

ESCUELA DE POSGRADO NEWMAN

MAESTRÍA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS



**Propuesta de mejora para el marketing digital de la empresa
Inversiones Textiles del Pacífico S.A.C. de la ciudad de Lima,
2021**

**Trabajo de Investigación
para optar el Grado a Nombre de la Nación de:**

Maestro en
Administración de Negocios

Autor:
Bach. Sosa Guillén, Lucía Francesca

Docente Guía:
Dr. Velarde Molina, Jehovanni Fabricio

TACNA – PERÚ

2022

“El texto final, datos, expresiones, opiniones y apreciaciones contenidas en este trabajo
son de exclusiva responsabilidad del (los) autor (es)”

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE GENERAL	- 3 -
ÍNDICE TABLAS.....	- 8 -
ÍNDICE FIGURAS	- 9 -
RESUMEN.....	- 11 -
INTRODUCCIÓN.....	- 13 -
CAPÍTULO I ANTECEDENTES DEL ESTUDIO.....	- 15 -
1.1 Título del tema.....	- 15 -
1.2 Planteamiento del Problema	- 15 -
1.3 Objetivos de la investigación.....	- 16 -
1.3.1. Objetivo general	- 16 -
1.3.2. Objetivos específicos.....	- 17 -
1.4 Justificación.....	- 17 -
1.4.1. Teórica.....	- 17 -
1.4.2. Metodológica	- 18 -
1.4.3. Práctica.....	- 18 -
1.5 Metodología.....	- 19 -
1.5.1. Características de diseño de investigación.....	- 19 -
1.5.2. Metodología de la investigación	- 19 -
1.5.3. Investigación bibliográfica.....	- 20 -
1.5.4. Exploratoria	- 20 -
1.5.5. Investigación descriptiva.....	- 20 -

1.5.6. Investigación correlacional	- 20 -
1.6 Definiciones.....	- 21 -
1.6.1. Marketing digital	- 21 -
1.6.2. Neuromarketing	- 21 -
1.6.3. Email marketing.....	- 22 -
1.6.4. Comercio electrónico	- 22 -
1.6.5. Página web.....	- 22 -
1.6.6. Redes sociales	- 22 -
1.6.7. Facebook.....	- 23 -
1.6.8. WhatsApp Bussiness.....	- 23 -
1.7 Alcances y Limitaciones	- 23 -
1.7.1. Organizacionales.....	- 23 -
1.7.2. Sectoriales.....	- 23 -
1.7.3. Geográficos	- 23 -
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO	- 24 -
2.1 Conceptualización de variables y/o tópicos de estudio	- 24 -
2.1.1. Marketing.....	- 24 -
2.1.2. Marketing digital	- 24 -
2.2 Bases teóricas de las variables y/o tópicos de estudio	- 25 -
2.2.1. Mejora en el plan de marketing digital	- 26 -
2.2.1.1. Factores del plan de marketing digital	- 27 -
2.2.1.2. Componentes del marketing digital.....	- 27 -

2.2.1.3. Estrategias de marketing digital.....	- 29 -
2.2.1.4. Marketing mix digital o 4Cs.....	- 29 -
2.3. Modelos de marketing Digital	- 34 -
2.4 Importancia del Marketing Digital	- 34 -
2.5 Análisis comparativo de las bases teóricas	- 35 -
2.6 Análisis crítico de las bases teóricas.....	- 36 -
CAPITULO III MARCO REFERENCIAL	- 38 -
3.1. Reseña histórica.....	- 38 -
3.2. Filosofía organizacional.....	- 38 -
3.2.1. Políticas de calidad.....	- 38 -
3.2.2. Misión	- 39 -
3.2.3. Visión.....	- 39 -
3.2.3 Principios y valores.....	- 39 -
3.3. Diseño organizacional	- 41 -
3.4. Productos y servicios	- 43 -
3.5. Diagnostico organizacional	- 46 -
CAPITULO IV RESULTADOS	- 48 -
4.1 Marco Metodológico	- 48 -
4.1.1 Técnica.....	- 49 -
4.1.2 Instrumento	- 51 -
4.1.3 Herramienta.....	- 51 -

