



**UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA**  
La Universidad Católica de Loja

**UNIDAD ACADÉMICA TÉCNICA Y TECNOLÓGICA**

**TECNOLOGÍA SUPERIOR EN COMUNICACIÓN Y  
MARKETING ESTRATÉGICO**

**Plan de comunicación estratégica y marketing digital para  
la empresa mundo seguridad smart system**

Trabajo de integración curricular previo a la obtención del título de:

**TECNÓLOGA SUPERIOR EN COMUNICACIÓN Y  
MARKETING ESTRATÉGICO**

Autora: Cordones Valencia, Zayra Paulina

Director: Castillo Cevallos, Vanessa Patricia

QUITO

2024



*Esta versión digital, ha sido acreditada bajo la licencia Creative Commons 4.0, CC BY-NC-SA: Reconocimiento-No comercial-Compartir igual; la cual permite copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra, mientras se reconozca la autoría original, no se utilice con fines comerciales y se permiten obras derivadas, siempre que mantenga la misma licencia al ser divulgada. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>*

2024

## **Aprobación del director del Trabajo de Integración Curricular**

Loja, 09 de septiembre de 2024

Magíster

Vanessa Patricia Castillo Cevallos

**Director de la Tecnología Superior en Comunicación y Marketing Estratégico**

Quito.-

De mi consideración:

Me permito comunicar que, en calidad de director del presente Trabajo de Integración Curricular denominado: Plan de comunicación estratégica y marketing digital para la empresa Mundo Seguridad Smart System realizado por Zayra Paulina Cordones Valencia ha sido orientado y revisado durante su ejecución, así mismo ha sido verificado a través de la herramienta de similitud académica institucional, y cuenta con un porcentaje de coincidencia aceptable. Por ello, y por considerar que cumple con los parámetros establecidos por la Universidad, doy mi aprobación para continuar con el proceso académico correspondiente. Particular que comunico para los fines pertinentes.

Atentamente,

Director: Vanessa Patricia Castillo Cevallos

C.I.: 1104287683

Correo electrónico: [vpcastillo@utpl.edu](mailto:vpcastillo@utpl.edu)

### **Declaración de autoría y cesión de derechos**

Yo, Zayra Paulina Cordones Valencia, declaro y acepto en forma expresa lo siguiente:

Ser autor (a) del Trabajo de Integración Curricular denominado: Plan de comunicación estratégica y marketing digital para la empresa Mundo Seguridad Smart System, de la Tecnología Superior en Tecnóloga Superior en Comunicación y Marketing Estratégico, específicamente de los contenidos comprendidos en: Capítulo 1 Metodología, Capítulo 2 Análisis de Resultados, Capítulo 3 Plan de Comunicación Estratégica y Marketing Digital, siendo (nombres y apellidos completos), director (a) del presente trabajo; también declaro que la presente investigación no vulnera derechos de terceros ni utiliza fraudulentamente obras preexistentes. Además, ratifico que las ideas, criterios, opiniones, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad. Eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones judiciales o administrativas, en relación con la propiedad intelectual de este trabajo.

Que la presente obra, producto de mis actividades académicas y de investigación, forma parte del patrimonio de la Universidad Técnica Particular de Loja, de conformidad con el artículo 20, literal j), de la Ley Orgánica de Educación Superior; y, artículo 91 del Estatuto Orgánico de la UTPL (Universidad Técnica Particular de Loja), que establece: "Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad", en tal virtud, cedo a favor de la Universidad Técnica Particular de Loja la titularidad de los derechos patrimoniales que me corresponden en calidad de autor/a, de forma incondicional, completa, exclusiva y por todo el tiempo de su vigencia.

La Universidad Técnica Particular de Loja puede ingresar el trabajo al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública, según el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Autor: Zayra Paulina Cordones Valencia

C.I.: 172040477-9

Correo electrónico: [zpcordones@utpl.edu.ec](mailto:zpcordones@utpl.edu.ec)

## Dedicatoria

En primer lugar, quiero dedicar esta tesis a Dios, mi guía y fortaleza, quien ha sido mi luz en los momentos más oscuros y mi soporte en los desafíos más grandes. Sin su infinita misericordia y amor, no habría tenido la sabiduría y el valor para llegar hasta aquí.

A mi hija Neith Ramón, mi mayor inspiración y apoyo incondicional. Eres mi luz en la oscuridad y mi mayor motivación para superarme cada día. Todo lo que soy y todo lo que he logrado es gracias a ti. Tu amor y tu presencia en mi vida me han dado la fuerza necesaria para seguir adelante y alcanzar mis sueños.

A mi querido Paulito, no sé qué tan bien hice en esta vida para haberte conocido, pero agradezco cada día por ello. Gracias por tu apoyo constante, tu ayuda desinteresada, tu infinita paciencia y comprensión. No se puede expresar todo lo bueno que has hecho por mí en unas pocas líneas, pero quiero que sepas que tu presencia en mi vida ha sido un regalo invaluable.

A mis padres, Esthela Valencia y Luis Cordones, quienes me han enseñado el verdadero significado del amor, la perseverancia y la dedicación. Mamá, tu incansable lucha y tu ejemplo de fortaleza han sido mi guía. Aunque somos muy diferentes, este logro es un regalo para ti, porque sin tu apoyo y tus enseñanzas, no estaría aquí hoy. Papá, gracias por ser mi pilar y por enseñarme que de los errores también se aprende y que siempre se puede volver a empezar. Vuestra sabiduría y amor incondicional me han dado las herramientas para enfrentar la vida con valentía y determinación.

A mi tío Ernesto, por siempre creer en mí y por mostrarme con su ejemplo lo lejos que uno puede llegar con esfuerzo y dedicación. Sus palabras de aliento y su fe en mis capacidades me han impulsado a nunca rendirme.

A mi tía Lu, cuyas palabras siempre llegan a lo más profundo de mi corazón y cuyos consejos han sido una guía invaluable en mi vida. Sus enseñanzas han dejado una huella imborrable en mí, y siempre llevaré tus palabras conmigo.

A mis hermanos, Nataly y John, a quienes amo profundamente. Todo lo que hago, lo hago también pensando en ustedes. Vuestra presencia en mi vida ha sido un apoyo constante y una fuente de motivación. Gracias por estar siempre a mi lado y por ser un pilar fundamental en mi vida.

A mis sobrinos, Dominic y Grillo, quienes me llenan de alegría y esperanza. Ustedes son una gran parte de mi inspiración y mi deseo de ser una mejor persona cada día.

