

IMPLEMENTAR ESTRATEGIAS EN MARKETING DIGITAL PARA LA
CAPTACIÓN DE CLIENTES INTERNACIONALES

ANA KARINA SEGOVIA CARDENAS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
ESCUELA DE ECONOMÍA, ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
LA SERENA – CHILE

2019

IMPLEMENTAR ESTRATEGIAS EN MARKETING DIGITAL PARA LA
CAPTACION DE CLIENTES INTERNACIONALES

ANA KARINA SEGOVIA CARDENAS

Trabajo de Grado para optar por el Título de Administradora de Negocios
Internacionales

TUTOR DE LA PRÁCTICA
DIEGO ARENAS VALDIVIESO

Docente de Planta Universidad Pontificia Bolivariana

COORDINADOR DE LA PRÁCTICA
CESAR ANTONIO RUBIO ZAMORANO

Director de la empresa Somos Industrias

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
ESCUELA DE ECONOMÍA, ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
LA SERENA – CHILE

2019

Nota De Aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Jurado

La Serena, octubre 2019

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer en primera instancia a Dios y a mi mamá, Ana Lucia Cárdenas Hernández, por la maravillosa oportunidad que me han dado de estar hoy día en esta etapa de mi vida, poder culminar mis estudios y aún más enriquecedor, haber hecho un intercambio internacional, el cual me ha hecho crecer tanto como persona como profesional.

Quiero agradecerles a todas esas personas que intervinieron en este proceso, en la realización de este sueño que era ser profesional en administración de negocios internacionales, darles las gracias por todos los conocimientos, dedicación y consejos que me ofrecieron.

Muestro mis más sinceros agradecimientos a mi tutor, Diego Andrés Arenas, por la dedicación, el apoyo y todo el conocimiento que me ofreció siendo mi guía en el desarrollo de este proyecto para obtener mi título profesional.

Por último, quiero agradecerle a toda mi familia y amigos, que son quienes con su buena voluntad y enseñanzas me ayudaron en este proceso, motivándome para culminar con mi proceso, gracias por su comprensión y paciencia en todo este camino y sobre todo por el cariño que me han dado.

TABLA DE CONTENIDO

| | | |
|------|--|----|
| 1. | PILARES ESTRATÉGICOS | 10 |
| 1.1 | ¿Quiénes somos?..... | 10 |
| 1.2 | Misión | 10 |
| 1.3 | Visión | 11 |
| 1.4 | Organigrama | 11 |
| 1.5 | Análisis FODA..... | 12 |
| 1.6 | Reestructuración de la carta de valores | 13 |
| 1.7 | Diseño de la ficha de contrato al espacio publicitario..... | 16 |
| 1.8 | Plantilla de guía para ventas comerciales del espacio publicitario | 18 |
| 2. | INFORMACIÓN DEL PROYECTO | 21 |
| 2.1 | Título del proyecto | 21 |
| 2.2 | Antecedentes:..... | 21 |
| 2.3 | Definición del problema: | 23 |
| 2.4 | Justificación: | 25 |
| 2.5. | Objetivo general y específico:..... | 26 |
| 3. | METODOLOGIA: | 26 |
| 4. | CONCLUSIÓN..... | 42 |
| 5. | RECOMENDACIONES..... | 44 |
| 6. | LISTA DE REFERENCIAS..... | 45 |

TABLA DE ILUSTRACIONES

| | |
|--|----|
| Tabla 1: Organigrama de la empresa Somos Industrias | 11 |
| Tabla 2: Análisis FODA de la empresa Somos Industrias | 12 |
| Tabla 3: Contrato del espacio publicitario de la empresa Somos Industrias | 14 |
| Tabla 4: Contrato de publicidad Revista Somos Industria..... | 16 |
| Tabla 5: Manifestaciones y cláusulas del contrato de trabajo | 17 |
| Tabla 6: Plantilla para venta del espacio publicitario en la revista digital | 19 |

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TITULO: IMPLEMENTAR ESTRATEGIAS EN MARKETING DIGITAL PARA LA CAPTACIÓN DE CLIENTES INTERNACIONALES.

AUTOR(ES): Ana Karina Segovia Cardenas

PROGRAMA: Facultad de Administración de Negocios Internacionales

DIRECTOR(A): Diego Andres Arenas Valdivieso

RESUMEN

El presente proyecto de práctica se desarrolla durante 4 meses trabajando en el área administrativa y comercial de la empresa Somos Industrias que está ubicada en el barrio industrial de la ciudad de Coquimbo, Región de Coquimbo, Chile. El trabajo está compuesto por 3 títulos principales y 24 subtítulos, los cuales referencia al estudio que se ha realizado sobre implementación de estrategias en marketing digital para la captación de clientes internacionales en la revista digital de Somos Industrias, tomando como base la perspectiva que tienen los socios de la Asociación Gremial de Industriales de Coquimbo sobre dicha revista. En el primer capítulo se encuentran los pilares estratégicos que se crearon para la empresa Somos Industrias. En el segundo capítulo, se encuentra la información del proyecto de práctica, en donde se determina el objetivo general, los objetivos específicos y las actividades a realizar, todo en base a la observación de los antecedentes y la definición de la problemática. En el tercer y último capítulo, se establece la metodología que va a seguir el proyecto para poder resolver la problemática, en este capítulo, se organiza una encuesta de 9 preguntas, en el cual algunos de los socios de ASOINCO deben resolverla con el objetivo de tener una idea clara de cómo se llevaran a cabo los parámetros para establecer unas estrategias. Con la finalización de este proyecto se cumple en gran parte, la etapa principal del proceso de la práctica profesional, en donde se desarrollan actividades y se fortalecen destrezas con el objetivo de enriquecer el conocimiento de la trayectoria universitaria que se tiene y así enfrentar las diferentes adversidades que se presentan en la vida laboral.

PALABRAS CLAVE:

Marketing digital, pilares estratégicos, Chile, Colombia, Promoción, magazine

V° B° DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE

TITLE: IMPLEMENTARY STRATEGIES IN DIGITAL MARKETING FOR THE CUSTOMER RECEIPT OF INTERNATIONAL CUSTOMERS.

AUTHOR(S): Ana Karina Segovia Cardenas

FACULTY: Facultad de Administración de Negocios Internacionales

DIRECTOR: Diego Andres Arenas Valdivieso

ABSTRACT

This practice project is developed over 4 months working in the administrative and commercial area of the company Somos Industrias, which is located in the industrial district of the city of Coquimbo, Coquimbo Region, Chile. The work is composed of 3 main titles and 24 subtitles, which refer to the study that has been carried out on the implementation of strategies in digital marketing for the recruitment of international clients in the digital magazine of Somos Industrias, based on the perspective of the members of the Association of Industrialists of coquimbo on this magazine. In the first chapter are the strategic pillars that were created for the company Somos Industrias. In the second chapter, there is the information of the practice project, where the general objective, the specific objectives and the activities to be carried out are determined, all based on the observation of the background and the definition of the problem. In the third and final chapter, the methodology that the project will follow in order to solve the problem is established, in this chapter, a 9-question survey is organized, in which some of the ASOINCO partners must solve it with the objective of have a clear idea of how the parameters will be carried out to establish strategies. With the completion of this project, the main stage of the professional practice process is largely fulfilled, where activities are developed and skills are strengthened with the objective of enriching the knowledge of the university trajectory that one has and thus facing the different adversities that occur in working life.

KEYWORDS:

Digital marketing, clientes, Colombia, Chile, pilares estratégicos, promoción y magazine

V° B° DIRECTOR OF GRADUATE WORK

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de grado se realiza con el fin de cumplir las etapas que se deben seguir para recibir el título profesional, como Administradora de Negocios Internacionales, por la Universidad Pontificia Bolivariana de Bucaramanga.

El Proyecto de grado, consiste en analizar la percepción que tienen los socios de la Asociación Gremial de Industrial de Coquimbo sobre la revista de Somos Industrias, la cual hace parte de una subempresa de ASOINCO, partiendo de esta información y realizando un análisis interno y externo de la empresa, se pretende analizar sus necesidad y la situación actual de la empresa, todo con el objetivo de desarrollar el proyecto y obtener resultados positivos, así cumplir el plan del proyecto, implementar estrategias en marketing digital parala captación de clientes internacionales.