4.2 Diagnostico..... - 52 -

4.2.1 Diseño de la encuesta - 53 -

4.2.1.1 Desarrollo de la encuesta..... - 54 -

4.2.1.2 Hallazgos de la encuesta - 64 -

4.2.2 Diseño de la entrevista - 65 -

4.2.2.1 Desarrollo de la entrevista..... - 66 -

4.2.2.2 Hallazgos de la entrevista - 74 -

4.2.3 Ishikawa de la empresa Inversiones Textiles del Pacífico S.A.C. - 76 -

4.2.3.2 Análisis del diagrama de Ishikawa de INTEPA..... - 77 -

4.3 Desarrollo de la propuesta de mejora para INTEPA..... - 79 -

4.3.2 Matriz de desarrollo de la propuesta de mejora - 82 -

4.3.3 Análisis del desarrollo de la propuesta de mejora de INTEPA - 83 -

4.4 Mecanismo de control - 87 -

4.4.2 Análisis del mecanismo de control - 88 -

4.4.3 Presupuesto de la propuesta de mejora de INTEPA..... - 90 -

4.4.3.2 Análisis costo beneficio de la propuesta de mejora..... - 91 -

4.5 Mecanismos de implementación - 92 -

CAPITULO V SUGERENCIAS - 93 -

CONCLUSIONES..... - 96 -

BIBLIOGRAFÍA - 98 -

ANEXOS..... - 101 -

FICHA DE ENCUESTA	- 101 -
FICHA DE ENTREVISTA	- 103 -
FOTOGRAFÍAS DE INTEPA.....	- 105 -

ÍNDICE TABLAS

Tabla 1 Análisis Comparativo Industrias Textiles del Pacifico S.A.C.....	- 36 -
Tabla 2 Página web y productos	- 54 -
Tabla 3 Tiempo de navegación en internet.....	- 55 -
Tabla 4 Frecuencia de uso de redes	- 56 -
Tabla 5 Red social de uso frecuente	- 57 -
Tabla 6 Revisión de publicidad y oferta en correo electrónico.....	- 58 -
Tabla 7 Publicidad en redes sociales	- 59 -
Tabla 8 Internet	- 60 -
Tabla 9 Promociones en redes sociales.....	- 61 -
Tabla 10 Mejora de la página web.....	- 62 -
Tabla 11 Motivo de compra en línea.	- 63 -
Tabla 12 Desarrollo de la guía de entrevista	- 66 -
Tabla 13 4Ps de Marketing.....	- 81 -
Tabla 14 Matriz de desarrollo de la propuesta de mejora de la empresa Inversiones Textiles del Pacífico S.A.C	- 82 -
Tabla 15 Mecanismo de control de la propuesta de mejora de la empresa Inversiones Textiles del Pacífico S.A.C	- 87 -
Tabla 16 Presupuesto de la propuesta de mejora de la empresa Inversiones Textiles del Pacífico S.A.C	- 90 -

ÍNDICE FIGURAS

Figura 1. Marketing mix digital.....	- 31 -
Figura 2. Redes sociales	- 33 -
Figura 3. Valores de la empresa.....	- 41 -
Figura 4. Estructura organizacional	- 42 -
Figura 5. Hilos	- 43 -
Figura 6. Tela cruda	- 44 -
Figura 7. Tela Acabada	- 44 -
Figura 8. Servicio de teñido	- 45 -
Figura 9 Página web y productos	- 54 -
Figura 10 Tiempo de navegación en internet	- 55 -
Figura 11 Frecuencia de uso de redes	- 56 -
Figura 12 Red social de uso frecuente	- 57 -
Figura 13 Revisión de publicidad y oferta en correo electrónico	- 58 -
Figura 14 Publicidad en redes sociales	- 59 -
Figura 15 Internet	- 60 -
Figura 16 Promociones en redes sociales.....	- 61 -
Figura 17 Mejora de la página web	- 62 -
Figura 18 Motivo de compra en línea.	- 63 -

Figura 19 Espina de Ishikawa de la empresa Inversiones Textiles del Pacifico S.A.C- 76

-

Figura 20 Pagina web de la empresa Inversiones Textiles del Pacifico S.A.C - 105 -

Figura 21 Servicios de la empresa Inversiones Textiles del Pacifico S.A.C - 105 -

Figura 22 Productos de la empresa Inversiones Textiles del Pacifico S.A.C..... - 106 -

Figura 23 Página de Facebook de la empresa Inversiones Textiles del Pacifico S.A.C... -
106 -

Figura 24 Canales de atención digital de la empresa Inversiones Textiles del Pacifico
S.A.C - 107 -

Figura 25 Videos publicitarios de los productos - 107 -

Figura 26 Envíos a nivel nacional..... - 108 -

RESUMEN

Inversiones Textiles del Pacífico S.A.C. es una empresa peruana con 7 años de experiencia se fundó en el año 2014, se dedica al comercio textil, la empresa se dedica a ofrecer una amplia variedad de telas de tejido de punto, tela cruda e hilos de alta calidad para la industria textil, por ello mediante el proyecto se plantea la elaboración de una propuesta de mejora para el marketing digital con la finalidad de optimizar las gestiones administrativas y financieras de la organización y así incrementar su índice de ventas.

Para cumplir con el objetivo planteado el proyecto empleó el enfoque cualitativo, la investigación exploratoria, descriptiva y de tipo bibliográfica-documental, que permitió recabar la información necesaria para su desarrollo, y que, en base al diagnóstico situacional de la empresa, permitió identificar los aspectos del plan de marketing digital que deben solucionados de manera inmediata y oportuna dentro de la organización.

