaciones que deben introducirse en los componentes de la combinación de (producto, precio, distribución y promoción) para tener éxito en los mercados. En efecto, para la empresa al utilizar la teoría de Hollensen ayudó a comprender las estrategias de marketing a utilizar para sus medios sociales.

Teoría del Caos: Representada por Gleick (2022) quien afirma que, cualquier cambio en el entorno genera un aporte de mejora positivo para la empresa. Así mismo, consiste en sistemas dinámicos muy sensibles para generar posibles cambios. En efecto, utilizando la teoría del caos para la empresa Iluminaciones Rosario Roca, podemos concluir que cualquier cambio realizado en el entorno se puede tener una mejora en el posicionamiento de su marca. Por lo tanto, esto generará un aporte de mejora para la empresa.

Mandelbrot (1982) quien afirma que, se debe solucionar en un mínimo tiempo posible cualquier descubrimiento de algunos sistemas complejos de la empresa. Por esta razón, para la empresa Iluminaciones Rosario Roca se utiliza la teoría de Mandelbrot con la finalidad de

mejorar posibles cambios estratégicos que necesite la empresa para lograr el incremento de su posición de su marca en el mercado.

Smith (2019) menciona que, ligeros cambios en la configuración inicial de un sistema pueden tener un efecto totalmente distinto a largo plazo. Asimismo, mencionó que incluso pequeños errores de medición o perturbaciones pueden tener un gran impacto en cómo evolucione el sistema en el futuro. Por esta razón, al utilizar la teoría de Smith para la empresa Iluminaciones Rosario Roca con pequeños cambios se pudo tener cambios distintos que ayudó en el posicionamiento de la marca en el mercado.

2.2 Marco conceptual.

En el presente informe, como parte de las definiciones conceptuales tenemos el aporte de la variable independiente denominada “Marketing Digital” y la variable dependiente denominada “Posicionamiento de la marca”.

Marketing digital: Referido a un conjunto de estrategias y tácticas de marketing que hacen uso de plataformas digitales a través de la tecnología con el objetivo de promover la marca. Así mismo, mejora las experiencias de los clientes en línea, optimizando los motores de búsqueda (SEO) desde la comunidad de su hogar o centro de trabajo sin tener que salir de su lugar de ubicación (Kumar & Reinartz, 2018).

Para la empresa Iluminaciones Rosario Roca se consideró fundamental adaptar el marketing digital para entregar contenido y experiencias personalizadas a los usuarios en tiempo real, basado en sus comportamientos, preferencias, características demográficas de los potenciales clientes. En efecto la empresa utilizando este medio y haciendo campañas publicitarias online logrará llegar a un público más amplio y de esa manera hará que la marca sea posicionada en el mercado y en la mente de sus clientes actuales y clientes potenciales.

Como mejorar el marketing digital: Según Brown & DeVault (2021) mencionan que, para el marketing digital se pueden implementar múltiples estrategias de mejora centrada en el cliente, en función a los objetivos que tenga la empresa. Por tanto, esto implica comprender sus necesidades, preferencias y comportamiento de los clientes. Asimismo, al priorizar la experiencia del usuario, la empresa iluminaciones Rosario Roca podrá generar relaciones más sólidas con cada cliente.

Ecommerce: Reconocido como el comercio electrónico, medio donde se intercambia productos a través de plataformas en línea, como sitios web, redes sociales y aplicaciones móviles. Asimismo, permitiendo que la empresa llegue a sus clientes en todo el mundo y lograr la comercialización sin las limitaciones geográficas y temporales de una tienda física (Schneider, 2021). Por otro lado, según el aporte de Visa (2023) nos menciona que, el Ecommerce o comercio electrónico consiste en la distribución, compra y venta de productos novedosos que la empresa ofrezca por medio de las plataformas de internet.

Seo: (Optimización de motores de búsqueda), referido a múltiples estrategias y técnicas para aumentar la visibilidad online, mejorando el posicionamiento y la visibilidad del sitio web. Así mismo, la función principal es generar conexiones de tráfico en las redes, como resultado se logra optimización y posición en motores de búsqueda en la página web de la empresa, con el objetivo de incrementar las conexiones con nuevos clientes y generar ventas en beneficio de la empresa (Growxco, 2023).

Con relación para la definición del posicionamiento de la marca, se tiene el aporte de Kotler (2016) quien afirma que, el posicionamiento de la marca se refiere a cómo los consumidores perciben una marca en particular en relación con otras marcas en el mercado. El objetivo es dar a la marca una imagen relevante y una personalidad única que la diferencie de la competencia.

Importancia del posicionamiento: Basados en las contribuciones de Kotler y Keller (2016) afirman que es crucial el posicionamiento para el éxito de una marca, ayuda en su diferenciación de sus rivales y a construir una conexión emocional y una identidad distintiva con su público objetivo. Un fuerte posicionamiento de marca puede ayudar a fidelizar a los clientes, impulsar una mayor demanda y establecer precios más altos para los productos o servicios de la marca. En efecto, la estrategia del posicionamiento es crucial para la empresa Iluminaciones Rosario Roca porque ayudará a la notoriedad de la marca en el mercado.

2.3 Antecedentes

Nacionales:

El objetivo de este estudio, según Montalvan & Vásquez (2022), fue recomendar el marketing digital para ayudar a que la marca de la empresa esté mejor posicionada y cree valor para los clientes. En realidad, los hallazgos indicaron que el nivel de posicionamiento de marca de la empresa es bajo, lo cual es consecuencia del uso inadecuado de su estrategia de marketing digital. Por último, puede decirse que, dado que se han descubierto tácticas de aplicación acertadas, este plan reforzará el posicionamiento de la marca.

Abad (2022) nos dice que, el objetivo general de la investigación fue la creación de una estrategia de marketing digital. Donde, se propone la creación de post publicitarios, informando sobre los productos ofertados y esas estrategias se hacen a través de las redes sociales, como también haciendo alianzas con otras empresas con relación al rubro para que ayuden a publicitar la marca. Por último, se concluye que trabajando con este plan estratégico del marketing digital mejora el posicionamiento de la marca, con la finalidad de mejorar las condiciones actuales de la empresa Iluminaciones Rosario Roca.

Internacionales:

García (2019) nos menciona que, el objetivo general de la presente tesis de investigación fue “proponer estrategias de marketing digital para fortalecer el posicionamiento de la marca”. En efecto, se percibió que la marca de la empresa no es muy conocida por ser nueva en el mercado. Como resultado, se implementa un conjunto adecuado de estrategias que ayudan a la marca a mejorar su posición. Como resultado, se recomienda dar mayor importancia para mejorar el posicionamiento de la marca. En efecto, se recomienda utilizar estrategias de marketing digital para ayudar a la marca que mejore su posicionamiento entre los consumidores del mercado local, nacional e internacional. Sin embargo, según la investigación se concluye que la marca aún no se encuentra posicionada en el mercado local. Por lo que, utilizar una propuesta de estrategias de marketing digital es necesario para fortalecer y estabilizar el posicionamiento de la marca en el mercado competitivo.

Chisag (2019) nos menciona que, el objetivo de este estudio fue desarrollar estrategias de marketing a través de plataformas de redes sociales que permitan mejorar el posicionamiento y comportamiento de los consumidores con respecto al servicio que oferta la empresa. Finalmente, concluyó que al poner en práctica estrategias de marketing en redes sociales de acuerdo con las demandas actuales del mercado, se le brinda al visitante la oportunidad de conocer más sobre la marca recibiendo información a través de contenido original.

2.4 Justificación de la metodología elegida (Práctica o Social)

Como parte de la propuesta de implementar un plan de marketing para mejorar el posicionamiento de la empresa Iluminaciones Rosario Roca S.A.C. Se proyectó para diciembre del año 2023 aumentar el posicionamiento de su marca a un 20% en todo Lima metropolitana. Así mismo, con esta propuesta se espera lograr lo siguiente:

- Alcance global: Mediante esta estrategia que incluye el marketing en redes sociales, la publicidad en línea y el uso de motores de búsqueda, podremos conectar con clientes potenciales de diversas partes. En efecto, para la empresa amplía su alcance y abre nuevas oportunidades de crecimiento.
- Mayor visibilidad en línea: La empresa reforzará su posicionamiento, se hará más visible para su público objetivo mediante la producción de contenidos de alta calidad y el uso activo de las redes sociales.
- Contacto y compromiso con el cliente: La empresa establecerá una conexión clara con los clientes a través de las redes sociales, blogs, como otras plataformas digitales, responderá a sus preguntas, comentarios de cada cliente, se creará relaciones duraderas basadas en la confianza y la lealtad.
- Segmentación precisa: Con la ayuda de las herramientas digitales, como empresa podremos dirigirnos a un público concreto en función de sus características demográficas, intereses y comportamientos en línea. En efecto, permitirá a nuestra empresa personalizar con éxito nuestros mensajes y hacerlos más pertinentes para nuestro público objetivo.
- Evaluación y análisis de resultados: En marketing digital existen diversas técnicas y métricas para evaluar, valorar el rendimiento de los métodos utilizados. Asimismo, permitirá evaluar la eficacia de nuestros esfuerzos, modificar nuestra estrategia para maximizar el retorno de la inversión (ROI) y cumplir los objetivos de posicionamiento de la marca.

Para maximizar sus beneficios, la estrategia de marketing digital planteado para la empresa Iluminaciones Rosario Roca debe adaptarse al objetivo principal que es el posicionamiento de la marca.

CAPÍTULO III: Aporte y desarrollo de la experiencia

3.1 Diagnóstico de la situación problemática

En el diagnóstico de la empresa se detalla los posibles problemas que viene atravesando la empresa, por lo cual no está teniendo un correcto reconocimiento de su marca en el mercado. Así mismo, en el diagnóstico como problema general se encuentra:

- La falta de reconocimiento de la marca en el mercado.

El problema general encontrado para la empresa Iluminaciones Rosario Roca es dividido en sub problemas que se detalla de la siguiente manera:

- P1. La marca no utiliza una estrategia de marketing clara y efectiva (45%).
- P2. Falta de visibilidad y promoción en línea (35%).
- P3. Competencias sólidas ya posicionadas en el mercado (20%).