En la actualidad, la empresa Somos Industrias esta en una crisis financiera, el mercado actual esta desmotivado en apoyar la revista que beneficia a todo el barrio industrial de Coquimbo, debido a que actualmente no se esta desarrollando bien las actividades administrativas de la empresa y no se están optimizando los recursos que se tienen.

Este proyecto busca solucionar las necesidades de la empresa y además, incentivar a los socios a publicar allí, con el fin de ayudar al crecimiento de su actividad comercial.

1. PILARES ESTRATÉGICOS

A continuación, se hace el diseño de los pilares estratégicos de la empresa Somos Industrias, la cual no se tenían establecidas anteriormente. Es una elaboración propia.

1.1 ¿Quiénes somos?

Somos Industrias es una subempresa de la Asociación Gremial de Industriales, ASOINCO AG, especializada en la creación de espacios publicitarios de forma impresa y digital con el objetivo de ayudar a las empresas del sector a difundir y potenciar de forma eficaz su actividad comercial a nivel nacional e internacional. Estamos dispuestos a afrontar y adaptarnos a las necesidades de nuestros clientes, brindando siempre un servicio publicitario de calidad.

1.2 Misión

Suministrar un espacio publicitario de calidad el cual beneficia a las empresas del sector, con el fin de potenciar la venta de productos y/o servicios y la entrada de clientes internacionales en la industrias regional, también, mantener informados mensualmente a los socios de ASOINCO AG, trabajadores y clientes de acontecimientos importantes del sector industrial de Coquimbo, generar encadenamientos productivos, dándole también un espacio a la publicidad de empresas externas de la región o internacionales para promover y promocionar sus productos y/o servicios.

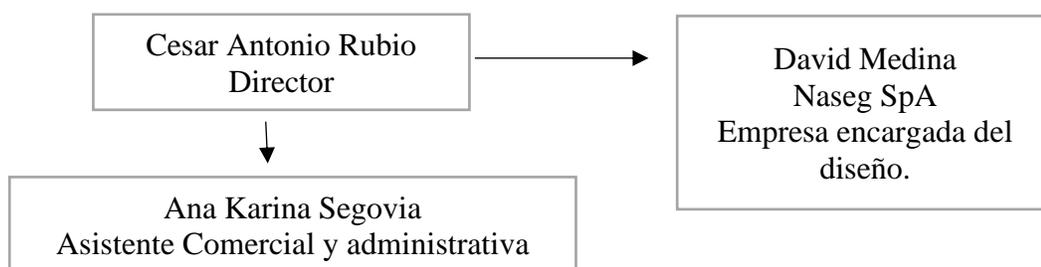
1.3 Visión

Ser un espacio publicitario líder a nivel nacional e internacional, siempre informando temas de alta calidad y ofreciendo productos y/o servicios calificados para el beneficio de toda la industria.

1.4 Organigrama

La empresa Somos Industrias es una pequeña empresa ubicada en el barrio industrial de Coquimbo en la región de Coquimbo en Chile. Somos Industrias está conformado por dos personas, como director se encuentra el Sr. Cesar Antonio Rubio Zamorano y en el área comercial y administrativa, la autora del presente proyecto. También, existe una empresa externa la cual se encarga del diseño de la revista tanto digital como impresa y encargada del mantenimiento de la plataforma web, La empresa Naseg SpA, el encargado de esta área es el Sr. David Medina.

Tabla 1: Organigrama de la empresa Somos Industrias



Fuente: Elaboración propia

1.5 Análisis FODA

El objetivo principal en el cual desarrollo, en el siguiente proyecto, un análisis FODA es para obtener conclusiones propias, observaciones propias que se pueden conocer estudiando y analizando el contexto interno y externo de la empresa, Somos Industrias, en la forma que la empresa pueda ser capaz de afrontar las oportunidades y amenazas externas de la empresa a partir de sus fortalezas y debilidades internas. Teniendo concluido este objetivo, se pueden determinar estrategias, las cuales abarcan un espacio clave en la implementación de estrategias en marketing digital para la captación de clientes y el fortalecimiento de la empresa, obteniendo una opinión acertada sobre cómo manejar los puntos que se tienen por defecto en la empresa.

Tabla 2: Análisis FODA de la empresa Somos Industrias

| FORTALEZAS | OPORTUNIDADES |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">- Plataforma web creada y habilitada para utilizarla, revista digital.- Excelente ambiente laboral.- Excelente comunicación.- Grupo de trabajo especialista en la creación y diseño de la plataforma digital y revista impresa. | <ul style="list-style-type: none">- La alianza que existe con los socios de Asoinco AG.- Fácil acceso a la base de datos del barrio industrial de Coquimbo.- Resultado rápido en el navegador por medio de las palabras claves del servidor, asociado a la página web (revista digital).- Alto grado de popularidad en el barrio industrial y en la región.- Está conectado con la municipalidad. |

| DEBILIDADES | AMENAZAS |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Poca organización de las actividades. - Falta de recursos económicos. - Ausencia de un asistente en ventas. - Desmotivación por parte de los integrantes de la empresa. - El costo de mantención de la revista digital. - Alto costo en la impresión de la revista escrita. | <ul style="list-style-type: none"> - Falta de apoyo de los mismos socios de Asoinco AG. - Decadencia del apoyo por parte de la municipalidad. - Alta competencia en medios de comunicación. - Conformismo. |

Fuente: Elaboración propia

1.6 Reestructuración de la carta de valores

En esta sección se hizo una mejora la cual se trata de darle un giro a los valores de la revista digital, con el objetivo de aumentar nuestros clientes. Se plantea modificar los valores dándoles una rebaja, en donde se aplica un descuento aún mayor a los que pertenezcan a la Asociación Gremial de Industriales de Coquimbo, pero estos valores irán variando mediante el tiempo, hasta el punto que optimicemos los recursos para obtener la materia prima.

Tabla 3: Contrato del espacio publicitario de la empresa Somos Industrias



Revista Somos Industrias

ASOINCO

Renace esta revista con el fin de potenciar de forma eficaz a las empresas del sector, mantener informados mensualmente a los socios, trabajadores y clientes de acontecimientos importantes, generar encadenamientos productivos, dándole también un espacio a la publicidad de empresas externas para promover y promocionar sus servicios además de la realización de notas periodísticas.

A continuación, detallo los valores netos (en moneda chilena CLP) + IVA (19%) y medidas de los avisos:

Valores para el espacio publicitario de la revista

| VENTA DE PUBLICIDAD AL PUBLICO 10% | | | | | | |
|------------------------------------|----------------|---------------|-----------------|-----------------|------------------|-----------------|
| Tamaño | Mensual | Mensual 10% | Semestral | Semestral 5%- | Anual | Anual 10%- |
| 1/8 Página | \$ 52.250 CLP | \$ 47.025 CLP | \$ 313.500 CLP | \$268.043 CLP | \$ 627.000 CLP | \$507.870 CLP |
| 1/4 Página | \$ 104.500 CLP | \$ 94.050 CLP | \$ 627.000 CLP | \$536.085 CLP | \$ 1.254.000 CLP | \$1.015.740 CLP |
| 1/3 Página | \$ 141.000 CLP | \$126.900 CLP | \$ 847.000 CLP | \$723.330 CLP | \$ 1.694.000 CLP | \$1.397.520 CLP |
| 1/2 Página | \$ 203.000 CLP | \$182.700 CLP | \$ 1.218.000CLP | \$1.041.390 CLP | \$ 2.436.000 CLP | \$1.973.160 CLP |
| 1 Página | \$ 280.000 CLP | \$252.000 CLP | \$ 1.680.000CLP | \$1.436.400 CLP | \$ 3.360.000 CLP | \$2.721.600 CLP |