A ti, que has estado conmigo desde el inicio hasta el final de este viaje, a quienes llegaron y a quienes se fueron durante este proceso, mi más profundo agradecimiento. Tu compañía, apoyo y palabras de aliento han sido fundamentales para que hoy pueda celebrar este logro. Finalmente, a ti, Zayra, mujercita, lo lograste. Después de tanto esfuerzo y dedicación, después de superar innumerables obstáculos, por fin has alcanzado tu meta. Te costó tiempo, pero lo lograste. ¡Zayra, lo lograste! Este logro es una prueba de tu resiliencia y determinación, y es solo el comienzo de muchas más victorias por venir.

## **Agradecimiento**

A la Universidad Técnica Particular de Loja, mi más sincero agradecimiento por brindarme la oportunidad de formarme académicamente en un entorno de excelencia y compromiso. Su dedicación a la educación de calidad ha sido fundamental en mi desarrollo profesional y personal.

En especial, quiero expresar mi gratitud a la Magíster Vanessa Karina Duque Rengel, por toda su enseñanza, paciencia, ayuda y guía a lo largo de mi formación. Su conocimiento y dedicación han sido una fuente de inspiración y un pilar esencial en mi aprendizaje. Gracias por creer en mí y por impulsarme a dar lo mejor de mí en cada etapa de este proceso.

También quiero agradecer a la Magíster Vanessa Patricia Castillo Cevallos, mi directora del Trabajo de Integración Curricular, por su apoyo incondicional. Su orientación y confianza en mi capacidad me han motivado a perseverar y a superar los desafíos que se presentaron. Su contribución ha sido invaluable para la culminación de este importante logro.

A todas las personas que forman parte de esta prestigiosa institución, gracias por su compromiso con la excelencia académica y por ser parte de mi camino hacia la realización de este sueño.

**Índice de contenido**

<b>Carátula .....</b>	<b>I</b>
<b>Declaración de autoría y cesión de derechos .....</b>	<b>III</b>
<b>Dedicatoria .....</b>	<b>V</b>
<b>Agradecimiento.....</b>	<b>VII</b>
<b>Índice de contenido .....</b>	<b>VIII</b>
<b>Índice de tablas .....</b>	<b>X</b>
<b>Índice de figuras .....</b>	<b>XI</b>
<b>Resumen .....</b>	<b>1</b>
<b>Abstract.....</b>	<b>2</b>
<b>Introducción .....</b>	<b>3</b>
<b>Capítulo Uno Metodología .....</b>	<b>5</b>
<b>1.1. Problemática .....</b>	<b>5</b>
<b>1.2. Objetivos del Trabajo de Integración Curricular .....</b>	<b>7</b>
<b>1.2.1. Objetivo General.....</b>	<b>7</b>
<b>1.2.2. Objetivos específicos .....</b>	<b>7</b>
<b>1.3. Diseño y enfoque de la investigación .....</b>	<b>7</b>
<b>1.4. Técnicas de investigación .....</b>	<b>8</b>
<b>1.4.1. Revisión documental.....</b>	<b>9</b>
<b>1.4.2. Observación directa .....</b>	<b>10</b>
<b>1.4.3. Análisis de contenido.....</b>	<b>11</b>
<b>1.4.4. Encuesta .....</b>	<b>11</b>

1.5. Análisis de los resultados .....	12
<b>Capítulo Dos Análisis de Resultados .....</b>	<b>14</b>
2.1. Brief del anunciante.....	14
2.2. Brief estratégico: descripción de la empresa .....	18
2.3. PESTEL.....	23
2.4. FODA.....	26
2.5. Análisis de la situación actual de marketing mix .....	28
2.6. Modelo de evaluación de comunicación 2.0 en los medios sociales .....	29
2.7. Análisis de resultados cruce de variables y análisis de la información .	31
<b>Capítulo tres Plan de Comunicación Estratégica y Marketing Digital.....</b>	<b>35</b>
3.1. Objetivos del plan.....	35
3.1.1. <i>Objetivo general</i> .....	35
3.1.2. <i>Objetivos específicos (Smart)</i> .....	35
3.2. Mapa de stakeholders y públicos objetivos .....	35
3.3. Segmentación de mercado.....	36
3.4. Buyer persona .....	38
3.5. Plan de acción estratégico – táctico .....	40
3.6. Estrategia creativa .....	48
3.7. Línea grafica .....	50
<b>Conclusiones .....</b>	<b>52</b>
<b>Recomendaciones .....</b>	<b>54</b>
<b>Referencias .....</b>	<b>56</b>

**Índice de tablas**

<b>Tabla 1 Brief del anunciante de la empresa Mundo Seguridad Smart System .....</b>	<b>14</b>
<b>Tabla 2 Brief estratégico de la empresa Mundo Seguridad Smart System .....</b>	<b>19</b>
<b>Tabla 3 Análisis PESTEL realizado en la empresa Mundo Seguridad Smart System ..</b>	<b>24</b>
<b>Tabla 4 Análisis FODA desarrollado en la empresa Mundo Seguridad Smart System</b>	<b>26</b>
<b>Tabla 5 Marketing mix de la empresa Mundo Seguridad Smart System .....</b>	<b>28</b>
<b>Tabla 6 Modelo de evaluación de comunicación 2.0 en los medios sociales de la empresa Mundo Seguridad Smart System.....</b>	<b>30</b>
<b>Tabla 7 Segmentación de mercado.....</b>	<b>37</b>
<b>Tabla 9 Estrategias de marketing digital para Mundo Seguridad Smart System, logrando incrementar el tráfico al nuevo sitio web y aumentar en la tasa de conversión de visitantes a clientes en un plazo de 3 meses. ....</b>	<b>40</b>
<b>Tabla 10 Plan de comunicación estratégica para Mundo Seguridad Smart System, incrementando el engagement en redes sociales y mejorando en la percepción de marca entre el público objetivo en un periodo de 6 meses. ....</b>	<b>44</b>

**Índice de figuras**

<b>Figura 1 Buyer persona para Mundo Seguridad Smart System .....</b>	<b>38</b>
<b>Figura 2 Logotipo de Mundo Seguridad Smart System .....</b>	<b>50</b>
<b>Figura 3 Colores para la línea gráfica.....</b>	<b>51</b>
<b>Figura 4 Línea grafica .....</b>	<b>51</b>

## Resumen

El objetivo general de este estudio fue elaborar un plan de comunicación y marketing digital para la empresa Mundo Seguridad Smart System, con el fin de aumentar su visibilidad en el ámbito digital del mercado de seguridad electrónica en Ecuador para el año 2024. e utilizó un enfoque mixto de investigación, integrando métodos cuantitativos y cualitativos. El diseño de la investigación fue exploratorio y descriptivo, permitiendo una comprensión integral de las dinámicas de la empresa y la efectividad de las estrategias implementadas. Las técnicas de investigación incluyeron la revisión documental, la observación directa y el análisis de contenido. Estas técnicas permitieron identificar las oportunidades y desafíos específicos del sector, así como evaluar la efectividad de las estrategias de comunicación y marketing digital implementadas. El estudio concluye que el plan de comunicación y marketing digital desarrollado para Mundo Seguridad Smart System permitió establecer una hoja de ruta clara y efectiva para aumentar su visibilidad en el mercado de seguridad electrónica en Ecuador.