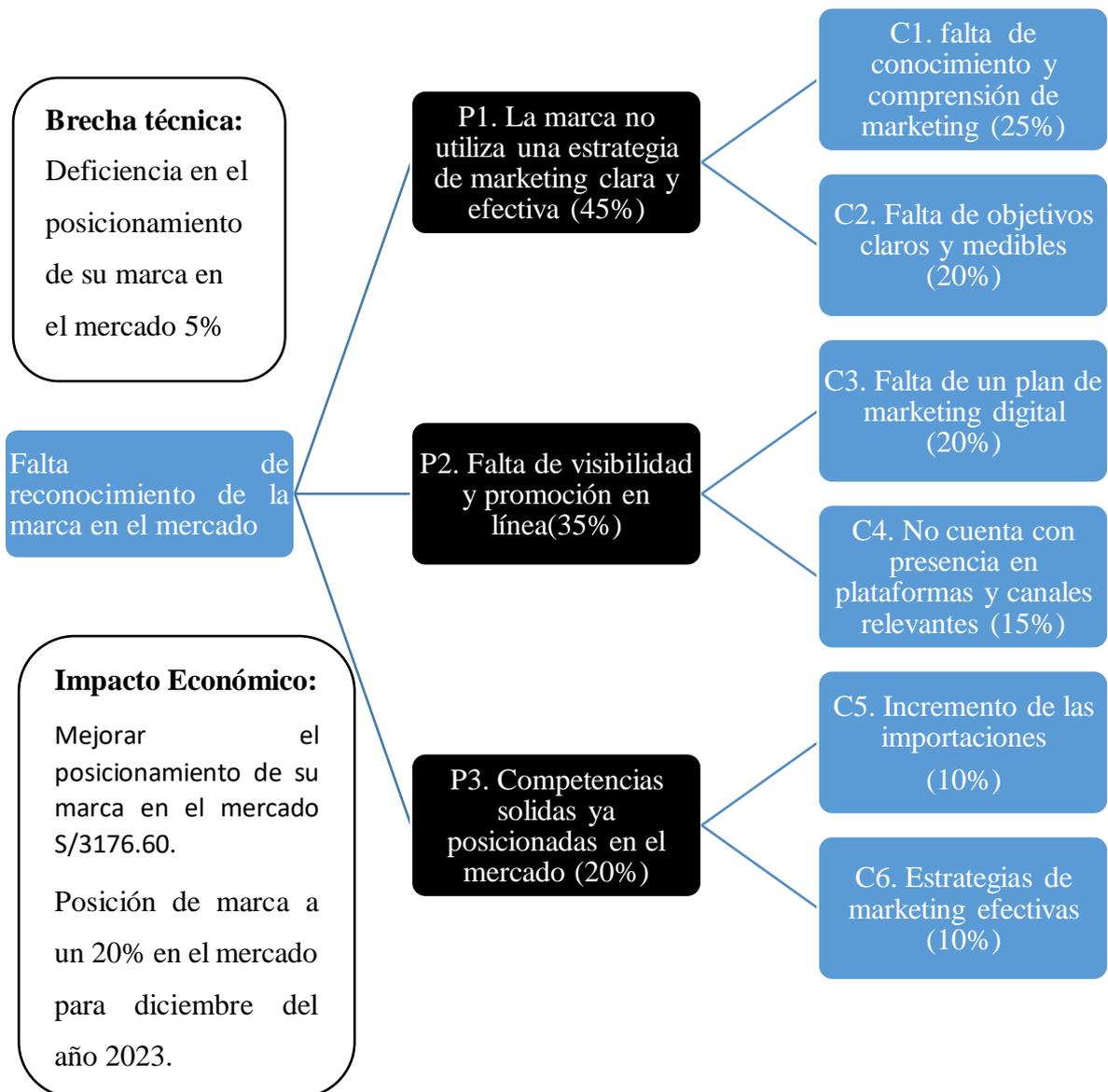
Luego de haber encontrado estos subproblemas para la empresa Iluminaciones Rosario Roca se dan posibles causas a estos subproblemas, se plantea de la siguiente manera:

- C1. falta de conocimiento y comprensión de marketing (25%).
- C2. Falta de objetivos claros y medibles (20%).
- C3. Falta de un plan de marketing digital. (20%).
- C4. No cuenta con presencia en plataformas y canales relevantes. (15%).
- C5. Incremento de las importaciones (10%).
- C6. Estrategias de marketing efectivas (10%).

Después de haber encontrado este problema y con sus posibles causas, se detalla en la figura 6 de manera ordenada el diagnóstico para la empresa Iluminaciones Rosario Roca. Con la finalidad de analizar las posibles dificultades que viene atravesando la empresa para lograr tener un reconocimiento de su marca en el mercado, también se analizará cuáles son las dificultades para llegar a sus potenciales clientes.

Figura 6

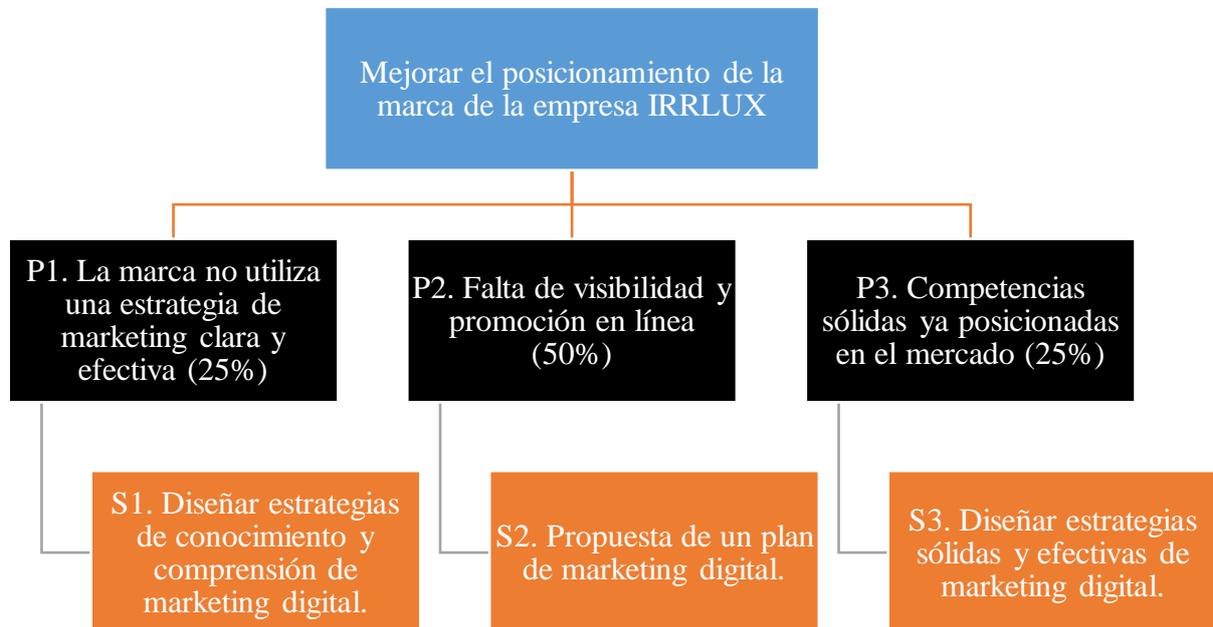
Diagnóstico técnico de la empresa.



Por otro lado, en la siguiente figura 7 se propondrá las posibles estrategias a utilizar para que la marca Irrlux tenga un claro plan para su fácil posicionamiento en el mercado del país, que es nuestro objetivo principal. En efecto, a través de estas estrategias se logrará ejecutar con facilidad el reconocimiento de la marca en el mercado.

Figura 7

Diagnóstico de estrategias



Empresa: ILUMINACIONES ROSARIO ROCA S.A.C.

Se afirma que la empresa no está llegando eficazmente a los clientes potenciales porque carece de estrategias de medios digitales claras y eficaces. En ese caso, se afirma que la empresa está fallando en el posicionamiento de la marca. Asimismo, la empresa ha estado comercializando productos de iluminación led para exteriores de manera presencial por la única razón de que no existen estrategias claras y eficaces de medios digitales.

Dentro de ello se identifica que el problema científico es el posicionamiento de la marca, dividido en sub problemas que son:

- La marca no utiliza una estrategia de marketing clara y efectiva.
- Falta de visibilidad y promoción en línea.
- Competencias sólidas ya posicionadas en el mercado.

Así mismo, se muestran sus soluciones encontradas para que la empresa potencialice el posicionamiento de la marca en el mercado. A continuación, se detalla esas estrategias o soluciones que ayudan a potencializar el posicionamiento en el mercado.

- Diseñar estrategias de conocimiento y comprensión de marketing digital.
- Propuesta de un plan de marketing digital.
- Diseñar estrategias sólidas y efectivas de marketing digital.

Con todo esto, de haber encontrado el problema y sus causas se propone la implementación de un plan de marketing digital, porque abre múltiples oportunidades en el mercado digital, resultando ser muy efectivos para presentar el producto en el mercado digital y sin tener que hacer inversiones económicas altas. En efecto, con mucha creatividad y planificación constante se logrará que la marca IRRLUX logre incrementar su reconocimiento a un 20% para el mes de diciembre del año 2023, logrando quedar dentro de las 5 primeras marcas reconocidas en el mercado nacional.

3.2 Desarrollo de la experiencia

En primer lugar, soy empleado de la empresa Iluminaciones Rosario Roca S.A.C. desde el mes de Julio del año 2017, año en que la empresa me dio la oportunidad de unirme al equipo y año en que comencé a trabajar allí como asistente de ventas, donde vender y abastecer el negocio era mi tarea principal. Asimismo, me encargaba de que la tienda estuviera en óptimas condiciones en general. En el año 2020, año donde la pandemia nos afectó económicamente a la gran mayoría de los trabajadores, en ese año tuve la oportunidad de iniciar a trabajar como asistente administrativo para la empresa.

En el año 2021 asumo el puesto de administrador de la empresa, año en que el gerente general me da esa confianza de poder cubrir el puesto. Actualmente en la empresa Iluminaciones Rosario Roca S.A.C soy responsable de administrar las operaciones de todas las áreas (ventas, logística, contabilidad, soporte técnico y RR-HH).

Mis obligaciones encomendadas del día a día son:

- a. Cuando llego a la empresa lo primero que hago es revisar los correos electrónicos de las posibles respuestas de proveedores o clientes, así mismo, con las respuestas necesarias.
- b. Planificación estratégica: Establezco horarios y plazos para hacer cumplir los objetivos de la empresa y en un determinado plazo. En efecto, se utilizan diferentes estrategias para que los objetivos se cumplan.