*Valores netos + IVA

| VENTA DE PUBLICIDAD PARA LOS SOCIOS 20% | | | | | | |
|---|---------------|---------------|------------------|-----------------|------------------|-----------------|
| Tamaño | Mensual | Mensual 20% | Semestral | Semestral 5%- | Anual | Anual 10%- |
| 1/8 Página | \$ 47.025 CLP | \$37.620 CLP | \$ 282.150 CLP | \$225.720 CLP | \$ 564.300 CLP | \$451.440 CLP |
| 1/4 Página | \$ 94.050 CLP | \$75.240 CLP | \$ 564.300 CLP | \$451.440 CLP | \$ 1.128.600 CLP | \$902.880 CLP |
| 1/3 Página | \$126.900 CLP | \$101.520 CLP | \$ 770.000 CLP | \$609.120 CLP | \$ 1.540.000 CLP | \$1.218.240 CLP |
| 1/2 Página | \$182.700 CLP | \$146.160 CLP | \$ 1.096.200 CLP | \$876.960 CLP | \$ 2.192.400 CLP | \$1.753.920 CLP |
| 1 Página | \$252.000 CLP | \$201.600 CLP | \$ 1.512.000 CLP | \$1.209.600 CLP | \$ 3.024.000 CLP | \$2.419.200 CLP |

* Valores netos + IVA

| Avisos Económicos | Valor | Valor Socios |
|---|--------------|---------------------|
| 1 columna x 5 líneas (entre 90 a 100 caracteres aprox.) | \$18.000 CLP | \$15.000 CLP |

Valores para el espacio publicitario de la revista digital

| VENTA DE PUBLICIDAD AL PUBLICO | | | |
|---------------------------------------|----------------|----------------------|-------------------|
| Tamaño | Mensual | Semestral 5%- | Anual 10%- |
| 300 x 250 | \$80.000 CLP | \$ 456.000 CLP | \$ 864.000 CLP |
| 728 x 90 | \$ 100.000 CLP | \$ 570.000 CLP | \$ 1.080.000 CLP |
| 500 x 500 | \$180.000 CLP | \$ 1.026.000 CLP | \$ 1.944.000 CLP |
| Infomercial Nota | \$120.000 CLP | \$ 684.000 CLP | \$ 1.296.000 CLP |

* *Valores netos + IVA*

| VENTA DE PUBLICIDAD SOCIOS 10 %- | | | |
|---|--------------------|---------------------|------------------|
| Tamaño | Mensual 10% | Semestral 5% | Anual 10% |
| 300 x 250 | \$72.000 CLP | \$410.400 CLP | \$ 777.600 CLP |
| 728 x 90 | \$ 90.000 CLP | \$ 513.000 CLP | \$ 972.000 CLP |
| 500 x 500 | \$162.000 CLP | \$ 923.400 CLP | \$ 1.749.600 CLP |
| Infomercial Nota | \$108.000 CLP | \$ 615.600 CLP | \$ 1.166.400 CLP |

* *Valores netos + IVA*

Tamaño Revista Impresa:

Medida 1/8 de página. 5,4x11,8 cm.

Medida 1/3 de página 23x7,6 cm.

Medida 1/2 de página 11,3x24cm.

Medida 1/4 de página 11,3x11,8 cm.

Medida Contraportada 23x24 cm.

Distribución gratuita: En primera etapa a los Socios de Asoinco.y empresas del Barrio Industrial de Coquimbo.

Notas periodísticas: La revista cuenta con un periodista encargado de realizar una nota al publicar correspondiente a media página en el caso de contratar un aviso semestral o una página si el aviso se mantiene por todo el año.

Formas de pago: Efectivo, Transferencia Bancaria, Cheques (para los planes semestral).

Fuente: Elaboración propia

1.7 Diseño de la ficha de contrato al espacio publicitario

Tabla 4: Contrato de publicidad Revista Somos Industrias



CONTRATO DE PUBLICIDAD REVISTA “SOMOS INDUSTRIAS”

| DATOS DE LA EMPRESA | | | |
|-------------------------------------|-----------------|----------|--|
| Nombre de la empresa o Razón social | | R.U.T. | |
| Responsable | | Cargo | |
| Dirección | | Ciudad | |
| Correo Electrónico | | Teléfono | |
| ¿Usted es Socio de ASOINCO? | SI ____ NO ____ | Celular | |

| CARACTERISTICAS DE LA PUBLICIDAD | | | |
|----------------------------------|--|----------------------|-------|
| TIEMPO DE DURACIÓN | | | |
| Mensual | | Semestral | Anual |
| FORMATOS DE PUBLICIDAD | | | |
| Contraportada 23 x 24 cm | | Aviso 23 x 24 cm | |
| Aviso 11,3 x 24 cm | | Aviso 11,3 x 11,8 cm | |
| Aviso 23 x 7,6 cm | | Aviso 5,4 x 11,8 cm | |
| Aviso económico | | Tamaño 728x90 | |
| Tamaño 300x250 | | Tamaño 500x500 | |
| Infomercial Nota | | | |

| CARACTERISTICAS DEL PAGO | |
|--------------------------|----|
| TARIFA | |
| Total Neto | \$ |
| IVA | \$ |
| Total a pagar | \$ |
| FORMA DE PAGO | |
| Efectivo | |
| Transferencia | |
| Nº de cheques | |

En La Serena, a _____ de _____ del _____, conforme a lo leído y escrito, Manifiesta que está interesado(a) en formalizar el presente contrato según las manifestaciones y cláusulas expuestas en la segunda y tercera página del mismo; que posee suficiente poder para la firma del mismo; que se reconoce con capacidad legal necesaria para poder llevar a cabo el contrato y declaran expresamente que actúan de forma libre, voluntaria y no viciada.

FIRMA

Observaciones

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5: Manifestaciones y cláusulas del contrato de trabajo

MANIFESTACIONES

- I. La entidad arriba referida, en adelante el cliente, manifiesta estar interesada en formalizar el presente contrato de inserción de publicidad, manifestando asimismo disponer de los poderes suficientes y capacidad legal necesaria para la firma del mismo y declarando expresamente que actúa de forma libre y voluntaria.
- II. La SOCIEDAD "SOMOS INDUSTRIAS" es titular de la revista "SOMOS INDUSTRIAS" que posee espacio habilitado para la inserción de publicidad de terceros.
- III. El cliente desea incluir publicidad propia en la revista "SOMOS INDUSTRIAS", acogiéndose a lo dispuesto en el presente contrato y en la legislación vigente al efecto.
- IV. Ambas partes han llegado a un acuerdo para el desarrollo de la prestación de dicho servicio conforme a las siguientes,

CLÁUSULAS

- I. Objeto del contrato: El presente contrato regula la prestación de servicio de inserción de publicidad en la revista "SOMOS INDUSTRIAS"
- II. Obligaciones de la revista "SOMOS INDUSTRIAS":
 - Insertar la publicidad entregada por el cliente.
 - Insertar el anuncio publicitario con las características descritas, en el lugar acordado y por la duración acordada.
 - La REVISTA "SOMOS INDUSTRIAS" podrá negarse a la inserción de anuncios que contengan o puedan infringir derechos de terceros, principios constitucionales o fueran contra la moral pública. Esta valoración será competencia única y exclusiva de la REVISTA "SOMOS INDUSTRIAS"

- III. *Obligaciones del cliente:*
- *Abonar las cantidades estipuladas como contraprestación económica incluidas en el apartado a condiciones económicas.*
 - *Proporcionar en tiempo y forma que permita la inserción el anuncio publicitario que desea incluir en la revista. El cliente deberá entregar el anuncio en el formato concreto especificado.*
 - *Garantizar a la REVISTA “SOMOS INDUSTRIAS” que dispone de todos los derechos de propiedad intelectual e industrial respecto del anuncio proporcionado, así como que dicho anuncio no atenta contra derechos de terceros, principios constitucionales y moral pública, eximiendo a la REVISTA “SOMOS INDUSTRIAS” respecto de cualquier reclamación al respecto.*
 - *Garantizar a la REVISTA “SOMOS INDUSTRIAS” que la publicidad y su elaboración se ajusta a la normativa relativa a publicidad, servicios de la sociedad de la información, consumidores y usuarios, derecho de competencia, así como cualquier otra normativa que pudiera resultar de aplicación.*
 - *El cliente se obliga a indemnizar a la REVISTA “SOMOS INDUSTRIAS” por todos aquellos daños y perjuicios que pudiera causar la inserción de la publicidad conforme a lo dispuesto en el presente contrato, y/o la anulación del mismo.*
- IV. *Precio: La prestación de servicio de inserción de publicidad en la revista, está sujeto a las tarifas de publicidad vigentes salvo otro tipo de acuerdo reflejado en el apartado correspondiente a las características de la publicidad. El abono de la cantidad estipulada se efectuará mediante transferencia bancaria, cheques o efectivo.*
- V. *Propiedad intelectual: Todo el material entregado por parte del cliente a la REVISTA “SOMOS INDUSTRIAS”, incluyendo gráficos, logotipos, eslóganes, etc. son propiedad del cliente y es material protegido por las normas relativas a propiedad intelectual e industrial, quedando prohibido su uso por parte de la REVISTA “SOMOS INDUSTRIAS” para cualquier fin distinto al regulado en el presente contrato, así como por cualquier otro tercero. El cliente exime a la REVISTA “SOMOS INDUSTRIAS” y se responsabiliza de cualquier tipo de reclamación de terceros alegando un derecho de propiedad intelectual o industrial respecto al contenido del anuncio publicitario insertado.*
- VI. *Responsabilidad: La REVISTA “SOMOS INDUSTRIAS” será responsable en el supuesto de incumplimiento de la prestación del servicio, plazo y forma, estipulados en el presente contrato. La REVISTA “SOMOS INDUSTRIAS” no será en ningún caso responsable de reclamaciones por otro tipo de daños, de cualquier naturaleza o clase, que pudieran derivarse de la inserción del material publicitario en la WEB NI IMPRESA EN PAPEL, ni por incumplimientos o retrasos debidos a causas de fuerza mayor o que estén fuera de su control.*