*Palabras clave: Plan, comunicación, marketing, digital.*

### **Abstract**

The general objective of this study was to develop a digital communication and marketing plan for the company Mundo Seguridad Smart System, in order to increase its visibility in the digital field of the electronic security market in Ecuador by the year 2024. and used an approach mixed research, integrating quantitative and qualitative methods. The research design was exploratory and descriptive, allowing a comprehensive understanding of the company's dynamics and the effectiveness of the implemented strategies. The research techniques included documentary review, direct observation and content analysis. These techniques made it possible to identify the specific opportunities and challenges of the sector, as well as evaluate the effectiveness of the communication and digital marketing strategies implemented. The study concludes that the digital communication and marketing plan developed for Mundo Seguridad Smart System allowed the establishment of a clear and effective roadmap to increase its visibility in the electronic security market in Ecuador.

*Keywords: Plan, communication, marketing, digital.*

## Introducción

La empresa Mundo Seguridad Smart System, ubicada en Quito, Ecuador, se enfrenta a desafíos significativos que limitan su expansión y consolidación en el ámbito digital. La falta de una página web y una presencia activa en redes sociales ha obstaculizado su capacidad para atraer y retener clientes en un mercado altamente competitivo y globalizado. Este estudio aborda estos problemas elaborando un plan de comunicación estratégica y marketing digital, para aumentar la visibilidad de la empresa en el mercado de seguridad electrónica en Ecuador para el año 2024.

Para dar respuesta a la problemática planteada, se desarrollaron estrategias específicas que incluyen la creación de un sitio web moderno y responsivo, optimizado para SEO (Search Engine Optimization), y la implementación de campañas de marketing digital y comunicación estratégica. Estas acciones están diseñadas para incrementar el tráfico al sitio web y la tasa de conversión de visitantes a clientes, así como para mejorar el engagement en redes sociales y la percepción de marca entre el público objetivo.

El alcance de los objetivos planteados se ha cumplido mediante la implementación de un enfoque mixto de investigación, que integra métodos cuantitativos y cualitativos. Este enfoque ha permitido una comprensión integral de las dinámicas de la empresa y la efectividad de las estrategias implementadas, donde las facilidades encontradas incluyen el acceso a herramientas de análisis avanzadas y la colaboración con expertos en desarrollo web y marketing digital.

Por otro lado, la metodología utilizada en este estudio incluyó un diseño exploratorio y descriptivo, apoyado en técnicas de revisión documental, observación directa y análisis de contenido. Estas técnicas permitieron identificar las oportunidades y desafíos específicos del sector, así como evaluar la efectividad de las estrategias de comunicación y marketing digital implementadas.

De esta manera, el trabajo se estructura en los siguientes capítulos:

- El Capítulo uno Metodología, el cual dicho epígrafe aborda la problemática del estudio, los objetivos del trabajo de integración curricular, el diseño y enfoque de la investigación con sus respectivas técnicas investigativas.
- El Capítulo dos Análisis de los Resultados, en este punto se sintetiza todos los datos obtenidos tras la aplicación de las técnicas de investigación, donde se expone el Brief del anunciante y estratégico, el análisis PESTEL y FODA, la evaluación del marketing mix de la empresa, el modelo de comunicación 2.0 en los medios sociales, donde para finalizar se desarrolló un cruce de variables y análisis de la información.
- El Capítulo tres Plan de Comunicación Estratégica y Marketing Digital, en este apartado se expone los objetivos de dicho plan, el mapa de stakeholders y público objetivo, contando con su respectiva segmentación de mercado y buyer persona, lo cual deriva en la creación del plan de acción estratégico-tácitico y la estrategia digital.

La importancia de esta investigación radica en su capacidad para proporcionar a Mundo Seguridad Smart System una hoja de ruta clara y efectiva para mejorar su presencia en línea y competitividad en el mercado de seguridad electrónica. Además, este estudio ofrece un marco de referencia valioso para otras empresas del sector que enfrentan desafíos similares, contribuyendo así al desarrollo del marketing digital y la comunicación estratégica en la industria de la seguridad electrónica en Ecuador.

## Capítulo Uno

### Metodología

#### 1.1. Problemática

La empresa Mundo Seguridad Smart System, es reconocida por su papel en el campo de las soluciones de seguridad electrónica, ubicada en la ciudad de Quito, Ecuador. Actualmente enfrenta una serie de desafíos críticos que obstaculizan su expansión y consolidación en el ámbito digital, esto ha permitido que la empresa no pueda atraer y retener clientes en un mercado cada vez más competitivo y globalizado.

Dentro de las carencias encontradas, se destaca la falta de una página web en la empresa, derivando esto una limitante considerable en su visibilidad en línea. Es así que, un sitio web no es solo una ventana al mundo digital, sino también se puede entender como un factor esencial para ofrecer información completa sobre los servicios que ofrece la empresa, alcanzado así una reputación acorde y canales de comunicación efectivos con los posibles clientes. No obstante, el no contar con esta herramienta digital puede representar una oportunidad perdida en cuanto a la canalización de las personas interesadas y, además, de desperdiciar un medio efectivo para transformar a los visitantes en clientes comprometidos.

En este caso, la creación de un sitio web representa un avance clave para la empresa Mundo Seguridad Smart System, elevando significativamente su accesibilidad y su imagen de marca. Cabe agregar que, un sitio web cuidadosamente elaborado puede representar un incremento importante en la interacción con los clientes, proporcionándoles toda la información necesaria de forma clara, facilitando sus preguntas y permitiendo un contacto fluido y directo con la empresa. Además, al integrar el sitio con herramientas de análisis de vanguardia, la empresa puede seguir de cerca su desempeño y optimizar sus tácticas de mercado al instante, lo que garantiza una evolución constante y potencia el impacto de sus campañas de marketing.

Adicionalmente, se observa que dicha empresa no aprovecha al máximo las redes sociales y otros medios digitales para conectarse con su público. Estas plataformas son esenciales en el marketing de hoy en día, ya que facilitan un diálogo directo con las personas

y la creación de una comunidad en torno a la empresa. A propósito, la interacción activa con los clientes a través de estas plataformas es fundamental para reforzar la imagen de la empresa y promover una lealtad duradera hacia la marca.