- c. Vigilar y supervisar las operaciones del día en diferentes áreas y asegurarme que el resultado de los trabajadores beneficie positivamente a la empresa.
- d. Realizar un buen seguimiento de las ventas del día anterior, manteniendo una buena comunicación con el cliente.
- e. Gestión de los recursos: Se verifica el informe de inventario para asegurar que el inventario sea preciso.
- f. Gestionar compra de mercadería. Así mismo, asegurando que el producto de iluminación para exteriores se reciba en perfectas condiciones, en caso de recibir productos dañados se reporta al proveedor.
- g. Organización y coordinación: Atender a clientes que solicitan servicio y agendar una visita técnica con el jefe encargado para brindar una solución a la problemática que pueda tener el cliente.
- h. Gestión del talento: Contratación, formación y gestión de empleados para la empresa, se evalúa el rendimiento y la toma de decisiones relativas como ascensos o despidos.

En la empresa Iluminaciones Rosario Roca S.A.C trabajamos juntos como equipo y nos apoyamos mutuamente para lograr nuestros objetivos. Es por eso, que el asistente de ventas y mi persona colaboramos para realizar un buen plan de trabajo. Cuando los productos son vendidos a través de medios digitales como: Correos, Instagram, Facebook o vía telefónica. Se considera mucho el tiempo de durabilidad para hacer la entrega del producto y analizamos los riesgos de traslado. Por último, se hace seguimiento del producto enviado, preguntamos vía telefónica al cliente en qué estado llegó su producto adquirido, de ser el caso que el producto sea dañado en el traslado hacemos responsable a la empresa que nos brinda su servicio, haciendo que nos solucione el daño en un tiempo máximo de 48 horas. De esta manera generamos confianza de nuestros clientes, donde muchos de nuestros clientes actuales recomiendan nuestros productos.

El objetivo es proporcionar un excelente servicio, satisfaciendo las necesidades y expectativas de nuestros clientes, de esta manera se logra el posicionamiento de la marca a un 20% en el mercado de Lima. En efecto, se logra que la empresa económicamente tenga unos resultados beneficiosos.

3.3 Modelado de la propuesta o solución

El principal problema que enfrenta la empresa Iluminaciones Rosario Roca S.A.C es su falta de posicionamiento en el mercado. Mi persona como administrador propongo a la gerencia que

se implemente el área de marketing, con la finalidad de poder ganar un adecuado posicionamiento en el mercado. Es por eso, mi persona plantea para la empresa como objetivo específico proponer un plan de marketing digital para mejorar el posicionamiento de la marca en la empresa Iluminaciones Rosario Roca, Lima 2023. De esta manera, se podrá seguir en la expansión y sentando las bases para que el flujo de clientes aumente gradualmente.

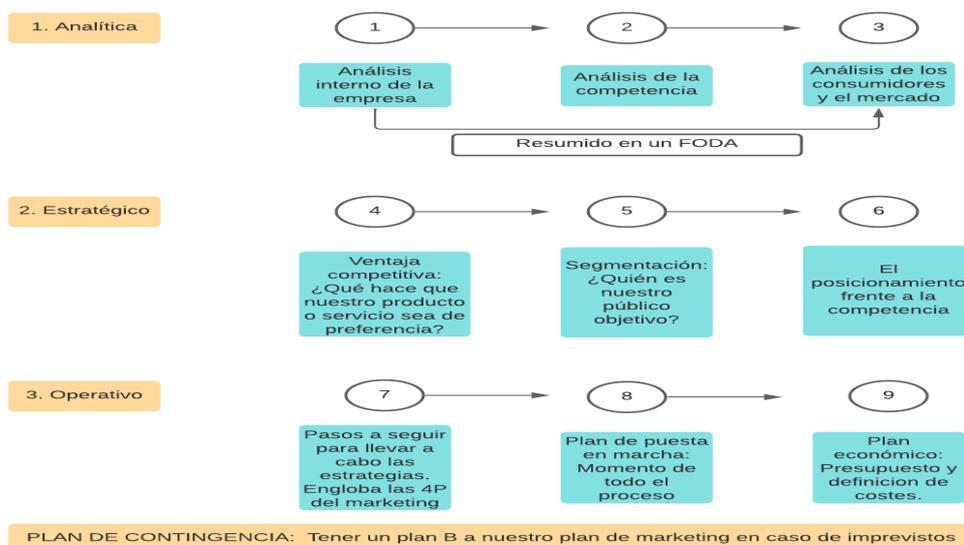
Dicho de otra manera, tener un plan de marketing para la empresa es crucial por tales razones:

- Para entender nuestra participación de mercado y obtener una comprensión más completa de nuestro sector.
- Para comprender mejor a nuestros rivales y lo que es más importante, los puntos débiles de su comprador o cliente objetivo.
- Para realizar evaluaciones periódicas, evaluar retornos de inversión y tomar decisiones de mejora.

Para llevar a cabo nuestro plan de marketing, en la figura 8 se plantea una estructura general, básicamente divididos en tres fases:

Figura 8

Modelo de la propuesta



Para llevar a cabo estas tres fases de nuestro plan de marketing es fundamental entender los pasos a seguir, dicho esto se detalla por pasos las estrategias de cada fase:

Parte analítica: En la parte analítica para la empresa Iluminaciones Rosario Roca S.A.C se analizará el estado de nuestra organización, nuestra misión e intención estratégica, nuestro público objetivo, nuestra capacidad productiva, capacidad de la estructura comercial, nuestra capacidad financiera, nuestro mercado, nuestra distribución del producto y todos nuestros elementos internos posibles. En efecto, para su desarrollo de estos puntos se analizará detalladamente todos los aspectos estructurales internos que puedan afectar el planteamiento del plan de negocio de la empresa.

Seguidamente se analizará a la competencia: Para la empresa Iluminaciones Rosario Roca S.A.C se considera el análisis de la competencia por tales motivos como: Para comprender su filosofía empresarial, estimar las ventas anuales y la cuota de mercado, observar cómo está organizada la empresa, para saber cómo se posicionan sus productos, para saber las estrategias que utiliza, los canales de distribución que utiliza, la organización de sus actividades comerciales, para saber quiénes son sus consumidores, cuál son sus objetivo, qué técnicas de marketing utiliza, las campañas de promoción e merchandising que emplea, sus niveles de campaña y fidelización que realiza, entre otros.

También se considera el análisis de los consumidores, con la finalidad de tener claro quiénes son nuestros clientes y analizarlos, saber su lugar demográfico, volumen global de compra y con qué frecuencia compra.

Dentro de esta estrategia también se considera realizar un estudio de mercado donde nuestro target abarque todo Lima Metropolitana, para personas de ambos sexos con edades desde los 20 hasta los 50 años de edad, con la finalidad de recopilar información valiosa y con el objetivo de inyectarnos a nuevos mercados, a través de este estudio conoceremos más a nuestros clientes potenciales, como por ejemplo las preferencias, los medios digitales por las que compra, con qué frecuencia compra, etc. Así mismo, se presenta nuestro análisis FODA donde permitirá reconocer las ventajas, oportunidades, peligros y puntos débiles de nuestro plan empresarial general.

Fortalezas:

- Posibilidad de abrir establecimientos en función de la demanda.
- Una variedad de productos.
- Documentos de fichas técnicos establecidos.

- Conocimiento del mercado.
- Infraestructura adecuada.
- Empleados calificados.

Oportunidades:

- Fácil acceso a las tecnologías de la información.
- Canales de gran alcance a través de las redes sociales.

Debilidades:

- Falta de dirección estratégica.
- Marca nueva en el sector.
- Manejo deficiente de las redes sociales y la publicidad digital.
- Pocas estrategias de venta para la empresa.

Amenazas:

- Altos niveles de competitividad.
- Una coyuntura económica difícil en el país.
- El uso de la tecnología de la comunicación por parte de los rivales.
- Cambios frecuentes en las políticas económicas y laborales.

Parte estratégico: Este plan estratégico nos ayudará a lograr el alineamiento antes de pensar en la ejecución de las acciones. Para nuestro posicionamiento esta estrategia nos ayudará a identificar o definir cuáles son nuestras ventajas diferenciadoras frente a nuestra competencia.

Para la empresa Iluminaciones Rosario Roca se considera que la calidad de servicio es nuestro diferenciador clave frente a la competencia. De esta manera lograremos que los clientes elijan hacer negocios con nosotros y no con la competencia. En efecto, esta estrategia ayudará a la empresa a ganar mayor participación en el mercado.

Para nuestro posicionamiento de la marca que es nuestro principal objetivo, para la empresa Iluminaciones Rosario Roca se considera mucho la segmentación, ya que nos ayudará a saber quién o quiénes serán nuestro público objetivo. Donde, ayudará a comprender las preferencias y características por grupos de clientes, de esa manera ofreceremos mensajes relevantes mediante canales de comunicación adecuados y brindar nuestros servicios personalizados a nuestros clientes. Esto mejora las tasas de respuesta y conversión, aumentando la eficacia de las iniciativas de marketing.

Segmentación de mercado objetivo:

- Género: Hombres y mujeres.
- Edad: Desde los 30 hasta los 50 años de edad.
- Nivel socioeconómico: Clase media y alta.
- Intereses: Clientes con intereses de iluminar sus propiedades o proyectos.
- Hábitos de compra: Busca bienes de alta calidad, aprecia la innovación, la tecnología, y está dispuesto a gastar dinero en productos de calidad garantizada.
- Ubicación: Ciudad de Lima Metropolitana.

En el posicionamiento frente a la competencia: Se analizará a nuestros competidores directos e indirectos de nuestro sector, por tales razones: Como por ejemplo para saber sus estrategias que emplean, sus precios, su calidad de servicio, que hacen ellos para que los clientes adquieran sus productos y no de nuestra empresa.

A continuación, se presenta un mapa comparativo sobre el posicionamiento de nuestras competencias. El objetivo principal de la creación de este mapa es determinar cómo se posiciona nuestra empresa en relación con su competencia.

La información es fundamental para diseñar estrategias competitivas, para aprender de las estrategias de nuestra competencia, para así obtener una posición de la marca en el mercado y encontrar nichos de mercado. Asimismo, en la figura 9 se detalla estas estrategias para saber de nuestras competencias y la calidad de sus productos que ofrecen.