Fuente: Empresa Somos Industrias

1.8 Plantilla de guía para ventas comerciales del espacio publicitario

Con la apertura de la revista digital de Somos Industrias, se procede a crear una plantilla, su objetivo es mostrar claramente las funciones y características de cada espacio publicitario que se tiene en la página web y los diferentes beneficios que tiene

al publicar, esta herramienta es didáctica, se desarrolló con el fin de hacer que el cliente tenga una idea clara de lo que se espera obtener con el Online Magazine.

Tabla 6: Plantilla para venta del espacio publicitario en la revista digital

ESTRUCTURA DEL MAGAZINE

The screenshot displays the website's layout with several yellow arrows pointing to specific advertisement locations:

- Top right corner above the main content area.
- Between the main article and the sidebar.
- At the bottom of the main article.
- At the bottom of the sidebar.

Tiene la posibilidad de publicar en los diferentes recuadros que aparecen en el Online Magazine.

TAMAÑO : 728 x 90

The screenshot shows the website header with a yellow arrow pointing to the email address ANUNCIOS@SOMOSINDUSTRIAS.CL. Below the main content, there is a call to action: **¡Suscríbete a Somos Industrias!**

Tiene la posibilidad de que aparezca cada vez que alguien de click para cambiar a otra pagina como de una noticia o alguna información, no solo aparecerá en la pagina principal.

Hay una primera opción de que su anuncio aparezca de manera **EXCLUSIVA** por el periodo de tiempo que adquirió. También, hay una segunda opción de que aparezca como un **GIFT**, el cual es un recuadro con animación que ira cambiando cada 5 segundos para dar paso a otras publicaciones pero siempre se irán repitiendo los anuncios.

GUIA DE SERVICIOS - CLASIFICADOS

The screenshot shows the website's navigation menu with options: INICIO, NOSOTROS, NOTICIAS, ASINCO INFORMA, and CONTACTO. Below the navigation is a search bar and a 'GUIA DE SERVICIOS' section. This section contains several classified ads:

- SE VENDE, Chevrolet Blazer 4.3,** año 1997, Papeles al día. Contacto: +569 89992422
- SE VENDES, COMPRAS, PERMUTAS O REGALAS,** +569 8999 2422
- SE VENDE, Moto Yamaha Tehehere** 750cc, año 1992, reacondicionada, todo nuevo, papeles al día. Contacto: +569 89992422
- SE VENDE Great Wall Florid, 1.5cc** 2010, \$2.500.000. Contacto: +569 89992422
- SE RECIBE Gratis material de excavaciones para relleno,** sin basura, desechos, ni escombros. Sector La Herradura, Centro La Puntilla. Contacto: +569 91299634
- SE VENDE, Peugeot 308,** confort pack full automático, 1.6 cc, año 2011, \$5.700.000, color negro, muy económico. Contacto: +569 63061689

At the bottom, there is a 'EMPRESARIO DEL MES' section and a 'MÁS VISTO' section with thumbnails for 'Asocio Informa' and 'Editorial De Edición'.

Habrá un espacio para publicar **CLASIFICADOS** de algún inmueble, vehículo o algún objeto que este vendiendo, arrendando o permutando.

TAMAÑO : 500 X 500

The screenshot shows a dark-themed e-commerce website with a navigation bar containing 'evo', 'SHOWBOARD', 'MADE', 'BIKE', 'SKATE', 'SURF', 'ACCESORIOS', 'SHOES', 'MENS', 'MISMA', 'RIDE', 'BRANDS', and 'ALL THINGS EVO'. A '4TH OF JULY SALE' banner is visible. A white pop-up window is centered on the screen, containing the text:

SOMOSINDUSTRIAS
INFORMATIVO
ANUNCIOS@SOMOSINDUSTRIAS.CL

Es un anuncio en una **VENTANA POP-UP** o ventana emergente, aparecerá al cambiar de pagina. Tendrá una duración de 5 segundos cada vez que aparezca.

¿Que es?

Es ese **anuncio publicitario** que **aparece de forma repentina en una pagina web**. Una nueva ventana que se abre frente a ti para mostrarte un contenido complementario, que pueda ser de interés para la industria o promocionando alguna empresa del sector.

Fuente: Elaboración propia

2. INFORMACIÓN DEL PROYECTO

2.1 Título del proyecto

Implementar estrategias en marketing digital para la captación de clientes internacionales.

2.2 Antecedentes:

Hace 9 años, para el 2010, aproximadamente, no se tiene fecha exacta, se inició una propuesta por parte de la Asociación Gremial de Industriales de Coquimbo, ASOINCO AG, dicha propuesta era crear un boletín informativo, en donde se registrarán las actividades que realizaba la asociación, para que fuera vista tanto por los socios de la asociación, como las empresas aledañas al barrio industrial de Coquimbo.

Esta iniciativa empieza a formar parte del directorio de ASOINCO AG, este medio de comunicación fue direccionado por la Sra. Karla Ferreira, la cual ha sido la única con mayor tiempo a cargo de la revista. Al principio los socios tuvieron el impulso en crear un medio de comunicación, llamándola desde un inicio “Boletín informativo servicio, industria y comercio”, se dictaminó que entre todos iban a aportar en este proyecto, entre los socios ayudaban con el financiamiento y sostenimiento de la revista, pero transcurriendo el tiempo este impulso se fue deteriorando por parte de los socios, en ese momento la Sra. Karla Ferreira deja la revista, ningún socio la vuelve a tomar, y esta deja de funcionar por varios años, no se tiene exactamente cuántos años. Luego, en Noviembre del año 2017, regresa

Karla Ferreira con una nueva idea para mejorar la revista y darle un lugar en el barrio industrial, ella se apropió de la revista siendo la única directora del boletín informativo la cual llama en su momento “informativo barrio industrial”, modifica el diseño, el cual no tuvo mucha aceptación por el público espectador y los clientes que publicaban en dicha revista, por lo tanto, Karla Ferreira para el mes de Febrero del año 2018 culmina con su cargo en la revista y entrega la última edición a la asociación.

Para marzo del 2018, los Señores Cesar Antonio Rubio y Fernán Fuenzalida toman la revista como un desafío, debían potenciarla y mejorarla, forman una sociedad, aquí la revista toma otro rumbo deja de ser parte de la empresa sin ánimo de lucro ASOINCO AG para formalizarla como una empresa, registrada como “Somos Industria”. El señor Cesar Rubio (septiembre, 2019) dice: *“Se tomó la revista como una empresa porque anteriormente se perdían clientes porque no se podía facturar y muchas empresas necesitan la facturación para su contabilidad, los hechos de no facturar no pagaban impuestos, antes no tenían una figura legal de la revista por eso nos apropiamos de ella formando una sociedad y emprenderla como un negocio”*. Entonces para poder formalizar todo, se creó como “tu empresa en un día”, permite *constituir una empresa en un día, de manera sencilla y sin costo. Para ello, se debe completar un formulario electrónico con los datos de la sociedad y la información de los socios que la integran (Chile atiende, Mayo 2019, tu empresa en un día, recuperado de: <https://www.chileatiende.gob.cl/fichas/21409-tu-empresa-en-un-dia>)*. Con este inicio de actividades formalizado, se tiene acceso a facturación electrónica.