La actividad irregular de la empresa en las plataformas digitales ha representado una disminución total en su visibilidad, afectando así la comunicación con su audiencia. Cabe aclarar que, el mantener una presencia activa y constante en redes sociales es esencial para desarrollar y preservar una relación fuerte con la audiencia, por lo que, en cualquier caso, el compartir contenido interesante y de calidad de manera regular, va a contribuir en su presencia activa en el mercado y la atracción de forma más cómoda en cuanto a nuevos clientes se refiere.

Debido a todos estos factores, se identifica que la falta de un plan estratégico de comunicación, representa para la empresa un gran desafío para abordar, donde sin este tipo de estrategia, no se puede desempeñar acciones claras sobre lo que representa el marketing digital, lo cual deriva en realizar acciones poco pertinentes para la consecución de las metas empresariales pautadas, y el desaprovechamiento del posible impacto que se puede generar a través de diferentes métodos comunicacionales y de contenido digital.

En virtud de ello, se analiza que la creación de un plan estratégico de comunicación se convierte en un recurso clave para la empresa en evaluación, actuando como un elemento esencial para las acciones de marketing, contribuyendo así en los objetivos corporativos. Por ende, este tipo de plan garantiza que cada paso dado sea en dirección a la visión empresarial y facilita una coordinación más efectiva de las actividades estratégicas, optimizando el uso de los recursos y enfocando los esfuerzos en metas concretas. Es importante acotar que, el establecer este tipo de táctica permite identificar al público objetivo, la definición del mensaje clave y la elección de canales de comunicación apropiados.

Tomando en cuenta todo lo expuesto, la importancia de este estudio reside en su atención a la carencia de conocimiento especializado en el área y en cómo una estrategia de comunicación y marketing digital sólida puede impulsar un cambio significativo en la presencia online de la organización en un mercado digital muy competitivo. Frente a este contexto,

emerge la pregunta de investigación que orienta el análisis subsiguiente: ¿Qué estrategias y acciones específicas deben integrarse en un plan de comunicación y marketing digital para Mundo Seguridad Smart System, con el fin de maximizar su visibilidad y presencia en el mercado de seguridad electrónica digital en Ecuador durante el año 2024?

## **1.2. Objetivos del Trabajo de Integración Curricular**

Desde la posición de Arias (2021), se argumenta que los objetivos de la investigación son las metas precisas que se determinan como guía para cualquier tipo de estudio, siendo esencial para mantener debidamente dirigido la investigación (p. 32).

Considerando lo anterior, los objetivos del presente trabajo de integración curricular quedan pautados de la siguiente manera:

### **1.2.1. Objetivo General**

Elaborar un plan de comunicación y marketing digital para la empresa Mundo Seguridad Smart System, para aumentar su visibilidad en el ámbito digital del mercado de seguridad electrónica en Ecuador para el año 2024.

### **1.2.2. Objetivos específicos**

- Diagnosticar la gestión de comunicación y marketing digital de la empresa Mundo Seguridad Smart System.
- Proponer un plan de comunicación y marketing digital para Mundo Seguridad Smart System con el propósito de fortalecer su presencia en línea y mejorar su posicionamiento entre sus diversos públicos objetivo.

## **1.3. Diseño y enfoque de la investigación**

De acuerdo con lo citado por Arias (2021) el diseño de la investigación es “las estrategias, procedimientos y pasos que se debe tener para abordar la investigación, lo que encierra un conjunto de procedimientos racionales y sistemáticos llevados a cumplir con la solución del problema general” (p. 73).

En este estudio se realizaron varios procesos para abordar la problemática planteada de manera coherente.

Consecutivamente, para esta investigación se realizó un diseño exploratorio y descriptivo, donde según Arias (2021) afirma que estos tipos de diseños buscan proporcionar una visión general de un determinado fenómeno, por lo que es necesario describir las características y funciones del objeto de estudio, así como los factores vinculantes a este (p. 70).

Estos dos diseños permitieron identificar y entender nuevas oportunidades y desafíos específicos del sector. Al mismo tiempo, el seleccionar el diseño de estudio, contribuyó en la definición precisa del objeto de estudio, proporcionando una representación detallada de las prácticas y estrategias digitales que la empresa puede implementar.

En esta misma línea, el enfoque de la investigación lo enfatiza Vizcaíno et al., (2023) como “un papel crucial, determinando la perspectiva desde la cual se aborda el objeto de estudio y, por ende, la naturaleza de los resultados obtenidos” (p. 9726).

A través de esta investigación, se determinó que la orientación del estudio se basó en un enfoque mixto, el cual integra métodos cuantitativos y cualitativos. La elección de este enfoque metodológico fue clave para entender de manera integral cómo interactúan los distintos elementos de la organización con las técnicas de investigación utilizadas.

#### **1.4. Técnicas de investigación**

Las técnicas de investigación se conciben como herramientas esenciales que orientan al investigador a lo largo del proceso de recolección, análisis e interpretación de los datos en evaluación. En este caso, según Useche et al., (2019) manifiesta que las técnicas investigativas “son procedimientos y actividades que permiten comprobar el problema planteado de la variable estudiada en la investigación, por lo tanto, el tipo de investigación determinará la técnica a emplear” (p. 30).

En alusión con lo expuesto, la presente investigación se ha fundamentado en la aplicación de diversas técnicas de indagación tales como:

#### **1.4.1. Revisión documental**

De acuerdo por lo valorado por Medina et al., (2023), la técnica de revisión documental consiste en un análisis detallado y sistemático de documentos preexistentes con el objetivo de destilar datos e interpretaciones de significancia (p. 18).

En el caso del presente estudio, la implementación de esta técnica se orientó hacia la recopilación y valoración detallada de los diversos factores tanto internos como externos que afectan la operatividad de la empresa Mundo Seguridad Smart System. En este caso, la perspectiva retrospectiva de la investigación ofreció una visión completa de cómo se mueve el sector, lo que resultó ser un gran aporte para la estrategia del estudio, ya que permitió reconocer patrones y tendencias importantes, así como identificar los principales desafíos en el ámbito de la seguridad electrónica.

Dentro de esta técnica, se estimó el desarrollo de diversos instrumentos para la recolección de la información, por lo que tal y como Fhon (2022) sostiene el análisis PESTEL, es un tipo de valoración que se ejecuta para estipular los factores externos que influyen sobre un determinado proyecto o empresa. Este tipo de herramienta permite realizar un diagnóstico estratégico, logrando categorizar los factores macro ambientales en seis dominios fundamentales: Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ecológicos y Legales (p. 3930).

Así, la evaluación contribuyó a la comprensión del contexto macroeconómico en el que la empresa operó. De igual forma, este análisis permitió estipular los posibles impactos que puedan ocasionar dichos factores sobre funcionamiento de la empresa y en la formulación de estrategias futuras de la organización.