Figura 9

Mapa de posicionamiento



Con relación a nuestra marca en el mapa de posicionamiento se visualiza que nos encontramos en el punto medio de las competencias. Así mismo, se puede visualizar que la empresa LP LED tiene una baja calidad, más un alto precio; para las marcas PHILIPS Y OPALUX se determinan como una de las marcas de alto precio y de alta calidad; para la marca OSRAM se logró determinar que cuenta con un bajo precio, pero con alta calidad; en el último cuadrante para la empresa SAMILUX se logra determinar que tiene un bajo precio en sus productos, pero de baja calidad. En efecto, para la empresa Iluminaciones Rosario Roca este cuadrante ayuda analizar nuestras competencias y poder tomar acciones coherentes para nuestro posicionamiento en el mercado.

Parte operativa: En la fase operativa se determina los pasos para llevar a cabo nuestras estrategias de marketing, es común comenzar a recurrir a las 4P de la mezcla de marketing (producto, precio, promoción y plaza).

Producto: En los medios digitales de la empresa Iluminaciones Rosario Roca se ofrecerá información adicional muy aparte de las fichas técnicas de cada producto, donde nos referimos a los beneficios de nuestros productos, el tiempo de vida de nuestros productos, como dar una solución a un producto con fallas técnicas. Se contará con un respaldo de repuestos adicionales en caso de fallas de fábrica por cada producto, de esta manera se logrará tener un cliente satisfecho y leal a nuestra marca.

Precio: Para la empresa Iluminaciones Rosario Roca se utilizará estrategias para utilizar establecimientos de precios bajos para algunos de nuestros productos, esto se realizará en las redes sociales como Facebook e Instagram ya que en estos tiempos estos medios son las más utilizadas por las personas para buscar algún producto de su interés. El bajo precio de algunos de nuestros productos dependerá mucho del ciclo de vida que este producto pudiera tener, de esta manera la empresa no se verá afectada en niveles de bajos precios por sus productos.

Promoción: En la empresa Iluminaciones Rosario Roca las herramientas promociones se consideran importantes, esta estrategia ayudará a llegar a un público más amplio y se logrará generar un posible interés en nuestras ofertas. Para lograr que nuestras promociones sean efectivas se tendrá en cuenta lo siguiente: La creación de contenido visual atractivo y de alta calidad, Para fomentar la participación de los usuarios y despertar el interés por nuestros

productos se organizará sorteos en nuestras redes sociales; se brindará ofertas o descuentos especiales a nuestros seguidores en nuestras redes sociales.

Para esta estrategia también se considera trabajar con influencers reconocidos en nuestra industria, esto ayudará a llegar a un amplio mercado y para contratar un influyente se tendrá en cuenta las siguientes características:

- Pertenecer geográficamente a Lima metropolitana.
- Estar dentro de una edad de 20 hasta los 40 años de edad.
- Que el influyente tenga un alcance mínimo de 10 000 seguidores.

Una vez selecto al influyente se le pedirá que hable de nuestro producto mediante un video durante un tiempo de 60 segundos mencionando los beneficios de nuestra marca, la calidad de nuestros productos, el tiempo de vida del producto. Asimismo, se le pedirá hacer público en sus redes sociales de Facebook e Instagram dos veces por mes, la primera campaña será el primer día de cada mes y la segunda campaña se realizará cada quince días de cada mes. El tiempo de contratación del influyente dependerá mucho del alcance y las interacciones que pudiera tener por sus seguidores, en caso de que el influyente no cubra nuestras expectativas se optará por un nuevo influyente. En efecto, esta estrategia para la empresa Iluminaciones Rosario Roca ayudará a llegar a un público más amplio y aumentar en el reconocimiento de su marca en el mercado.

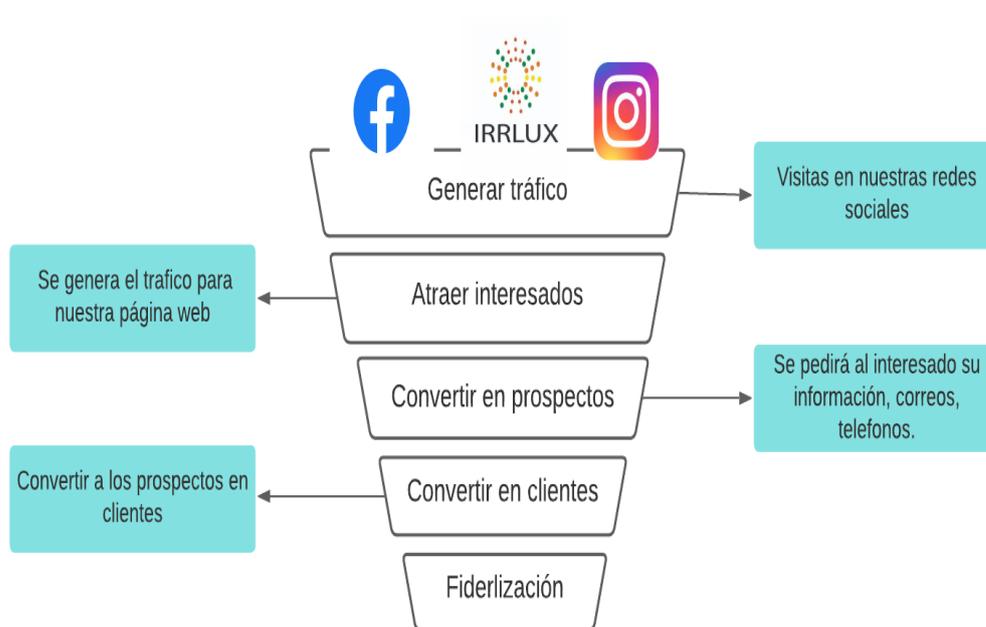
Plaza: Para la empresa Iluminaciones Rosario Roca nuestra principal plaza es nuestras redes sociales de Facebook y Instagram, se considera mucho estos medios porque hoy en día los clientes buscan algún producto de su interés por estos medios de manera rápida y efectiva. Asimismo, para la empresa se considera realizar pruebas con diferentes tipos de contenidos y mensajes en nuestras redes sociales, seguidamente se evaluará qué tipo de contenido genera más interacción con nuestra audiencia. Por otro lado, también se considera evaluar qué publicaciones tienen mayores comentarios, compartidos y me gusta. Asimismo, esto ayudará a analizar el tipo de público que está más interesado en nuestro producto. En efecto, una vez identificado nuestro público a ellos se crearán las promociones de los productos con la finalidad de incentivar la compra del producto y lograr tener una fidelización con la empresa.

En la figura 10 se muestra nuestro plan de puesta en marcha: Para nuestro plan de puesta en marcha las redes sociales como Facebook e Instagram son los medios donde conoceremos

nuestro cliente potencial. En efecto, en estos medios se utilizarán las estrategias de generar tráfico con el objetivo de poder identificar a nuestros clientes. Esta estrategia se desarrollará a través de un embudo de ventas:

Figura 10

Embudo de ventas



Primera fase: Para la generación del tráfico que es la primera fase de nuestro embudo de venta se crearán contenidos relevantes, de alta definición y con conceptos relevantes. Con el objetivo de generar interés en nuestro público.

Segunda fase: En esta fase se desarrollan estrategias para generar tráfico a nuestra página web. Donde, el cliente encontrará información valiosa del producto de su interés.

Tercera fase: Después de atraer las visitas a nuestro sitio web el siguiente paso es que ese cliente con interés por nuestro producto solicite una cotización del producto de su interés, como mínimo brindándonos su información de contacto para poder atender su posible cotización de su interés.

Cuarta fase: En esta fase, nuestro objetivo es convertir estos prospectos en clientes. Donde, se utilizan diferentes estrategias para que estos clientes se vuelvan embajadores de nuestra marca.

Quinta fase: En esta fase el principal objetivo es mantener a nuestro cliente fidelizado con la marca, se utilizará diferentes estrategias para que los clientes fidelizados se conviertan

en embajadores de la marca: Ejemplo, la calidad de servicio es primordial, se ofrecerá descuentos, promociones, garantías de nuestros productos.

En el siguiente proceso para nuestro plan de marketing en la figura 11 se tendrá en cuenta el siguiente prototipo de actividad para realizar acciones concretas y en el tiempo establecido.

Figura 11

Cronograma de actividad.

		CRONOGRAMA DEL PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA ILUMINACIONES ROSARIO ROCA - AÑO 2023											
		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
REDES SOCIALES	Publicación en Facebook	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Publicación en Instagram	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
EMAIL MARKETING	Revisión de Base de datos	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Envío de correos	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
WEB	optimización del SEO	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Google Ads	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Mantenimiento web							■					■

Nuestro cronograma de actividad para la empresa Iluminaciones Rosario Roca se detalla de la siguiente manera:

La publicidad en nuestras redes sociales Facebook y Instagram se realizará de manera mensual hasta finalizar el año 2023, se considera realizar campañas publicitarias dentro de Lima metropolitana y se considera realizar tres tipos de campaña: (i) campaña por reconocimiento; (ii) campaña por consideración; (iii) campaña por interacciones.

Campaña por reconocimiento: En esta campaña diario se invertirá \$ 2.00. En efecto, esta campaña ayudará solo el reconocimiento de nuestra marca en Lima metropolitana.

Campaña por consideración: En esta campaña se presupuesta la inversión diaria de \$2.00. Esta campaña se realizará en toda Lima metropolitana. En efecto este tipo de campaña ayudará a la empresa Iluminaciones Rosario Roca la generación de tráfico en sus redes sociales que es nuestro principal objetivo para la empresa.

Campaña por interacciones: Para este tipo de campaña también se considera un presupuesto de inversión de \$2.00 diarios, esta campaña se realizará en toda Lima metropolitana. En efecto este tipo de campaña ayudará a la empresa Iluminaciones Rosario Roca tener una mayor interacción con potenciales clientes, ideal para Messenger, Instagram y WhatsApp.

El presupuesto designado mensual que utiliza estos tres tipos de campañas publicitarias es la suma de \$180.00 mensual con un tipo de cambio de S/. 3.62 convertido en soles S/651.60. En efecto, para la empresa Iluminaciones Rosario Roca al invertir \$2.00 diarios en publicidad se proyecta obtener un alcance diario de 5 000 personas. Así mismo, en las tablas 1 y 2 se muestran los cronogramas diarios para nuestras redes sociales.

Tabla 1

Cronograma de actividad diario para Facebook.