La primera publicación que se hace de la revista como Somos Industria es en enero del 2019, y se publica una segunda edición en febrero del 2019, y en este mismo mes se acaba la sociedad por algunas diferencias entre los socios.

Para el mes de Marzo del 2019, el Señor Cesar Antonio Rubio se hace cargo de la revista, como único director de ella, formaliza nuevamente la revista como una empresa, crea una Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL), *es un tipo de organización en el que cualquier persona natural puede adquirir personalidad jurídica. La razón de una EIRL es siempre comercial y cuenta con un patrimonio propio, distinto al del titular (Rentería, JJ, 2014, ¿Que es una empresa individual de responsabilidad limitada?, recuperado de: <https://www.misabogados.com/blog/es/que-es-una-empresa-individual-de-responsabilidad-limitada-eirl>*). El nombre que le asigna a la revista es “Somos Industrias Informativo”, a partir de ahí, empieza un nuevo diseño de la revista, agregándole contenido para expandir el público, hasta la fecha Somos Industrias tiene 8 ediciones la cual ha tenido mayor aceptación en el barrio industrial, pero siempre con la idea de innovar en el barrio industrial.

2.3 Definición del problema:

La revista de ASOINCO AG, actualmente, es una sub-empresa de la asociación llamada SOMOS INDUSTRIAS, dicha revista en los aproximadamente 9 años que lleva en funcionamiento, ha tenido varias administraciones, siempre con el fin de mejorarla para que tenga mayor alcance, pero en la actualidad la revista no está

siendo rentable, no se está sosteniendo ella misma y mucho menos está dejando utilidad. La revista ha dejado de estar en versión impresa por las dificultades monetarias que se tienen, debido a que tiene un alto costo poderla tener impresa.

El director Cesar Antonio Rubio, en su afán diario de poder mejorarla y darle un impulso para su comercialización ha buscado ayudas externas para lograr en la revista el éxito que se quiere. Una de las ideas que tomo, es tener la revista en versión digital, difundirla como un PDF, debido a que mantenía un stock grande de revistas impresas que no eran distribuidas por no ser llamativas para el público, con esta última idea se tuvo mayor alcance, ya que el internet es la herramienta más utilizada a nivel mundial y desde muy temprana edad se enseña a utilizar estos dispositivos, entonces su primer paso fue pasar la revista somos industrias del papel a lo virtual. En el impulso de mejorar la revista aún más y tener mayor alcance, existe la necesidad de crear otra idea para tener éxito y así la empresa pueda sostenerse por sí misma.

Muchas empresas en el barrio industrial les interesa la revista porque se puede destacar los acontecimientos relevantes de las empresas del barrio e informar las actividades que se realizaban mes a mes por parte de la asociación o de la municipalidad, pero el núcleo de vistas era muy cerrado, solo tenía un alcance regional, el público era limitado y las empresas del sector tenían clientes limitados, solo regionales.

2.4 Justificación:

Debido a todo lo ocurrido con la revista Somos Industrias, se decide darle un giro a la revista, impulsándola como una revista netamente digital, como ya se tiene la idea desde un inicio la revista digital no impresa, el Director Cesar Rubio decide seguir con su línea digital, se toma la decisión de crear un Online Magazine, el cual es una página web en donde se tendrán anuncios de todo tipo, además tendrá un espacio para publicar la revista que anteriormente era impresa y se van a tener más espacios publicitarios, en donde al navegar por la web con alguna palabra clave en el espacio de búsqueda se puede obtener como resultado la vista de más personas, debido a que en los resultados de la búsqueda se encuentre un anuncio o una empresa que haya publicado en nuestra página ofreciendo sus servicios y/o productos. Esta versión tendrá mayor alcance, tendrá un alcance internacional porque el internet sobrepasa las fronteras y esto beneficia al sector industrial del barrio industrial de Coquimbo.

Al tener este proyecto se inicia con una toma de estrategias las cuales se deben direccionar bien para poder tener un éxito en la búsqueda de empresas que les interese publicar sus productos y/o servicios, por esto, yo Ana Karina Segovia, empiezo a ser parte fundamental de este proyecto para darle un impulso y así lograr tener éxito, en donde la revista o la empresa Somos Industrias se pueda sostener por sus propios medios.

2.5.Objetivo general y específico:

2.5.1 Objetivo general:

Implementar estrategias en marketing digital para la captación de clientes internacionales.

2.5.2 Objetivos específicos:

- Conocer el mercado objetivo para la recepción de la revista somos industrias.
- Determinar cuál será el segmento de empresas objetivo para comprar el espacio publicitario de la revista somos industrias.
- Diseñar y aplicar estrategias para la venta y publicidad del espacio publicitario de la revista somos industrias y del magazine a la población objetivo.
- Diseñar un sistema de control de ingresos y egresos de la revista somos industrias.
- Crear pilares estratégicos de la empresa Somos Industrias.
- Lograr que la revista informativa Somos industrias tenga un mayor alcance internacional.

3. METODOLOGIA:

3.1 Tipo de estudio:

Se realizara una investigación aplicada con un enfoque cualitativo debido a que es necesario determinar ciertos aspectos de las pymes los cuales nos lleven a encontrar estrategias que puedan ser empleadas en la empresa.

3.2 Muestra

La población que se utilizara para realizar la muestra serán las empresas que sean socios de la Asociación Gremial de Industriales de Coquimbo. Para la recopilación de información es importante tener la base de datos de ASOINCO AG, la muestra total es de 50 empresas de diferentes rubros pero solo 13 empresas son las elegidas para realizar el proyecto.

3.3 Instrumentos:

Para la recolección de datos pretendo utilizar la base de datos de ASOINCO, la cual suministrara toda la información del perfil de las empresas que están dentro del barrio industrial de Coquimbo, en donde de los 50 socios de Asoinco que están inscritos solo 13 empresas serán el grupo objetivo, el propósito principal es analizar la problemática que tiene la revista y lograr que pueda tener mayor alcance tanto nacional como internacional, implementando estrategias de marketing digital para la captación de clientes internacionales, el cual es una meta que beneficia a todos los empresarios que deseen participar publicando en dicha revista digital.

Además, el estudio de nuestra investigación tendrá un carácter mixto ya que tiene una relación directa con las personas para tratar de interpretar el punto de vista que tienen sobre este método digital y la aceptación que tenga en la industria para potenciar la publicación en el espacio digital.

Para la recopilación de la información se realizara un Focus Group, es una técnica cualitativa porque para el reclutamiento de la información se conoce el perfil de la empresa a la cual se le realizara una encuesta, esta técnica se realiza con un grupo de población pequeña, para tener un límite de opiniones el cual se observarán.

3.4 Descripción base de datos:

Para la medición del tamaño de la muestra se determinó que se tomaran desde un inicio únicamente a los socios inscritos en la Asociación gremial de industriales de Coquimbo, ASOINCO AG. Todo esto con el fin de recolectar fácilmente la información. El tamaño de la muestra serán 13 empresas que pertenecen a ASOINCO AG, es pequeña la población porque se desarrollara la técnica cualitativa, focus group.

Debido a que un empresario es una persona que tiene demasiadas responsabilidades en su día, se tomó la decisión de realizar una encuesta por medio de la aplicación survey monkey, esta encuesta tendrá 9 preguntas, se difundirá el link por medio del grupo de WhatsApp que se tiene con todos los socios de la asociación, así tener una comunicación rápida y sencilla con ellos, dentro de la encuesta hay un espacio en donde se debe colocar el nombre de la empresa la cual realizo la encuesta, con esto se conocerá el origen de los resultados.

3.5 Encuesta:



IMPLEMENTAR ESTRATEGIAS EN MARKETING DIGITAL PARA LA CAPTACIÓN DE CLIENTES INTERNACIONALES

Soy Ana Karina Segovia, les pido el favor de realizar esta encuesta que tiene como objetivo analizar las opiniones de empresarios sobre su percepción sobre una revista empresarial, con el fin de obtener ideas para la implementación de estrategias en la revista digital de Somos Industrias. Todo en pro a ofrecer un mejor servicio en donde las empresas que publican allí, tengan un beneficio y extiendan su lista de clientes.