Seguidamente, como señala Barragán y González (2020), el análisis FODA se posiciona como una metodología que estructura la valoración de una entidad corporativa desde ángulos internos y externos (p. 222).

En este panorama, la implementación de este instrumento facilitó la evaluación precisa de la posición competitiva de la empresa Mundo Seguridad Smart System, revelando al detalle, todos los aspectos distintivos de que esta organización representa.

Finalmente, como expresa Fajula (2021) el Brief del anunciante, es comprendido como un documento que presenta una herramienta estratégica esencial, ofreciendo una orientación meticulosa y sistemática en relación con los objetivos, expectativas y lineamientos que deben regir una campaña de comunicación y marketing (p. 127).

Así, el instrumento fue esencial para alinear a los participantes y recursos involucrados, garantizando que las estrategias y acciones emprendidas fueran coherentes con la visión y metas del anunciante. Del mismo modo, su implementación generó una sinergia efectiva entre los distintos departamentos, asegurando una ejecución uniforme y acorde con las metas de la empresa en evaluación.

#### **1.4.2. Observación directa**

La técnica de observación directa, según Arias (2021) revela que es un método que faculta al investigador para adquirir una comprensión exhaustiva y contextual de las dinámicas y prácticas inherentes a la situación objeto de estudio (p.87).

En este contexto, dicha técnica se aplicó después de evaluar la información obtenida del análisis FODA. A través de un examen meticoloso de las fortalezas y debilidades que definen a la empresa, se alcanzó una comprensión profunda de los recursos y capacidades distintivas. Paralelamente, se desarrolló un análisis detallado de las oportunidades y amenazas emergentes en el entorno, siendo esencial para el diseño de estrategias que respondan a los cambios del mercado y a las tendencias predominantes en la industria de la seguridad electrónica.

En esta misma línea, para Thabit y Raewf (2018) describe que el marketing mix es un tipo de método que permite una inspección detallada y minuciosa de las estrategias empresariales, las cuales se alinean con los cuatro pilares fundamentales: producto, promoción, distribución y precio (p. 8).

En lo que concierne al argumento anteriormente expuesto, se implementó este tipo de instrumento en la empresa Mundo Seguridad Smart System, con el objetivo principal de evaluar de manera crítica las estrategias comerciales ejecutadas. Por ello, este proceso

identificó áreas de mejora para fortalecer los enfoques estipulados, para crear dinámicas efectivas de comercialización.

#### **1.4.3. Análisis de contenido**

De acuerdo con Arias (2021), plantea que el análisis de contenido es un tipo de método que facilita la interpretación de datos para extraer la información clave necesaria en la toma de decisiones estratégicas (p. 99).

En este escenario, en el presente estudio se aplicó un análisis de contenido mediante el modelo de comunicación 2.0, siendo entendido por Vázquez (2020) como una metodología interactiva y participativa dentro del espectro de la comunicación digital, caracterizada por un flujo de información bidireccional que se establece entre las marcas y los usuarios. Este paradigma se distingue por su esencia colaborativa, la cual faculta a los consumidores a no limitarse a la recepción de contenido (p. 5).

Dentro del análisis de contenido efectuado a través del modelo 2.0 de comunicación, se pudo observar que la empresa Mundo Seguridad Smart System experimentó la necesidad de orientar una transformación significativa en su interacción con la audiencia, resultado en la adopción de un enfoque renovado mediante el uso estratégico de medios sociales y plataformas digitales. Por este motivo, la integración de estas herramientas digitales no solo optimizó la comunicación, haciéndola más efectiva y personalizada, sino que también beneficiaron a la organización la capacidad de responder con prontitud y flexibilidad ante las demandas y preferencias cambiantes de su público objetivo.

#### **1.4.4. Encuesta**

Teniendo en cuenta a Arias (2021), plantea que la encuesta es un tipo de técnica investigativa, la cual se enfoca en la recolección de información a un determinado grupo de personas, donde a través de preguntas específicas se puede recopilar los puntos que se deseen abordar (p. 81).

Como resultado se empleó como una encuesta a una población finita, siendo esta entendida por Arias (2021) como un conjunto de elementos que tiene un número fijo y conocido de los miembros (p. 113).

En este caso, se estimó como población finita el total de la cartera de clientes de la empresa Mundo Seguridad, siendo así un total de 780 clientes activos, la cual fue aplicada a través de la herramienta digital de Google Forms.

Por otra parte, la muestra fue elegida mediante un muestreo por conveniencia, el cual es comprendido por Arias (2021) como un método de selección de muestra, los cuales son elegidos basándose en su accesibilidad y facilidad de recolección (p. 114).

Considerando lo anterior, la muestra seleccionada fue de 76 clientes, por lo que las respuestas suministradas de la encuesta permitieron estipular el perfil del consumidor de la empresa Mundo seguridad y también, identificar los medios los elementos que influyen sobre las preferencias de compra de los clientes.

Cabe agregar que, como instrumento realizado se consideró el desarrollo del Brief estratégico, donde lo expresa Cordero y Froilán (2021) como un documento esencial en la planificación estratégica, ya que contiene los objetivos y las tácticas que la empresa seguirá (p. 106).

En el contexto de la empresa Mundo Seguridad Smart System, el Brief Estratégico requirió de una evaluación específica de la competencia, resaltando la existencia de empresas prominentes para la competencia del sector. Además, se examinó la tendencia ascendente en la demanda de soluciones de seguridad electrónica, facilitando la formulación de estrategias orientadas en el aprovechamiento de las tendencias encontradas, permitiendo que la empresa salga ventajosamente en el mercado.

### **1.5. Análisis de los resultados**

Por última parte, el análisis de los resultados es entendido por Arias (2021) como un proceso que constituye una fase crítica en la investigación, donde se procede al examen y la interpretación meticulosa de los datos obtenidos (p. 110).

En cuanto al estudio, el análisis de los resultados se desarrolló evaluando técnicas e instrumentos previamente delineados, dando paso a aspectos clave, donde estos elementos emergen como resultado de un proceso riguroso.

En este caso, dada la naturaleza mixta del enfoque de la investigación, la información cualitativa recabada se analizó mediante la categorización de los resultados, logrando identificar patrones para la estructuración del plan de comunicación estratégica y marketing digital. Por otro lado, los datos cuantitativos fueron analizados mediante estadística descriptiva con el propósito de organizar y sintetizar la información a través de frecuencias y porcentajes, dando como resultado la identificación de tendencias, las cuales fueron necesarias para la realización del Brief estratégico.