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Contenido informativo	Contenido de ventas	Contenido emocional	Contenido informativo	Contenido de ventas	Contenido emocional	Contenido de ventas

Para la empresa Iluminaciones Rosario Roca se ha elaborado una programación semanal para su red social Facebook con la finalidad de hacer conocer la marca de la empresa. Se publicarán contenidos informativos dos veces por semana; contenidos de venta tres veces por semana con publicaciones del producto, promociones y sorteos, con el fin de fomentar la interacción entre los seguidores; y contenidos emocionales dos veces por semana, donde se utilizarán técnicas de storytelling. Así mismo, las actividades que se plantearán antes de ejecutar estas estrategias son:

- Definir el contenido.
- Información general del producto, tomar imágenes de apoyo.
- Subir y programar el post.

Tabla 2

Cronograma de actividad diario para Instagram

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Contenido informativo	2 Reels	Contenido de ventas	2 Reels	Contenido informativo	2 Reels	Contenido de ventas

Así mismo, para la empresa Iluminaciones Rosario Roca se ha elaborado una programación semanal para su red social de Instagram con la finalidad de generar más seguidores y fidelización de clientes. Donde, se publicará dos veces por semana el contenido informativo brindando al cliente la información clara de nuestro producto; los reels se publicará seis veces por semana lo que nos da un alcance de llegar a un público amplio y los contenidos de ventas serán publicados dos veces por semana, con la finalidad de aprovechar las interacciones con los clientes potenciales como actuales y en muchos casos llegar a cerrar ventas. Así mismo, las actividades que se plantea antes de ejecutar estas estrategias son:

- Definir el contenido.
- Realizar el guion del video.
- Elegir la música.
- Grabar el video.
- Colocar la descripción.
- Colocar los hashtags.
- Colocar la portada del video.
- Publicar el video.

Email marketing: Se enviarán contenidos de información valiosa una vez por semana, se envían a las personas con registro en nuestra base de datos con la finalidad de mantenerlos

interesados por la marca, se ofrecerá descuentos especiales solo para ellos. Así mismo, en la tabla 3 se muestra el cronograma de actividad semanal para la empresa Iluminaciones Rosario Roca.

Tabla 3

Cronograma de actividad

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Contenido de información relevante y promociones.						

Web: En esta actividad encontramos tres puntos fundamentales a desarrollarse, (i) optimización del SEO; (ii) Google ADS; (iii) mantenimiento web.

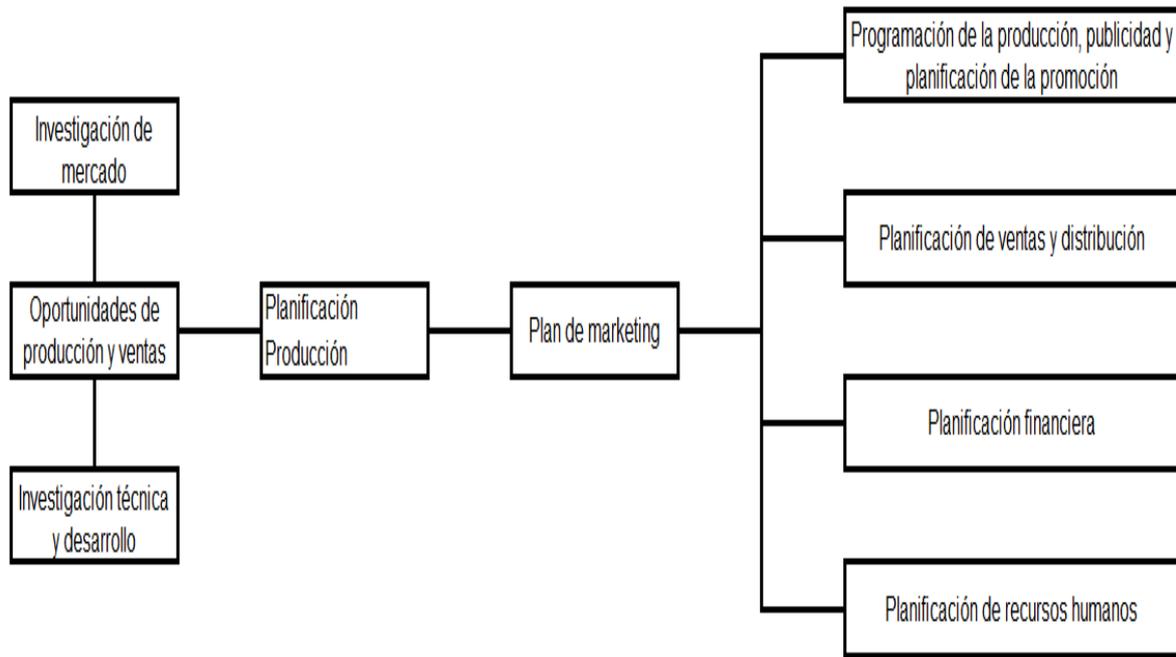
Optimización del SEO: Se hará un seguimiento de nuestros resultados del trabajo realizado, y se realizará una vez por mes.

Google ADS: Este medio permitirá a la empresa Iluminaciones Rosario Roca producir anuncios en línea eficaces y específicos con la finalidad de hacer público sus productos en la plataforma de búsqueda de Google. Así mismo, conectar con los consumidores cuando estén más interesados en los bienes y servicios que se ofrece.

Mantenimiento de la web: Para la empresa Iluminaciones Rosario Roca se evalúa realizar el mantenimiento web una vez por cada año con la finalidad de poder mantener actualizado nuestra web. Asimismo, con la finalidad de impedir que nuestro sitio web se deteriore con el tiempo, esta estrategia nos permitirá conservar nuestra información de manera transparente. Así mismo, para la empresa Iluminaciones Rosario Roca en la figura 12 se presenta el plan de marketing.

figura 12

Plan de marketing para la empresa



En la oportunidad de producción y ventas: El crecimiento de los ingresos fue posible gracias al aumento de la producción y las ventas de la empresa. Además, la empresa mejoró las ventas y ganó más dinero al llegar a un público objetivo más amplio. En general, la empresa Iluminaciones Rosario Roca pudo crecer, expandirse, aumentar su competitividad, optimizar recursos, comprender mejor a sus clientes y adaptarse a los cambios del mercado gracias a las perspectivas de producción y venta. Por lo tanto, el éxito a largo plazo de la empresa está muy influido por estas ventajas.

Investigación de mercado: Para la empresa Iluminaciones Rosario Roca la investigación de nuevos mercados se considera importante por diferentes razones:

- Permite conocer a detalle el nuevo público objetivo.
- Identificación de oportunidades.
- Toma de decisiones estratégicas.

Investigación técnica y desarrollo: Para la empresa Iluminaciones Rosario Roca la investigación y el desarrollo técnicos son cruciales porque fomentan la innovación, la mejora continua, la adaptación al cambio, el ahorro de costes y la protección de la propiedad intelectual. Como resultado, estas ventajas ayudan a la empresa a aumentar su competitividad, crear ventajas competitivas diferenciadas y garantizar su éxito a largo plazo en el mercado.

Planificación y producción: La planificación y la producción son cruciales para la empresa Iluminaciones Rosario Roca porque permiten una gestión eficaz de los recursos, el cumplimiento de metas y objetivos, el control de calidad, la reducción de costes y tiempos de producción, la adaptación al cambio y la coordinación interna. Como resultado, estos factores favorecen el éxito de la empresa y su expansión en el mercado a largo plazo.

Plan de marketing: Para la empresa Iluminaciones Rosario Roca se consideró tener un plan de marketing por tales razones:

- **Orientación estratégica:** Permitted a la empresa establecer objetivos claros, metas precisas, determinar el público destinatario, crear planes y técnicas para llegar eficazmente al público.
- **Enfoque y priorización:** Permitted a la empresa decidir qué estrategias y tácticas tendrían más éxito para alcanzar los objetivos deseados. Asimismo, permitió asignar los recursos adecuados en función de esas prioridades.
- **Conocimiento del mercado:** para la empresa Iluminaciones Rosario Roca la investigación y el análisis en profundidad del mercado forman parte del plan de marketing. Donde, revelan detalles importantes sobre las demandas, los deseos y los comportamientos de los consumidores, así como sobre la competencia y las tendencias del mercado.
- **Coherencia de marca:** Para la empresa, mantener la identidad de marca en todas las iniciativas de marketing mejoró la percepción de la marca por parte de los consumidores y sentó las bases para unas relaciones duraderas con los clientes.

El plan de marketing para la empresa Iluminaciones Rosario Roca se centra en cuatro puntos cruciales.

- **Programación de la producción, publicidad y planificación de la promoción:** Los beneficios de la programación de la producción, la publicidad y la planificación de la promoción incluyen la mejora de la eficiencia de la producción, la ampliación de la exposición y la audiencia, el desarrollo de la demanda, una imagen de marca más fuerte, la evaluación del rendimiento y el

seguimiento y la elaboración de informes. Por tanto, para la empresa Iluminaciones Rosario Roca estas ventajas pueden contribuir al desarrollo y el éxito a largo plazo.

- **Planificación de ventas y distribución:** Por medio de la planificación comercial la empresa Iluminaciones Rosario Roca obtuvo ventajas de mejora en la gestión de inventarios, la optimización de la cadena de suministro, la entrega puntual, la reducción de los costes de distribución, el aumento de la satisfacción del cliente y la capacidad de ajustarse a los cambios de la demanda. Por tanto, estas ventajas contribuyen al éxito financiero y operativo de la empresa.
- **Planificación financiera:** Mediante la planificación financiera se obtuvo numerosas ventajas, entre ellas: Estabilidad en la situación financiera, capacidad para tomar decisiones con conocimiento de causa, control y gestión de costes, acceso a la financiación, maximización de la rentabilidad y cumplimiento de la normativa y la fiscalidad. Por lo tanto, estas ventajas contribuyen a una buena gestión financiera y a la rentabilidad de la empresa a largo plazo.
- **Planificación de recursos humanos:** Para la empresa Iluminaciones Rosario Roca, mediante la planificación de los recursos humanos se obtuvo múltiples ventajas, entre ellas: Retención y satisfacción de los empleados, alineación del talento con los objetivos empresarial, optimización de la fuerza laboral, aumento de la productividad y la reducción de costos. En consecuencia, estas ventajas contribuyen al rendimiento de la empresa y a su expansión a largo plazo.

Asimismo, para la empresa Iluminaciones Rosario Roca en la tabla 4 se muestra el presupuesto general al implementar estas estrategias de implementación de un plan de marketing para el posicionamiento de su marca en el mercado de Lima Metropolitana.