1. Nombre de la empresa:
2. ¿Qué método utiliza para dar a conocer su empresa en el sector industrial?
 - Redes de personas o la promoción boca a boca
 - Por medio de una plataforma web
 - Medios de comunicación escritos (revistas, periódicos y avisos publicitarios)
 - Ninguna de las anteriores
3. ¿Conoce alguna revista empresarial en la región que este en forma digital?
 - Si
 - No

¿Cuál?

4. ¿En qué medio de comunicación le gustaría publicar sus anuncios empresariales? Selección múltiple.

- Revista Digital
- Revista Escrita – Revista Física
- Diario
- Radio
- Televisión
- Blog de notas
- En una página web propia o de un tercero
- Otro (especificar)

5. ¿Le interesaría promocionar su empresa, publicar temas de interés, publicar necesidades de su empresa, entre otros, en una revista digital?, La cual tiene un mayor alcance tanto regional como internacional debido a que la plataforma digital es la más utilizada y por personas de diferentes partes del mundo.

- Si
- No

6. ¿Usted está suscrito a alguna revista empresarial?

- Si
- No

¿Si su respuesta es SI, en cuál revista? Y si su respuesta es NO, Si no está suscrito, le gustaría suscribirse a alguna revista empresarial de tipo digital o

escrita, la cual le genere mayores beneficios en su actividad comercial por publicar allí, ¿con el fin de expandir su cartera de cliente?

7. ¿Qué secciones le parecería ideal que estuvieran en una revista empresarial?

- Sección de clasificados
- Noticias relevantes
- Empresario del mes
- Emprendimientos
- Haciendo alianzas
- Actividades importantes de la región y el mundo
- Promocionar su producto y/o servicio
- Otro(especificar)

8. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por una publicación mensual en un espacio digital estándar en la página de Somos Industrias?

- De \$10.000 CLP a \$50.000 CLP
- De \$50.000 a \$100.000 CLP
- De \$100.000 CLP a \$200.000 CLP
- De \$200.000 CLP a mas

9. ¿Usted conoce la revista Somos industrias?

- Si
- No

Si su respuesta es SI. ¿En su opinión, que mejoras podría realizar la empresa Somos Industrias en su revista tanto online como escrita?

3.6 Alcances del proyecto:

El proyecto busca llegar principalmente a los socios de ASOINCO, en primera instancia, para que tengan beneficios extraordinarios con esta herramienta de comunicación que se les presenta digitalmente y así obtener mayor alcance en la publicidad y promoción de sus productos y/o servicios con el objetivo de incrementar los clientes, también para ser reconocidos internacionalmente, usando herramientas tecnológicas y estrategias de marketing digital. El objetivo es llegar a más lugares, no solo dentro de la región, para que en otros sectores, ciudades y/o países se interesen en los productos y/o servicios que ofrecen las empresas de la región y poder realizar futuras actividades de intercambio comercial.

3.7 Limitaciones del proyecto:

Dentro de esta propuesta se pueden encontrar ciertos limitantes que pueden intervenir en el proceso de desarrollo del mismo; La disponibilidad de los empresarios para responder una encuesta, el tipo de concepto que tengan sobre el área digital, la actitud con la que se realiza la encuesta porque puede ser la respuesta sesgada por algún acontecimientos que esté sucediendo en el momento de responderla y la aceptación que se tenga por parte de los empresarios porque el que realiza la encuesta es una persona extranjera.

3.8 Descripción de las actividades:

1. Realizar los pilares estratégicos de la empresa como lo son la Misión, Visión y quienes somos para así establecerlos y poderlo tener visible en la página web y en las instalaciones de la empresa.
2. Diseñar y organizar la parte administrativa de la empresa, diseñando el control de ingresos y egresos de la empresa somos industrias.
3. Crear el contrato de inscripción a la revista.
4. Crear una plantilla didáctica con los servicios que ofrece la empresa.
5. Obtener una muestra con la base de datos de los socios de ASOINCO AG.
6. Difundir un mensaje sobre la revista digital enlazándolo al link de www.somosindustrias.cl para abarcar un mayor número de interesados en publicar en la página.
7. Hacer seguimiento, esto realizando llamadas constantemente, y realizar visitas en terreno para llegar a un buen acuerdo y mostrarles el proyecto que se tiene con la revista digital.
8. Organizar cada edición de la revista mensualmente, recopilando toda la información que se tiene en el mes como capacitaciones, reuniones, talleres, actividades de la región y/o del barrio industrial y destacar los emprendimientos, los nuevos emprendimientos y otras secciones más de la revista.

3.9 Resultados

Pregunta 1:

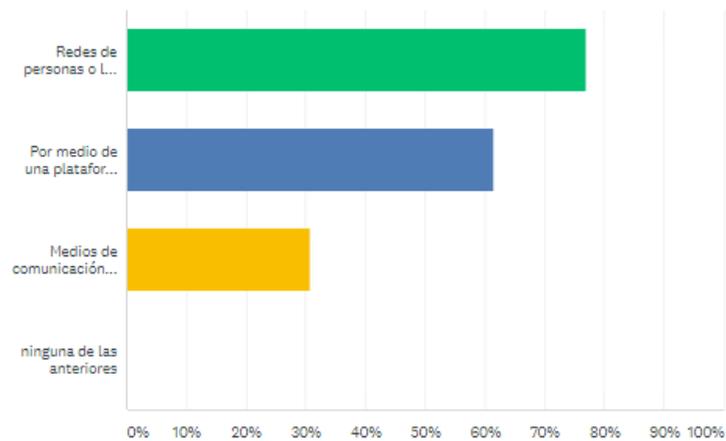
Nombre de la empresa

- Arqa Inmobiliaria SpA
- Omega Seafoods
- NASEG SpA
- Hidratec Ltda.
- Pernostock y cia Ltda.
- Empresa Tecinfo SpA.
- AC Perforaciones S.A
- Killer Pest Ltda.
- Negocios del norte SpA.
- Asoinco AG
- Corretaje Industrial EIRL
- MAFE EIRL
- Imagina CNC

Pregunta 2:

Que método utiliza para dar a conocer su empresa en el sector industrial?

Answered: 13 Skipped: 0

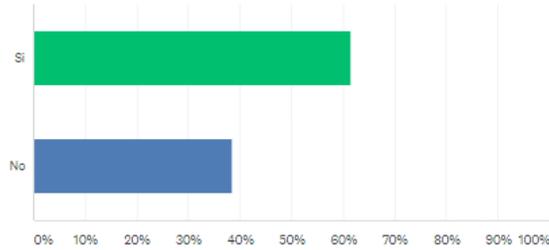


| OPCIONES DE RESPUESTA | RESPUESTAS |
|---|------------|
| ▼ Redes de personas o la promoción boca a boca | 76,92% 10 |
| ▼ Por medio de una plataforma web | 61,54% 8 |
| ▼ Medios de comunicación escritos (revistas, periódicos y avisos publicitarios) | 30,77% 4 |
| ▼ ninguna de las anteriores | 0,00% 0 |
| Total de encuestados: 13 | |

Pregunta 3:

Conoce alguna revista empresarial en la región que este en forma digital?

Answered: 13 Skipped: 0



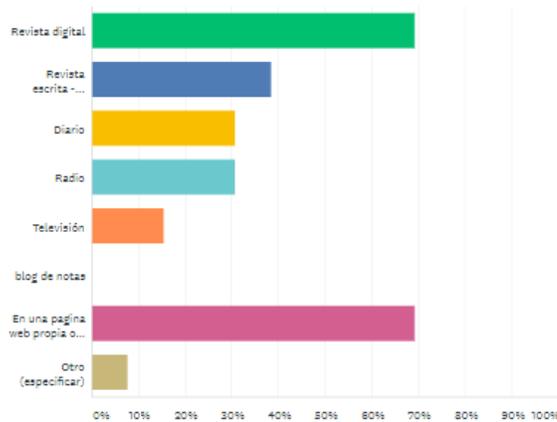
| OPCIONES DE RESPUESTA | RESPUESTAS |
|-----------------------|------------|
| Si | 61,54% 8 |
| No | 38,46% 5 |
| TOTAL | 13 |

En el espacio de comentarios, que decía ¿Cuál revista conocen?, respondieron 7 personas y todas escribían Somos Industria.