## Capítulo Dos

### Análisis de Resultados

En el presente capítulo se sintetizó y analizó toda la información recabada a través de las técnicas e instrumentos aplicados en la empresa Mundo Seguridad Smart System, lo cual permitió identificar desde los aspectos del macro y microentorno en donde opera la empresa, como también los factores y estrategias necesarias para poder estructurar adecuadamente el plan de comunicación estratégica y marketing digital, por ello se evalúa a continuación los siguientes aspectos:

#### 2.1. Brief del anunciante

Como punto de partida, el Brief del anunciante de la empresa Mundo Seguridad permitió la realización del diagnóstico de la situación actual de la empresa, donde se pudo entender las estrategias y tácticas de marketing y comunicación. En este caso, dicho instrumento favoreció en la identificación de las áreas de oportunidad y mejorar a través de la definición de los objetivos, segmentación del público objetivo y cronograma de ejecución.

Es así como en la tabla 1 se puede observar el instrumento realizado para la empresa Mundo Seguridad Smart System:

**Tabla 1**

*Brief del anunciante de la empresa Mundo Seguridad Smart System*

BRIEF DEL AUNICANTE		Quito, 11 de junio 2023
<b>PARTE 1. INFORMACIÓN DE LA EMPRESA</b>		
	<b>Descripción del servicio del producto / servicio</b>	
	Empresa de seguridad electrónico y domótica dedicada a la venta, comercialización, instalación y capacitación de productos de seguridad electrónica.	
<b>Competidores Principales:</b>		
<b>TECNO GLOBAL</b>		
<b>Campañas de marketing y publicidad realizadas ATL y BTL – digital (de los dos últimos años)</b>		
Marketing en redes sociales:		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• TIK-TOK: Se han publicado 20 videos cortos en la red social</li> <li>• Facebook: Se realizan dos (2) campañas mensuales con segmentación geográfica.</li> </ul>		

- Marketing de contenido: Se crea y comparte contenido valioso y educativo a través de videos para establecer a la empresa como un referente en el campo de la seguridad electrónica, donde se ha publicado en la plataforma de YouTube siete (7) videos de los dos últimos años.
- Email marketing: Se envía correos periódicamente a clientes y suscriptores para mantenerlos informados sobre las últimas novedades, ofertas especiales o promociones de productos de seguridad electrónica.

---

## PARTE 2. DATOS DE CARÁCTER ESTRATÉGICO PARA ENFOCAR LA CAMPAÑA

---

Objetivos de marketing	Objetivo de comunicación
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilizar las redes sociales y otras plataformas digitales para genera una comunidad en línea de clientes satisfechos y promover el boca a boca positivo.</li> <li>• Establecer alianzas estratégicas con distribuidores o integradores de sistemas para aumentar la distribución y llegar a nuevos mercados.</li> <li>• Aumentar el tráfico y la participación en el sitio web de la empresa mediante tácticas de SEO y marketing de contenidos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear conciencia sobre la importancia de la seguridad electrónica en el mercado objetivo.</li> <li>• Educar a los clientes potenciales sobre las soluciones de seguridad electrónica disponibles y sus beneficios.</li> <li>• Generar interés en los nuevos productos o servicios de seguridad electrónica lanzados por la empresa.</li> <li>• Promover casos de éxitos y testimonios de clientes satisfechos para demostrar la eficacia de las soluciones de seguridad electrónica de la empresa.</li> </ul>

---

### Estrategia de comunicación:

- Estrategia de contenido educativo: Crear y difundir contenido relevante y útil sobre seguridad electrónica a través de reels, guías, infografías y videos, para educar a los clientes potenciales.
- Estrategia de presencia en eventos: Participar en ferias comerciales, conferencias y eventos del rector de la seguridad electrónica para mostrar los productos y servicios de la empresa MUNDO SEGURIDAD.
- Estrategia de marketing de contenidos: Crear y difundir contenido de calidad en diferentes plataformas, para atraer a la audiencia y establecer relaciones a largo plazo.
- Estrategia de redes sociales: Utilizar plataformas de redes sociales relevantes para alcanzar al potencial cliente.
- Estrategia de marketing por correo electrónico: Mantener una lista de suscriptores y enviar correos electrónicos periódicos con contenido relevante.

---

### Target / Público objetivo:

Hogares, comercios y negocios locales, microempresas, empresas, viviendas departamentales, instituciones educativas, personas desempleadas técnicos, instaladores profesionales sin certificación.

---

### Análisis de las características del producto

---

---

### **Sistemas de videovigilancia**

Estos sistemas incluyen cámaras de seguridad y grabadoras que permiten monitorear y grabar imágenes en tiempo real. Pueden ser cámaras analógicas o cámaras IP que se conectan a una red.

- Cámara de seguridad domo: Cámara de video resistente y compacta con movimiento y zoom controlado, ideal para monitorear áreas amplias con alta resolución de imagen y visión nocturna
- Cámara de seguridad bullet: Cámara de video resistente a la intemperie con forma de bala, diseñada para una instalación fácil en exteriores y una visión clara y nítida durante el día y noche.
- Cámara de seguridad PTZ (Pan-Tilt-Zoom): Cámara motorizada que puede moverse horizontal y verticalmente, así como realizar zoom óptico para capturar detalles precisos en áreas amplias.

---

### **Sistema de Control de acceso:**

Estos sistemas permiten autorizar o denegar el acceso a áreas restringidas mediante el uso de tarjetas de proximidad, códigos o biométricos como huellas dactilares o reconocimiento facial.

---

### **Alarmas de intrusión:**

Las alarmas de intrusión detectan la presencia no autorizada en una propiedad y activan una alarma sonora o envían una notificación a un centro de monitoreo al propietario.

- Sensor de movimiento: Sensor que detecta el movimiento en una determinada área y activa una alarma o acción, ideal para proteger áreas sensibles o detectar intrusiones no autorizadas.
- Sensor de apertura de puertas/ventas: Sensor magnético que detecta la apertura de puertas o ventanas y activa una alarma, proporcionando una capa adicional de seguridad para proteger accesos vulnerables.

---

### **Sistemas de detección de incendios**

Sensor que detecta la presencia de humo o cambios significativos de temperatura y activa una alarma para advertir sobre posibles incendios, salvaguardando vidas y propiedades.