Tabla 4

Presupuesto de pago mensual

Cronograma presupuestal mensual para la empresa Iluminaciones Rosario Roca año 2023.	
Publicidad en redes sociales	S/. 651.60
Empresa de marketing	S/. 900.00
Influenciador	S/. 600.00
Community Manager	S/. 1 025.00
TOTAL	S/. 3 176.60

3.4 Resultados

Para la empresa Iluminaciones Rosario Roca S.A.C. La propuesta de un plan de marketing para lograr aumentar el posicionamiento de su marca en toda Lima metropolitana, los resultados que se obtuvo con este plan son:

- **Incremento de visibilidad de la marca:** Mediante este plan de marketing se logra llegar a un público más amplio, esto ayuda a tener más seguidores en nuestras redes sociales.
- **Incremento del tráfico en la web:** El logro que se genera es un mayor tráfico hacia el sitio web.
- **Generación de leads y conversiones:** El logro, se captó personas con intereses por los productos. En efecto, se incrementan los clientes seguidos de ventas.
- **Incremento de interacción con los clientes:** El resultado que se tuvo al utilizar el marketing en las redes sociales y el correo electrónico es el incremento de interacciones con clientes potenciales. En efecto, los colaboradores de la empresa demuestran un compromiso y una calidad de servicio para que estas interacciones tengan resultados de ventas.
- **Análisis de los resultados:** Se logró analizar el rendimiento de las campañas, permitiendo tomar decisiones informadas y realizar ajustes estratégicos.

Conclusiones

1. Se propuso marketing digital para mejorar el posicionamiento de la marca en la empresa Iluminaciones Rosario Roca, Lima 2023. Por tanto, utilizando las estrategias de marketing, podemos concluir que permitirá a la empresa mejorar un 20% en el posicionamiento de su marca en el mercado de Lima metropolitana al finalizar el año 2023.
2. Se propuso un plan de marketing digital para mejorar el posicionamiento de la marca en la empresa Iluminaciones Rosario Roca, Lima 2023. Asimismo, Facebook, Instagram, correos y WhatsApp, estos medios sociales cumplirá un rol importante para que nuestro plan se desarrolle de la mejor manera. Por tanto, mediante estas plataformas se aplican diferentes estrategias, en los dos primeros medios de las redes sociales se logra generar campañas publicitarias de nuestro producto, donde se logra la generación de tráfico para nuestro sitio web, es ahí donde el cliente encuentra nuestros productos y logrando tener una información clara del producto de su interés. En el medio de correos y WhatsApp aprovechamos las conexiones telefónicas con clientes o interesados, con finalidad de hacer llegar nuestra información del producto de interés que pueda tener. En efecto, las respuestas a sus consultas son de manera inmediata, logrando en muchos casos cerrar ventas. En efecto, en los primeros medios que es la red social de Facebook y Instagram se publicita nuestros productos de manera diaria, generando una inversión total de S/ 651.60 mensuales, esta estrategia nos ayudó a tener una posición del 10% en el mercado. En los dos segundos medios que son los correos y WhatsApp ayudó a tener interacciones con nuestros clientes potenciales de manera personalizada y en muchos casos se logra la fidelización de los clientes. En efecto esto ayuda a la empresa el incremento de su posicionamiento de su marca otros 10% en el mercado. Esto hace que nuestro producto se convierta en un objeto de deseo para nuestros clientes.
3. Se diseñaron estrategias de conocimiento y comprensión de marketing digital para mejorar el posicionamiento de la marca en la empresa Iluminaciones Rosario Roca, Lima 2023. Que permitirá a la empresa aumentar el reconocimiento de su marca, establecer su autoridad, generar tráfico calificado, mejorar su compromiso con el público y diferenciarse de la competencia. De esta manera, estas estrategias ayudan a la empresa a alcanzar sus objetivos de marketing y a construir una base sólida de clientes leales.

En conclusión, el posicionamiento de la empresa Iluminaciones Rosario Roca S.A.C en el mercado es crucial para su éxito y supervivencia a largo plazo.

Recomendaciones

1. Se recomienda que la empresa analice al consumidor, conozca sus preferencias e investigue sobre el mercado objetivo para comprender las preferencias del cliente antes de decidirse a lanzar una campaña publicitaria. Tome la decisión adecuada para crear la campaña de marketing basándose en estos datos. A partir de estos resultados, tomar una decisión adecuada para desarrollar una estrategia que ayude a alcanzar los objetivos.

2. Se recomienda a la gerencia de la empresa Iluminaciones Rosario Roca que implemente como segunda fase, una herramienta que facilite en la gestión de nuestras redes sociales. Así mismo, que ayuden a tener una buena administración de los mensajes de nuestras redes sociales. Se detalla a continuación esta herramienta: Business Suite, esta herramienta ayudará a tener una buena gestión de las interacciones que se pudiera tener con el cliente.

3. Así mismo, se recomienda asegurarse que los mensajes de marketing sean claros y persuasivos; destacando los beneficios y ventajas que la marca ofrece al cliente; que comunique de manera efectiva a través de los canales de su conveniencia.

Referencias bibliográficas

- Abad , L. (2022). *Marketing digital para mejorar el posicionamiento de la empresa Academias Elite Lambayeque SAC*. Universidad Cesar Vallejo.
- Ackoff , R. (1981). *Creando el futuro corporativo: Planificar o ser planificado*. doi:Wiley
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2021). *Marketing*. pearson.
- Bertalanffy , L. (1968). *Teoría general de sistemas*. Jorge Brasiller.
- Brown, K., & DeVault, D. (2021). *Cómo crear una estrategia ganadora de marketing, ventas y éxito del cliente*. Wiley.
- Carrillo, N. M. (2019). *Geolocalización y promoción de productos industriales. Caso: Comercializadora P.S. [tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Ecuador]*. Repositorio institucional, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/20389>
- Chaffey, D., & Smith, P. (2017). *Digital marketing excellence: Planning, optimizing and integrating online marketing*. Routledge.
- Chisag , F. (2019). *Estrategias de marketing digital para mejorar el posicionamiento del Parque Acuático Morete de la ciudad del Puyo*. Puyo: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
- García, M. (2019). *Propuesta de estrategias de marketing digital para mejorar el posicionamiento de la marca Romero Coffe, San Ignacio – 2016*. San Ignacio: Universidad Señor de Sipan.
- Gleick, J. (2022). *Caos*. Rizzoli.
- Gronroos, c. (2020). *En busca de la teoría del marketing de servicios: Perspectivas teóricas y empíricas*. Routledge.
- Growxco. (03 de mayo de 2023). <https://blog.growxco.com>. Obtenido de <https://blog.growxco.com>: <https://blog.growxco.com/articulos/seo-en-marketing-digital>
- Hollensen, S. (2021). *Marketing global: un enfoque orientado a la decisión*. Pearson.
- Kotler, P. (2016). *Marketing management*. Pearson Education Limited.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principios de Marketing*. Pearson.
- Kumar, V., & Reinartz, W. (2018). *Customer relationship management: Concept, strategy, and tools*. Springer.
- Mandelbrot, B. (1982). *The fractal geometry of nature*. Freeman and Company.
- Montalván, S., & Vasquez, C. (2022). *Estrategias de marketing digital para mejorar el posicionamiento de la marca Cellhouse Importaciones, Chiclayo 2022*. Chiclayo: Universidad Cesar Vallejo.
- Schneider, G. (2021). *Comercio electrónico*. Aprendizaje Cengage.
- Senge, P. (1990). *La quinta disciplina: El arte y la práctica de la organización inteligente*. Doble día.
- Simon, H., & Kucher, E. (2021). *Transformación de precios: estrategias de precios para la economía digital* (15 ed.). Routledge.
- Smith, L. (2019). *Chaos: A Very Short Introduction*. Oxford University Press.
- Strogatz, S. (2014). *La ciencia emergente del orden espontáneo*. Libros Hachette.
- Visa. (05 de mayo de 2023). <https://www.visa.com.pe>. Obtenido de <https://www.visa.com.pe:https://www.visa.com.pe/dirija-su-negocio/pequenas-medianas-empresas/notas-y-recursos/tecnologia/que-es-ecommerce-o-comercio-electronico.html#:~:text=El%20e%2Dcommerce%20o%20comercio,servicios%20a%20trav%C3%A9s%20de%20Internet>.

Anexos

Anexo 1 – Reporte de turnitin.

Reporte de similitud	
NOMBRE DEL TRABAJO	AUTOR
ISP_PUERTA HUAMAN, Levi.docx	ISP_PUERTA HUAMAN, Levi.docx ISP_P UERTA HUAMAN, Levi.docx
RECUENTO DE PALABRAS	RECUENTO DE CARACTERES
11425 Words	63231 Characters
RECUENTO DE PÁGINAS	TAMAÑO DEL ARCHIVO
63 Pages	1.5MB
FECHA DE ENTREGA	FECHA DEL INFORME
Jul 24, 2023 9:52 AM GMT-5	Jul 24, 2023 9:53 AM GMT-5
● 8% de similitud general	
El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base d	
<ul style="list-style-type: none">• 6% Base de datos de Internet• Base de datos de Crossref• 3% Base de datos de trabajos entregados	<ul style="list-style-type: none">• 0% Base de datos de publicaciones• Base de datos de contenido publicado de Crossr
● Excluir del Reporte de Similitud	
<ul style="list-style-type: none">• Material bibliográfico• Material citado	<ul style="list-style-type: none">• Material citado• Coincidencia baja (menos de 10 palabras)

Anexo 2 – Carta de autorización.



CARTA DE AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACIÓN DE LA EMPRESA PARA OBTENCIÓN DE GRADO DE TÍTULO PROFESIONAL

Yo, Yoni Rosario Salazar, identificado con DNI N° 28978465 en mi calidad de gerente general y dueño de la empresa Iluminaciones Rosario Roca S.A.C empresa identificado con R.U.C - N° 20550115591, ubicado en la Av. Argentina 297, Lima.

OTORGO LA AUTORIZACIÓN A:

Puerta Huamán, Levi identificado con DNI N° 72777770 egresado/bachiller de la carrera de administración y dirección de empresas para que utilice la siguiente información de la empresa:

- Autorizo mencionar el nombre/logo de la empresa.
- Razón social de la empresa.
- Objetivos de la empresa.
- Principales actividades de la empresa.
- Organigrama de la empresa.
- Situación actual de la empresa.