Pregunta 4:

En que medio le gustaria publicar sus anuncios empresariales? Selección múltiple.

Answered: 13 Skipped: 0

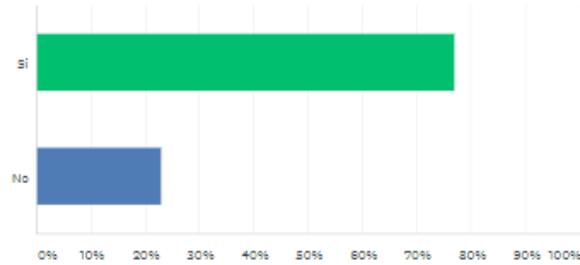


| OPCIONES DE RESPUESTA | RESPUESTAS |
|--|------------|
| Revista digital | 69,23% 9 |
| Revista escrita - revista física | 38,46% 5 |
| Diario | 30,77% 4 |
| Radio | 30,77% 4 |
| Televisión | 15,38% 2 |
| blog de notas | 0,00% 0 |
| En una página web propia o de un tercero | 69,23% 9 |
| Otro (especificar) | 7,69% 1 |
| Total de encuestados: 13 | |

Pregunta 5:

Le interesaría promocionar su empresa, publicar temas de interés, publicar necesidades de su empresa, entre otros, en una revista digital?, La cual tiene un mayor alcance tanto regional como internacional debido a que la plataforma digital es la mas utilizada y por personas de diferentes partes del mundo.

Answered: 13 Skipped: 0

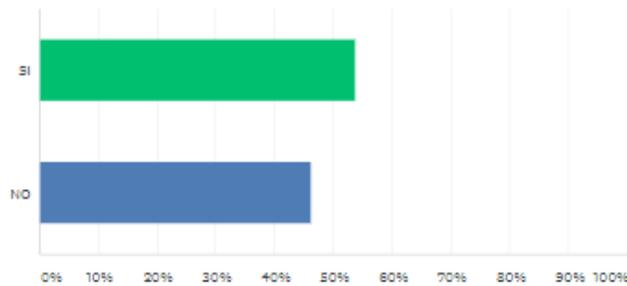


| OPCIONES DE RESPUESTA | RESPUESTAS | |
|-----------------------|------------|----|
| Si | 76,92% | 10 |
| No | 23,08% | 3 |
| TOTAL | | 13 |

Pregunta 6:

Usted esta suscrito a alguna revista empresarial?

Answered: 13 Skipped: 0



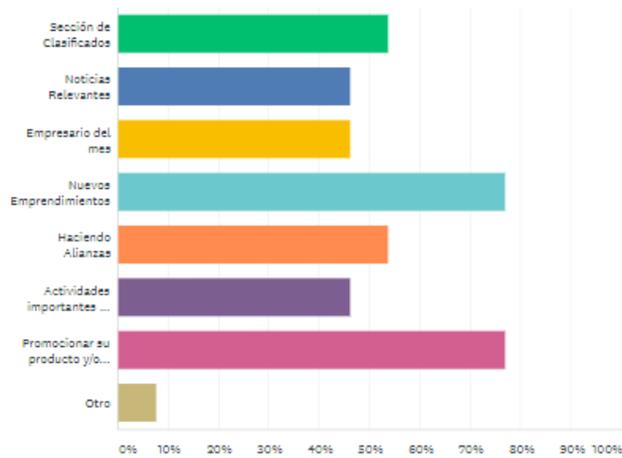
| OPCIONES DE RESPUESTA | RESPUESTAS | |
|--------------------------|------------|---|
| SI | 53,85% | 7 |
| NO | 46,15% | 6 |
| Total de encuestados: 13 | | |

Las 7 empresas que dijeron que si, respondieron en el comentario que dice ¿Cuál? que ellos están suscritos a la revista Somos Industria.

Pregunta 7:

Que secciones le parecería ideal que estuvieran en una revista empresarial?

Answered: 13 Skipped: 0

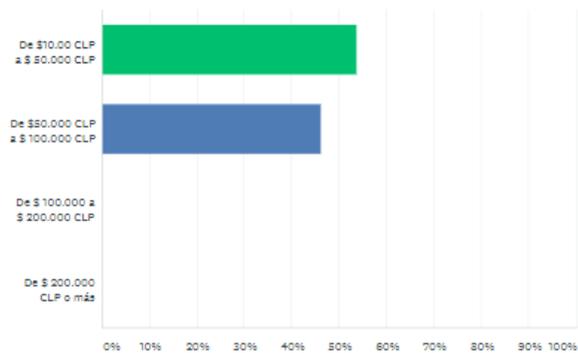


| OPCIONES DE RESPUESTA | RESPUESTAS |
|---|------------|
| Sección de Clasificados | 53,85% 7 |
| Noticias Relevantes | 46,15% 6 |
| Empresario del mes | 46,15% 6 |
| Nuevos Emprendimientos | 76,92% 10 |
| Haciendo Alianzas | 53,85% 7 |
| Actividades importantes de la Región y el Mundo | 46,15% 6 |
| Promocionar su producto y/o servicio | 76,92% 10 |
| Otro | 7,69% 1 |

Pregunta 8:

Cuanto esta dispuesto a pagar por una publicación mensual en un espacio digital estandar en la página de Somos Industrias?

Answered: 13 Skipped: 0

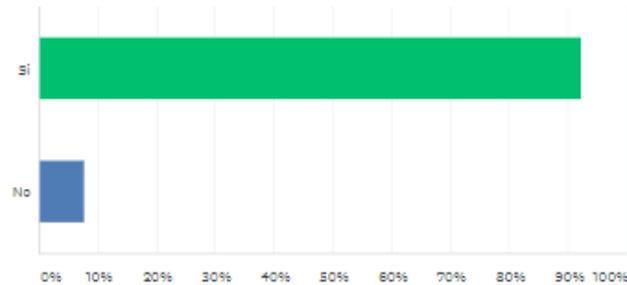


| OPCIONES DE RESPUESTA | RESPUESTAS |
|---------------------------------|------------|
| De \$10.000 CLP a \$50.000 CLP | 53,85% 7 |
| De \$50.000 CLP a \$100.000 CLP | 46,15% 6 |
| De \$100.000 a \$200.000 CLP | 0,00% 0 |
| De \$200.000 CLP o más | 0,00% 0 |
| TOTAL | 13 |

Pregunta 9:

Usted conoce la revista Somos industrias?

Answered: 13 Skipped: 0



| OPCIONES DE RESPUESTA | RESPUESTAS |
|--------------------------|------------|
| Si | 92,31% 12 |
| No | 7,69% 1 |
| Total de encuestados: 13 | |

Comentarios:

- Mostrar más emprendimientos regionales y ser una plataforma de contacto efectiva.
- Información sobre proyectos concursantes del mes.
- Avisos clasificados
- Incluía avisos clasificados
- Ligar la revista a una feria industrial

3.10 Análisis de los resultados

Pregunta 1:

El total de empresas encuestadas fueron 13, una de ellas es la asociación gremial de industriales de Coquimbo, participo para dar una opinión de su punto de vista a partir de conocer la historia que lleva la revista desde que era parte de la asociación y

no una subempresa de ella como lo es actualmente. También participaron otras empresas, las mencionadas anteriormente, todas las empresas son socios de ASOINCO AG.

Pregunta 2:

En esta pregunta los encuestados respondían el método que utilizan para dar a conocer su empresa en el sector, la respuesta era selección múltiple, 10 empresas respondieron que utilizan las redes de personas o la llamada promoción boca a boca, 8 empresas respondieron que por medio de una plataforma web y 4 empresas respondieron que por medios de comunicación escritos como lo son revistas, periódicos y avisos publicitarios.

Pregunta 3:

De los 13 encuestados, un 61,54% respondieron que, si conocen alguna revista empresarial en la región de forma digital y al comentar cual revista, respondían que la revista somos industria, la revista que actualmente se está haciendo una investigación, un 38,46% responden que no conocen alguna revista empresarial en la región.