---

### **PRESUPUESTO**

- Diseño y desarrollo de un sitio web atractivo y funcional, creación de una plataforma en línea para clientes, integración con sistemas de gestión de clientes.
  - Ventas y distribución: Los costos asociados con la fuerza de ventas, distribución y comercialización de productos.
  - Servicio al cliente y soporte técnico: Se destinan fondos para brindar un excelente servicio al cliente, donde soporte técnico es el pilar fundamental para mantener la satisfacción del cliente y así garantizar la efectividad de los productos de seguridad electrónica.
  - Gastos de mantenimiento, actualización de sistemas y software.
  - Contratación de personal de ventas y comisiones.
  - Costos de infraestructura.
-

- 
- Almacenamiento en la nube.
- 

### **DISTRIBUCIÓN DE MEDIOS**

---

- Sitio web bien diseñado y optimizado.
  - Marketing y publicidad: Es esencial y se destina una gran parte del presupuesto en actividades de marketing y publicidad para promocionar los productos y servicios de seguridad electrónica en una sola red social, siendo esta la plataforma de Facebook.
  - Creación de anuncios en línea, selección de plataformas y redes sociales relevantes, segmentación de audiencia, seguimiento y análisis de resultados.
  - Participación en ferias comerciales y eventos de la industria.
  - Envío de correo postal o campañas de correo electrónico.
- 

### **TIMING:**

- El tiempo en el que se presentan las campañas de marketing en la empresa de seguridad electrónica puede variar dependiendo de varios factores, como la estrategia de marketing, los objetivos específicos de la campaña y las características del público objetivo.
  - Las campañas en la empresa de seguridad electrónica se presentan a diferentes audiencias, dependiendo de los objetivos de la campaña y los productos o servicios que se estén promocionando como lo son consumidores finales, instituciones, empresas y comercios.
  - La empresa de seguridad electrónica MUNDO SEGURIDAD tiene un tiempo de respuesta medio, cuando se trata de consultas y solicitudes de los clientes. Esto implica brindar asesoramiento, presentar propuestas y proporcionar estimaciones de costos.
  - Implementación de proyectos: El tiempo requerido para la implementación de cada uno de los proyectos de seguridad electrónica varía dependiendo de la complejidad y el alcance del proyecto. Esto implica la instalación de sistemas de seguridad electrónica, configuración de hardware y software.
  - Mantenimiento y soporte técnico: La empresa de seguridad electrónica MUNDO SEGURIDAD brinda servicios de mantenimiento y soporte técnico. Esto implica la resolución de problemas, la reparación de equipos y la reposición de componentes en caso de ser necesario.
- 

### **RECOMENDACIONES Y RESTRICCIONES**

---

- Cumplimiento normativo: La empresa de seguridad electrónica debe conocer y cumplir todas las leyes y regulaciones aplicables en el ámbito de la seguridad y privacidad de la información.
  - Evaluación de riesgos: Antes de implementar soluciones de seguridad electrónica, es recomendable realizar una evaluación de riesgos para identificar las necesidades específicas de cada cliente y determinar las soluciones más adecuadas.
  - Personal capacitado: Es importante contar con personal capacitado y certificado en los sistemas y tecnologías de seguridad electrónica.
  - Mantenimiento regular: Se recomienda establecer programas de mantenimiento regular para garantizar el correcto funcionamiento de los sistemas de seguridad electrónica.
-

- 
- No se debe utilizar tecnología de seguridad electrónica para actividades ilegales o no éticas.
  - Se deben respetar los derechos de privacidad de los individuos y obtener su consentimiento para el uso de sistemas de seguridad electrónica que involucren la captura, el monitoreo o el almacenamiento de datos personales.
- 

*Nota.* En la tabla se observa diagnóstico inicial de la empresa, la identificación de las estrategias actuales, la definición de los objetivos con su respectiva segmentación y análisis de los productos y servicios ofrecidos.

Según la tabla 1, el briefing del anunciante reveló datos significativos sobre la empresa Mundo Seguridad, abarcando sus tácticas didácticas, participación en eventos relevantes, estrategias de marketing de contenidos y gestión de redes sociales. Se especificó también, el segmento de mercado al que se dirigen, además de una descripción exhaustiva de los productos y servicios que comercializan. Adicionalmente, se expuso el presupuesto designado para diversas áreas operativas y estratégicas, tales como el desarrollo del sitio web, procesos de venta y distribución, atención al cliente, y la actualización y mantenimiento de sistemas.

## **2.2. Brief estratégico: descripción de la empresa**

Según la encuesta aplicada, se expone como principales resultados que el rango de edad de los clientes activos oscila entre 18 y 54 años, donde el 53 % son hombres y el 47 % mujeres. El 90 % de los encuestados piensa que la empresa Mundo Seguridad da confianza a sus clientes, mientras que el 10 % no brinda suficiente seguridad.

Seguidamente, el 92% asegura que recomendaría los servicios que ofrece la empresa Mundo Seguridad y solo el 8% concuerda en no realizar ningún tipo de recomendación. Por último, se resalta que el 40% de los participantes seleccionaron la experiencia como aspecto más importante al momento de elegir una empresa de seguridad electrónica; en contraposición el 32% optó por el precio y el 28% por la tecnología.

En concordancia con lo anteriormente expuesto, los resultados de la encuesta permitieron crear el respectivo Brief estratégico de la empresa Smart System, el cual contribuyó en la recolección detallada de la situación actual de la empresa, tanto desde su entorno competitivo como de las estrategias de marketing y comunicación para su mejor

presencia en el mercado donde opera. En este contexto, se estipula en la tabla 2 el instrumento elaborado en Mundo Seguridad:

**Tabla 2**

*Brief estratégico de la empresa Mundo Seguridad Smart System*

<b>BRIEF EMPRESA MUNDO SEGURIDAD SMART SYSTEM</b>	<b>Quito, 11 de junio 2023.</b>
<b>PARTE 1. INTRODUCCIÓN</b>	
<b>ANTECEDENTES</b>	
<b>Por qué: Análisis estratégico de la competencia.</b>	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA:</b>	
El problema es la creciente preocupación por la seguridad, los robos y actos de vandalismo en propiedad residenciales y comerciales, los delitos y las amenazas, lo que ha generado una demanda cada vez mayor de soluciones efectivas y confiables para proteger personas, propiedades y activos.	
<b>OPORTUNIDAD</b>	
El mayor número de incidentes de seguridad ha generado una mayor conciencia en los ciudadanos sobre la importancia de proteger personas, propiedades y activos, lo que crea una gran oportunidad para la empresa seguridad electrónica de ofrecer soluciones efectivas	
<b>ANTECEDENTES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crecimiento: La industria de seguridad electrónica ha experimentado un crecimiento debido al aumento de la inseguridad y la demanda de protegerse.</li> <li>• Cambios en las necesidades del mercado: Las necesidades y expectativas de los clientes en cuanto a seguridad han cambiado y ahora abarcan una gama más amplia de aplicaciones.</li> <li>• Competencia en el mercado: El mercado de seguridad electrónica es altamente competitivo, con numerosas empresas que ofrecen productos y servicios similares.</li> <li>• Importancia de la confianza y reputación: El sector de seguridad electrónica, la confianza y la reputación son aspectos críticos.</li> </ul>	
<b>PARTE 2. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA COMPETENCIA</b>	
Existe empresas de seguridad electrónica bien establecidas en el mercado con una amplia base de clientes y una reputación sólida. Estas empresas a menudo ofrecen una amplia gama de productos y servicios, teniendo un ventaja en términos de experiencia y recursos ante la empresa MUNDO SEGURIDAD.	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se ha analizado la capacidad del competidor para adoptar y desarrollar tecnología, analítica de video, sistemas de detección, entre otros productos, que por el momento no proporcionan ventajas competitivas.</li> <li>• Se han evaluado las estrategias de precios utilizadas por el competidor y se comprendió la estructura de costos asociada a sus productos y servicios. Esto ha permitido identificar posibles ventajas competitivas basadas en precios.</li> </ul>	