Con el diseño e implementación de la propuesta de mejora se pretende determinar las estrategias y medios digitales a ser aplicados en el área de marketing para potenciar su proceso de posicionamiento de la marca y productos textiles, y con ello contribuir a la captación y fidelización de nuevos clientes que incrementen el volumen de ventas y la rentabilidad económica y financiera de la empresa.

Los principales hallazgos han sido, a causa de la pandemia de Covid-19, se vive una nueva normalidad a la cual se han debido acoplar, para eso el uso del servicio de internet ha resultado una herramienta bastante útil, la cual se ha implementado en las empresas, para poder continuar con las activas de la mismas, por esto el mayor porcentaje de ellos concuerdan en que, el uso de las plataformas digitales son un medio para de conexión entre la empresa y el cliente.

Se le consultó a los encuestados si conocen la página web de la empresa Inversiones Textiles del Pacífico S.A.C, los servicios y productos que ofrecen en línea, teniendo como resultado que, menos del 50% está familiarizado con la página web o conoce de ella, lo que implica que el rendimiento y objetivo de la página no se da de manera idónea creando desventajas para la empresa, puesto que este medio es un factor fundamental para que las personas conozcan la empresa y adquieran los productos ofrecidos.

En cuanto a la página web de la empresa, también se preguntó a los encuestados, cual sería las opciones o apartado que según su criterio debería ser implementado en la página web de la empresa Inversiones Textiles del Pacífico S.A.C, teniendo como resultado que, el mayor número de clientes sugiere la implementación de asesoría en línea, esto con la finalidad de ser atendido y guiado por un asesor que facilite las consultas y compras que desean realizar mediante este medio.

Conforme a sus hallazgos se determinó que el valor de la propuesta de mejora para el marketing digital de la empresa Inversiones Textiles del Pacífico S.A.C, corresponde a un valor de S/.22.169,33 la cual aportará a la empresa con múltiples beneficios, uno de los principales beneficios que tendrá la empresa es la propagación efectiva de publicidad de su marca y productos textiles en las plataformas digitales a nivel nacional, dicha publicidad aportará de manera importante al cumplimiento e incremento de la venta de sus productos.

Por lo que la empresa se realizó una inversión económica, para la implementación de nuevas herramientas, las cuales le permitirán, realizar las ventas establecidas, así como también lograr el reconocimiento de su marca, la actividad y productividad de la empresa se incrementará debido a la captación de nuevos clientes.

INTRODUCCIÓN

En el mundo globalizado en que vivimos la tecnología avanza cada día más y su uso como medio de difusión de información es aprovechado por las empresas para promocionar y posicionar sus productos en el mercado tanto nacional como internacional. Por lo que el marketing digital ha cobrado mayor importancia en el sector empresarial sobre todo por la utilización de los diferentes canales digitales para captar más clientes y garantizar su fidelización a la marca.

Es por ello que el proyecto investigativo tiene como objetivo principal elaborar una propuesta de mejora para el marketing digital de la empresa Inversiones Textiles del Pacífico S.A.C. de la ciudad de Lima, debido a que actualmente el principal problema por el que atraviesa la empresa es la utilización de estrategias de marketing tradicionales que no contribuyen al desarrollo y crecimiento de la misma.

Con la realización y aplicación de la propuesta de mejora se espera que la empresa Inversiones Textiles del Pacífico S.A.C., identifique los problemas que se presentan en el área de marketing y poder determinar y aplicar estrategias innovadoras mediante el uso de páginas web y redes sociales como Facebook, WhatsApp, Instagram y medios audiovisuales como YouTube que permitan la mejora en la socialización de los productos textiles.

La propuesta de mejora para el marketing digital de la empresa Inversiones Textiles del Pacífico S.A.C., desarrolló de la siguiente manera.

En el primer capítulo, se abordan los aspectos relacionados con los antecedentes del estudio investigativo, la hipótesis, objetivo general y objetivos específicos, la metodología utilizada y los alcances y limitaciones de la investigación.

En el segundo capítulo, conceptualizado como Marco Teórico se establece el análisis de la investigación, la conceptualización, importancia, los modelos de las variables relacionadas con el tema de estudio investigativo, así como el análisis comparativo y crítico de las variables de la investigación.

En el tercer capítulo, señalado como Marco Referencial se describen los aspectos relacionados a la reseña histórica, filosofía y diseño organizacional del trabajo de investigación.

En el cuarto capítulo, descrito como Resultados se plantean los elementos concernientes al diagnóstico situacional de la empresa, para luego proceder a la elaboración y diseño de la propuesta de mejora.

En el quinto capítulo, denominado como Sugerencias se redactan las respectivas conclusiones y recomendaciones de la investigación se establecen las referencias bibliográficas empleadas en el proyecto de investigación.