Pregunta 4:

Esta pregunta es de selección múltiple, los empresarios debían responder la siguiente pregunta ¿en qué medio les gustaría publicar sus anuncios empresariales?, de las 8 opciones que se tenían, las dos respuestas más populares fueron revista digital y en una plataforma web propia o de terceros, las cual obtuvieron 9 empresas que están de acuerdo con estas opciones, 5 empresas dijeron que revista escrita o revista física, 4

en diarios, 4 en la radio, 2 en televisión y en la opción otro, la eligió una persona, la cual colocó, en redes sociales.

Pregunta 5:

En esta pregunta, respondían sobre si les interesaría publicar anuncios empresariales o de algún interés en una revista digital, respondieron esta encuesta 13 empresas, el 76,92% responden que si están interesados y el 23,08% responden que no están interesados.

Pregunta 6:

El total de empresas que respondieron esta pregunta fueron 13, el 53,85% que corresponden a 7 empresas, respondieron que si están suscritos a una revista empresarial, de los cuales 5 están suscritos a la revista somos industrias, el resto no respondieron, el 46,15% respondieron que no están suscritos a ninguna revista empresarial y solo 1 empresa de ellas responde que si les interesaría suscribirse a una revista empresarial.

Pregunta 7:

En esta pregunta, la respuesta es de selección múltiple, son 8 opciones que responden la pregunta del tipo de secciones que les parecería ideal que estuvieran en una revista empresarial, la encuesta la realizaron 13 empresas. Las opciones que tuvieron más puntaje fueron la sección de nuevos emprendimientos y una sección donde se promocionen los productos y/o servicios obteniendo como resultado 10 empresas, la opción siguiente tuvo 7 votos que son sección de clasificados y haciendo

alianzas, en esta última se pretende dar a conocer los diferentes acuerdos comerciales que han surgido por intermediación de la revista digital, 6 votos tuvieron las secciones de noticias relevantes, empresario del mes y actividades importantes de la región y el mundo. En la opción de pregunta abierta responde 1 empresa, la cual da como respuesta una sección de aviso de clasificado.

Pregunta 8:

Esta pregunta hace referencia al poder de compra que tiene cada empresa para publicar en la revista somos industrias, el 53,85%, 7 empresas responden que están dispuestos a pagar entre \$10.000 CLP y \$50.000 CLP por un espacio estándar y un 46,15%, 6 de las empresas responden que pagarían entre \$50.000 CLP y \$100.000 CLP.

Pregunta 9:

En esta última pregunta se analiza la percepción que tienen sobre la revista somos industrias las empresas que la conocen, de las 13 empresas que realizaron la encuesta, el 92,31% respondieron que si conocen la revista y el 7,69% no la conocen. Son varias las sugerencias que dan las empresas, opinan que la revista somos industrias debe mostrar más emprendimientos regionales y ser una plataforma de contacto efectiva, ligar la revista a una feria industrial, informar a la comunidad sobre proyectos concursantes del mes y de potenciar la sección clasificados.

4. CONCLUSIÓN

La implementación de estrategias en marketing digital para la captación de clientes internacionales entra a beneficiar a las empresas del barrio industrial y a la región de coquimbo porque al anunciar un productos y/o servicio en una plataforma digital se abre un gran espacio comercial al mundo, debido que este medio de comunicación tiene mayor alcance como técnica de promoción, transmitiendo la información a diferentes continentes, países, etc.

Para realizar un análisis de las opiniones de los socios de Asoinco sobre el tema digital se realiza una encuesta a 13 empresas pertenecientes a la asociación gremial de industriales de Coquimbo, las cuales se necesitaba conocer la percepción que tienen sobre al revista somos industrias y conocer si tienen ellos alguna estrategia de marketing para su empresa. Cada una de las preguntas están valoradas de diferentes maneras, cada una con un objetivo, pero con la misma meta que es obtener la opinión de los participantes, sobre plataformas digitales.

Al analizar los resultados de la muestra se obtuvo que más del 90% de los socios encuestados conocen la revista somos industrias, muchos de ellos están suscritos actualmente o han publicado unas vez en algún momento. Se obtuvo como resultado que el método más utilizado para dar a conocer su empresa es por la técnica del boca a boca y otro poco utiliza plataformas web, esto nos demuestra que la herramienta digital aun no es un tema fuerte en la región, los mercados están muy cerrados. Una gran proporción de los encuestados están de acuerdo en innovar sus métodos de promoción

como lo es utilizar revistas digitales debido a que tiene mayor cobertura en el mundo de los negocios. También se tiene presente que el 100% de los encuestados tienen un poder de compra bajo, para un espacio publicitario estándar, no tienen la capacidad de cumplir con un alto valor, esto complicaría un poco la puesta en marcha de una plataforma virtual porque casi siempre las entidades que realizan estas labores presentan valores altos en el diseño de estas plataformas. En base a las sugerencias que suministraron las 13 empresas en la séptima pregunta y la última pregunta, se pueden tomar decisiones para implementar estrategias en marketing, en pro al mejoramiento de la plataforma virtual y la revista impresa de la empresa Somos Industrias para prestar un buen servicio a los suscriptores, el cual puedan abarcar otros continentes, teniendo un alcance mundial.

Por lo tanto, si se trabaja en la idea de implementar estrategias en marketing digital para cada una de las empresas, por medio de la herramienta digital de Somos Industrias, las empresas de la región de coquimbo dejarían de estar trabajando en un mercado cerrado, se deja a un lado la técnica de promoción por redes de personas o la promoción boca a boca la cual está muy limitada, todas las actividades comerciales se ejercerían en el mismo núcleo el cual no tendría crecimientos y no habría apertura a otros mercados, ya que no obtendrían beneficios extraordinarios sino beneficios normales. Como se desarrolla en otros países, actualmente el acceso al internet es un derecho básico del país, en donde en muchos países la era digital se convierte indispensable en el día a día, desde comprar una botella con agua hasta poder encontrar un lugar para vivir, las plataformas virtuales es el nuevo supermercado virtual de todas las empresas y de las personas.

5. RECOMENDACIONES

En base a todo lo observado en las encuestas, se obtiene que se necesita en una primera instancia a un asistente comercial, el cual tenga la capacidad de promocionar el espacio digital y de establecer alianzas con esta herramienta.

En la versión impresa de la revista, se debe reducir al mínimo de gastos en la producción para que el espacio publicitario sea más llamativa y así se puede financiar con capital propio porque actualmente no es rentable. En esta también incluye, para el magazine de la plataforma web, se recomienda que sea más óptimo, reducir algunos costos de mantención y de empresas externas que diseñan cada edición y diseña el magazine.

Motivar a los socios de la asociación gremial de industriales de Coquimbo a estar activos en las ediciones de la revista tanto digital como escrita, incentivándolos con precios especiales o convenios especiales, así poderlos ayudar a crecer en la cartera de clientes y en la actividad comercial.

Ser constante en la publicación de las ediciones, siempre determinar que fechas se va a mostrar la nueva edición y mantener en constante actualización de datos el magazine. Además, por medio de las herramientas de redes sociales como lo son Facebook y Instagram se pueden obtener mayor público.

6. LISTA DE REFERENCIAS

Chile atiende, Mayo 2019, tu empresa en un día, recuperado de:

<https://www.chileatiende.gob.cl/fichas/21409-tu-empresa-en-un-dia>

Rentería, JJ, 2014, ¿Que es una empresa individual de responsabilidad limitada?,

recuperado de: [https://www.misabogados.com/blog/es/que-es-una-empresa-](https://www.misabogados.com/blog/es/que-es-una-empresa-individual-de-responsabilidad-limitada-eirl)

[individual-de-responsabilidad-limitada-eirl](https://www.misabogados.com/blog/es/que-es-una-empresa-individual-de-responsabilidad-limitada-eirl)

Occ mundial, Junio 2019, ¿Qué es un análisis FODA y como se hace?, recuperado de:

<https://www.occ.com.mx/blog/que-es-un-analisis-foda-y-como-se-hace/>

García, Iván, Enero 2018, Definición de focus group, recuperado de:

<https://www.economiasimple.net/glosario/focusgroup>

BBC News, Julio 2019, Cuáles son los 5 países más "conectados" del mundo,

recuperado de: <https://www.bbc.com/mundo/vert-tra-49040357>

WikiHow, Sin Año, Como escribir un conclusión, recuperado de:

<https://es.wikihow.com/escribir-una-conclusi%C3%B3n>