Con la finalidad de que pueda desarrollar su Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el grado del título profesional. **Esta carta de autorización es de carácter académico mas no será utilizado para otros fines.**

Lima, 29 de mayo del año 2023

ILUMINACIONES "ROSARIO ROCA" S.A.C
RUC: 20550115591
Yoni Rosario Salazar
GERENTE GENERAL

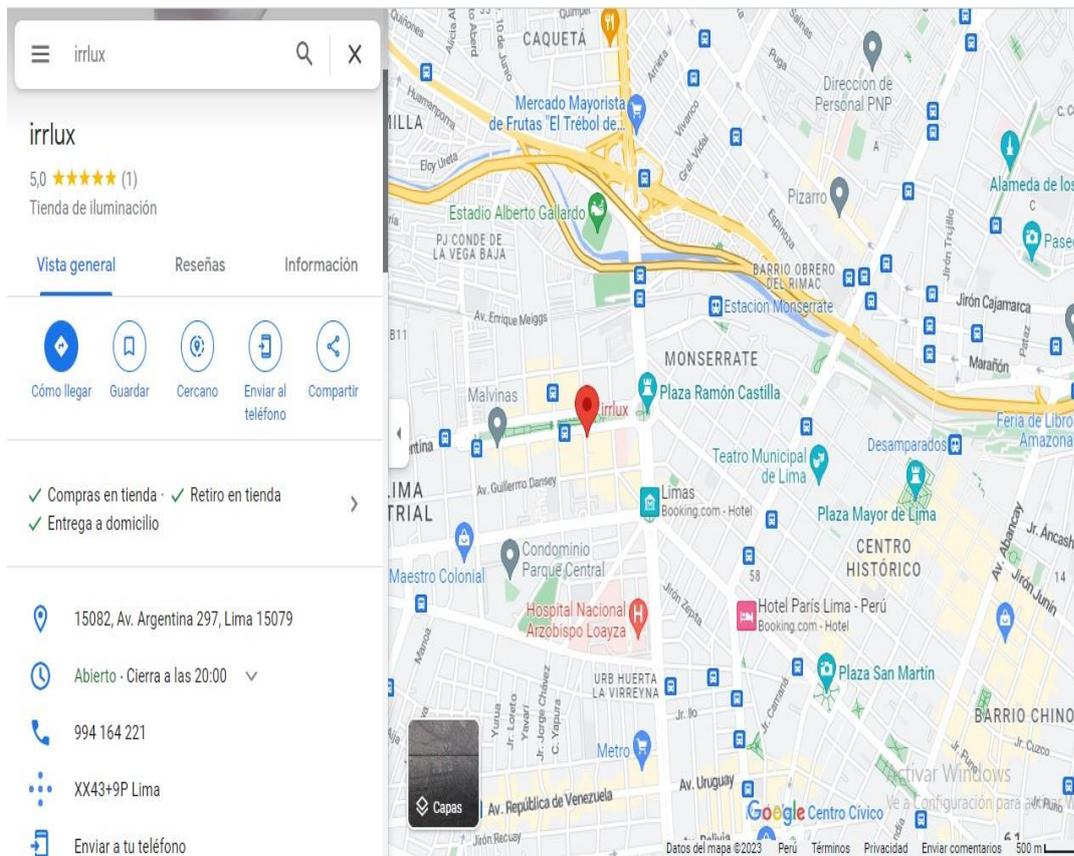
Firma y Sello

D.N.I: 28978465

Anexo 3 - Logo de la empresa



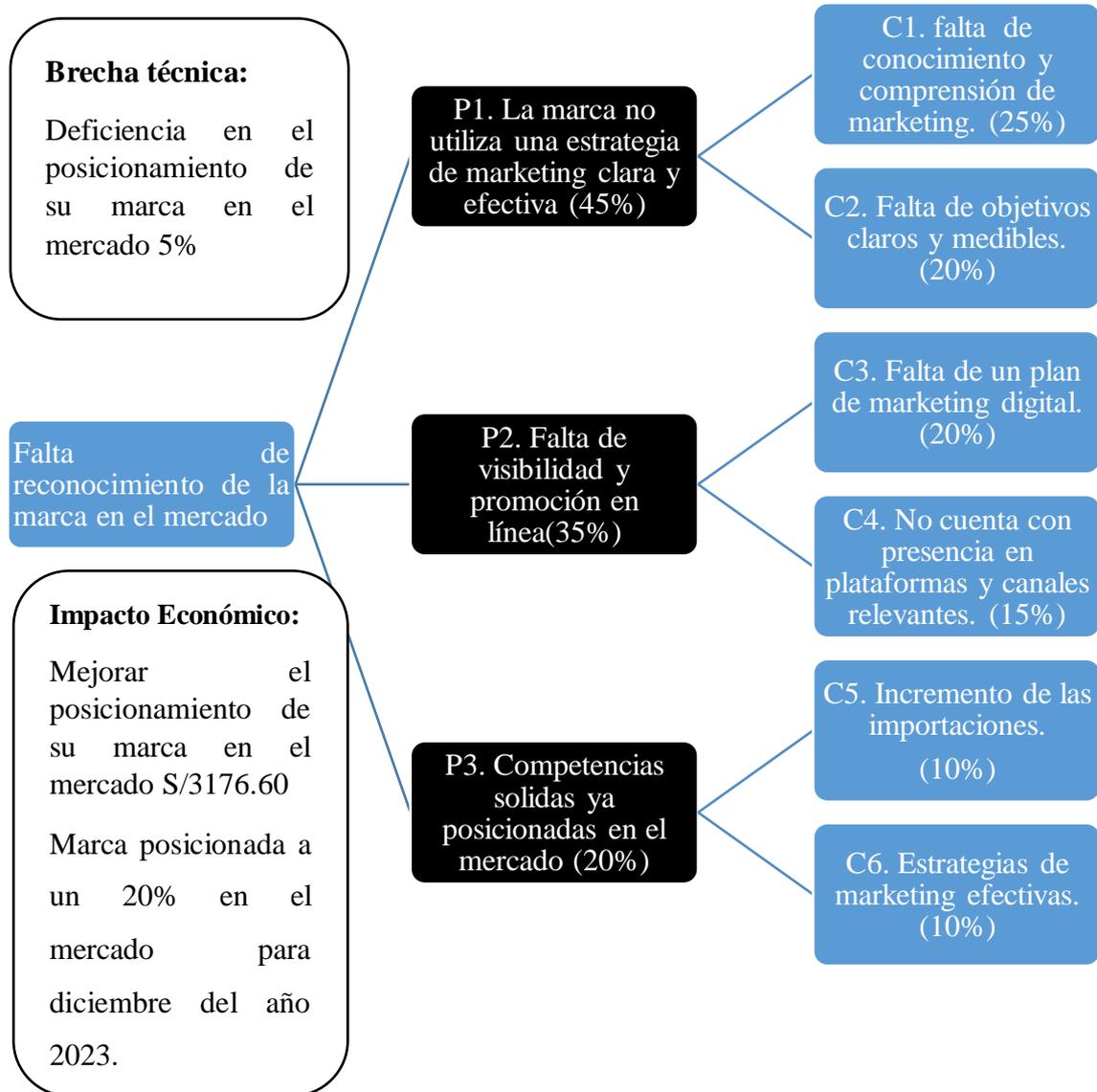
Anexo 4 – Ubicación geográfica de la empresa



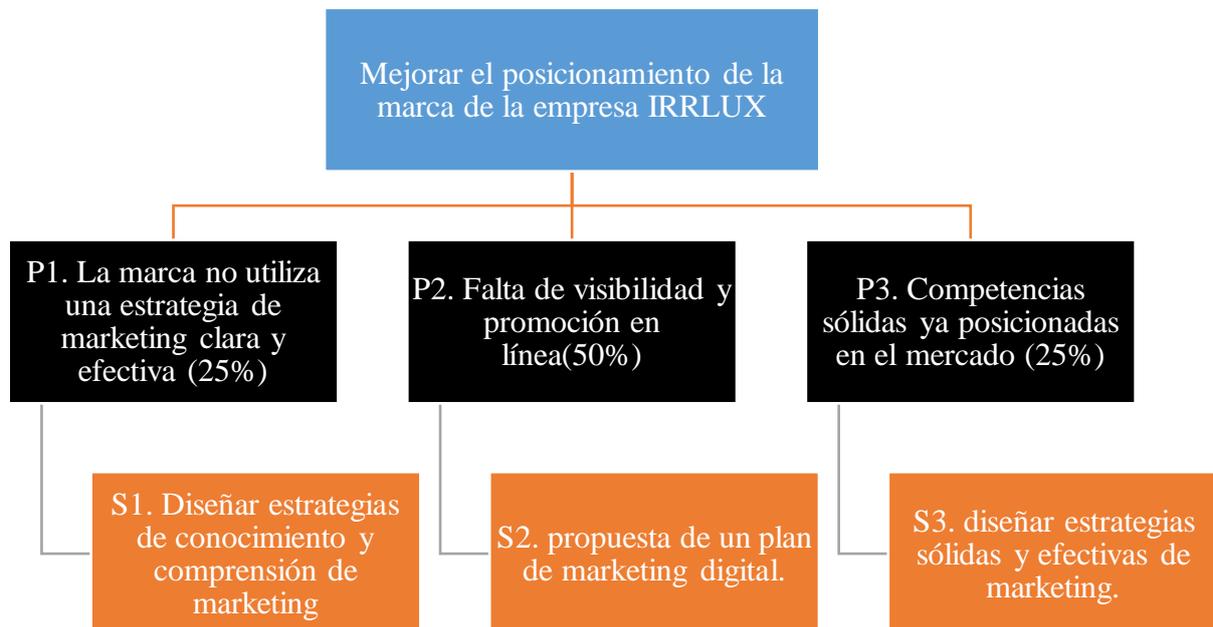
Anexo 6 – Organigrama de la empresa.



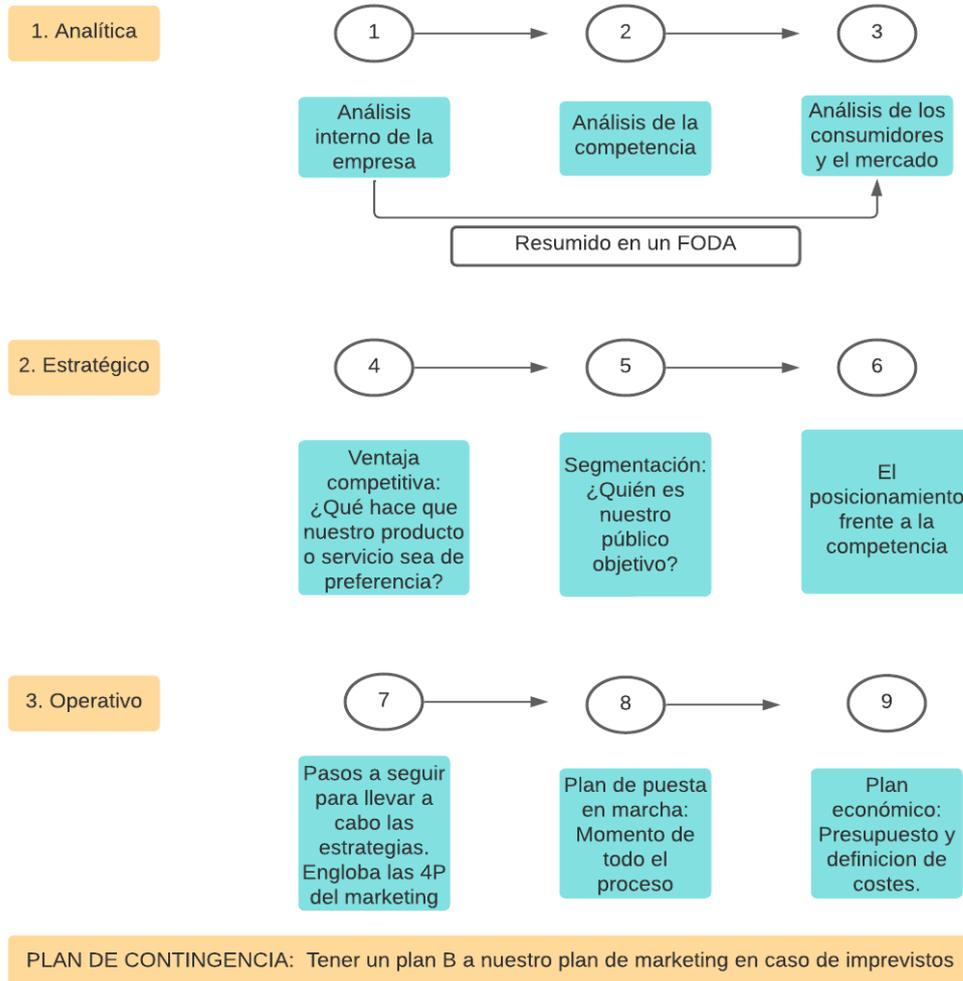
Anexo 7 – Diagnóstico técnico de la empresa.



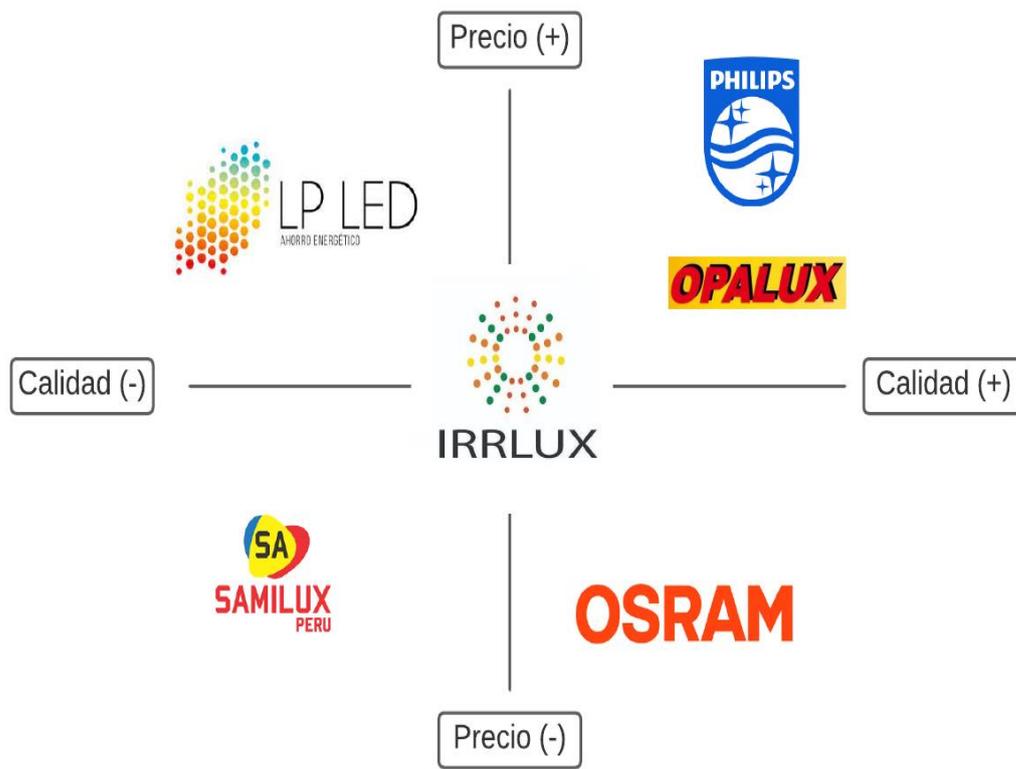
Anexo 8 – Diagnóstico de estrategias.



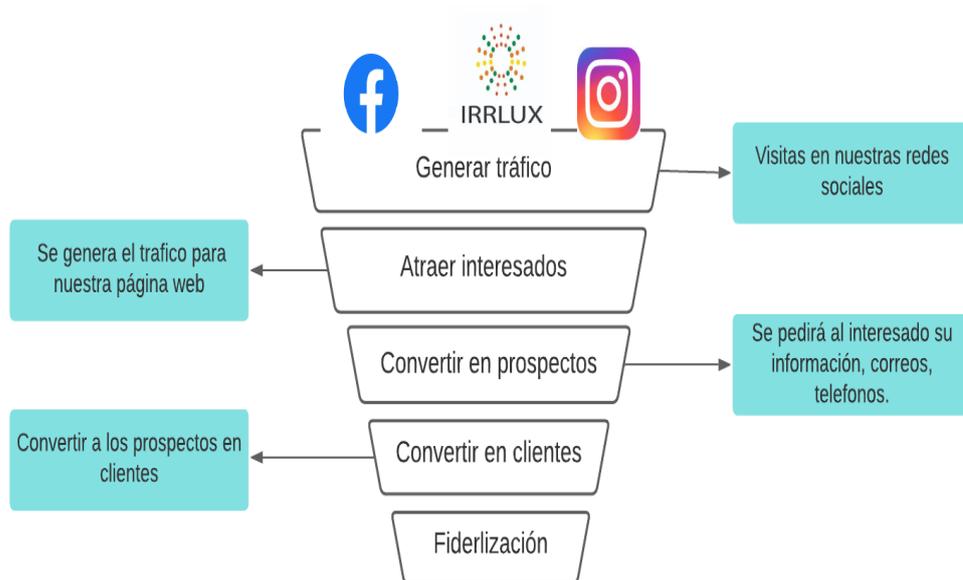
Anexo 9 – Modelo de la propuesta.



Anexo 10 – Mapa de posicionamiento de la empresa Iluminaciones Rosario Roca.



Anexo 11 – Embudo de ventas.



Anexo 12 – Cronograma de actividad.

		CRONOGRAMA DEL PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA ILUMINACIONES ROSARIO ROCA - AÑO 2023											
		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
REDES SOCIALES	Publicación en Facebook												
	Publicación en Instagram												
EMAIL MARKETING	Revisión de Base de datos												
	Envío de correos												
WEB	optimización del SEO												
	Google Ads												
	Mantenimiento web												

Anexo 13 – Cronograma diario para Facebook.

Tabla 1

Cronograma diario para Facebook.

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Contenido informativo.	Contenido de ventas.	Contenido emocional.	Contenido informativo.	Contenido de ventas.	Contenido emocional.	Contenido de ventas.

Anexo 14 – Cronograma diario para Instagram.

Tabla 2

Cronograma diario para Instagram

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Contenido informativo.	2 Reels.	Contenido de ventas.	2 Reels.	Contenido informativo	2 Reels.	Contenido de ventas.

Anexo 15 – Cronograma de actividad para Email Marketing.

Tabla 3

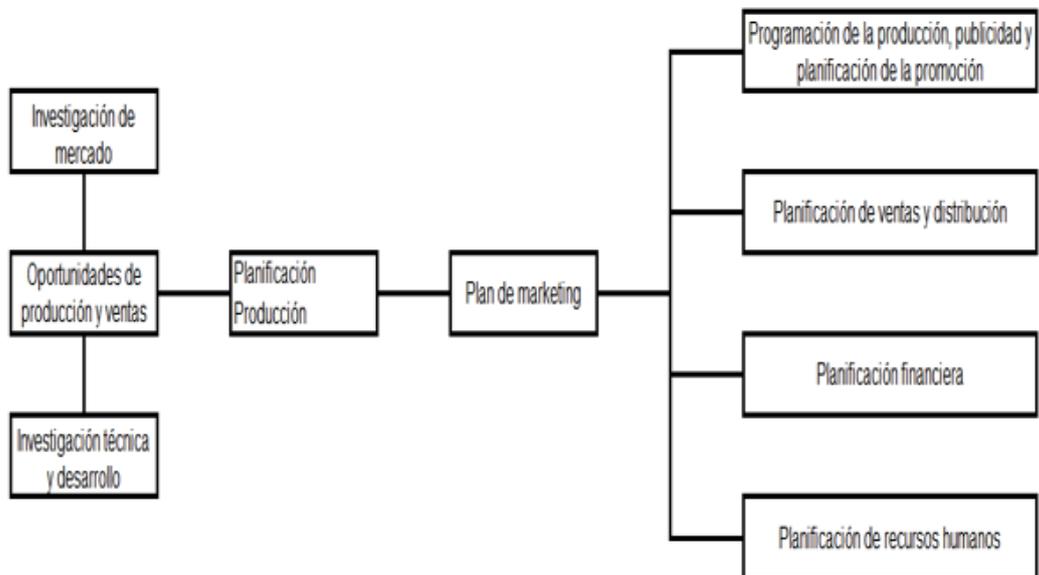
Cronograma de actividad

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Contenido de información relevante y promociones.						

Anexo 16 – Plan de marketing.

Figure 12

Plan de marketing para la empresa



Anexo 17 – Cronograma presupuestal mensual.

Tabla 4
Presupuesto de pagos mensual

Cronograma presupuestal mensual para la empresa Iluminaciones Rosario Roca año 2023.	
Publicidad en redes sociales	S/. 651.60
Empresa de marketing	S/. 900.00
Influenciador	S/. 600.00
Community Manager	S/. 1 025.00
TOTAL	S/. 3 176.60