- 
- La presencia geográfica del competidor en otra ciudad y su capacidad para atender a diferentes segmentos de mercado les ha dado una ventaja en comparación con la empresa MUNDO SEGURIDAD.
  - Capacidades más amplias de instalación y soporte técnico.
- 

### ¿QUIÉNES Y CÓMO SON?

---

#### TECNO GLOBAL

Es una empresa que ofrece productos y servicios similares a los de la empresa MUNDO SEGURIDAD SMART SYSTEM y compiten directamente con la empresa por el mismo nicho y segmentación de mercado. Esta empresa competidora tiene un enfoque similar en términos de tecnología, calidad, precios y alcance geográfico.

---

#### PRODUCTO / SERVICIO / MARCA

---

#### ¿Con qué percibe en la actualidad nuestra marca?

- La marca mundo seguridad se destaca por su enfoque innovador y la adopción de tecnología avanzada en soluciones de seguridad electrónica.
- La calidad y durabilidad de los productos de seguridad son conocidos por su alta calidad, durabilidad y rendimiento confiable a largo plazo. La empresa garantiza con su instalación su óptimo funcionamiento.
- La marca cuenta con expertos en seguridad electrónica y tiene una sólida experiencia. La empresa se percibe ahora como un negocio confiable capaz de dar soluciones efectivas.

#### Mensaje El qué: Un único pensamiento que queremos transmitir

- Se destaca por la calidad de excepcional y durabilidad a largo plazo. Cada componente se diseñó y probó mucho para resistir los desafíos más exigentes, ofreciendo una protección robusta y confiable siempre. Además, la empresa se enorgullece en ofrecer un soporte técnico del primer nivel, para asegurar el máximo aprovechamiento de la inversión en seguridad electrónica.
  - Los cursos están diseñados para convertir a los participantes en un experto en la industria de la seguridad electrónica, abarcando una amplia gama de temas, desde fundamentos básicos hasta técnicas avanzadas. De esta manera, se aprenderá sobre los últimos avances en tecnología de seguridad, domótica, análisis de riesgo, entre otros. Es así que, el objetivo es brindar las herramientas y los conocimientos necesarios para enfrentar los desafíos de la seguridad más exigentes.
- 

#### LA MARCA

---

#### Beneficios emocionales y racionales.

- Tranquilidad y paz mental: La empresa de seguridad electrónica brinda la tranquilidad de saber que hogares, negocios o seres queridos, están protegidos las 24 horas del día, los 7 días de la semana.
  - Confianza y seguridad: La marca tiene una reputación sólida y ha demostrado su eficacia en la protección de propiedades y personas.
-

- 
- Tecnología avanzada: Los productos están equipados con características y funciones innovadoras que garantizan una protección eficiente y eficaz.
  - Calidad y durabilidad: La empresa se compromete en ofrecer productos de la más alta calidad, que sean duraderos y confiables a largo plazo.
  - Soporte técnico y servicio al cliente: El equipo de soporte técnico, altamente capacitado y amigable, está listo para ayudar en caso de cualquier pregunta, problema o consulta.
- 

### ÚNICA PROPOSICIÓN DE VENTA (USP)

---

“Experimenta el poder de la tecnología avanzada en seguridad electrónica: Mantente un paso adelante de los peligros actuales con nuestra EMPRESA innovadora y una vigilancia constante.”

---

### PARTE 3. CONOCIMIENTO DEL CONSUMIDOR.

---

Público objetivo: Target estratégico: ¿Quiénes son?, ¿Qué interés tienen?, ¿Cuáles son sus motivaciones?, ¿Por qué les debe atraer nuestra comunicación?, ¿Cuáles son las necesidades no evidentes por cubrir o la motivación que se quiere activar? (Insights)

---

Público objetivo:

Hogares, comercios, negocios locales, microempresas, empresas, viviendas departamentales, instituciones educativas, personas desempleadas, técnicos, instaladores profesionales sin certificación.

---

#### 1. Familias preocupadas por la seguridad del hogar:

- Intereses: Proteger a sus seres queridos, mantener un entorno seguro y tranquilo.
- Motivaciones: Tranquilidad y paz mental, saber que es su hogar y sus seres queridos están protegidos.
- Atracción de la comunicación: La comunicación debe resaltar como los productos brindan una seguridad sólida y confiable, permitiendo que las familias se sientan protegidas y en control de su entorno.

#### 2. Propietarios de pequeñas y medianas empresas:

- Intereses: Proteger sus activos comerciales, evitar robos, garantizar la seguridad de los empleados y clientes.
- Motivaciones: Mantener la continuidad del negocio, reducir pérdidas financieras, brindar un entorno seguro y confiable.
- Atracción de la comunicación: La comunicación debe mostrar como los productos de seguridad electrónica ayudan a proteger los activos comerciales, minimizar riesgos y proporcionar una seguridad sólida, lo que a su vez fortalece la confianza de los clientes y empleados.

#### 3. Administradores de propiedades y condominios:

- Intereses: Mantener la seguridad en el lugar, prevenir el acceso no autorizado, garantiza la tranquilidad de los residentes.
  - Motivaciones: Mantener una reputación positiva, mejorar la calidad de vida de los residentes, reducir riesgos y responsabilidades legales.
-

- **Atracción de la comunicación:** La comunicación debe ayudar a los administradores de propiedades y condominios a garantizar la seguridad de los residentes, prevenir intrusiones y mantener un entorno seguro y agradable.

#### 4. Capacitaciones profesionales:

- **Intereses:** Mejorar sus conocimientos y habilidades en seguridad electrónica, al tanto de las últimas tendencias y tecnologías, obteniendo así certificaciones reconocidas en el campo de la seguridad.
- **Motivaciones:** Avanzar en sus carreras profesionales, aumentar su empleabilidad y oportunidades laborales, brindando un mejor servicio de seguridad a sus organizaciones.
- **Atracción de la comunicación:** La comunicación debe trascender en capacitaciones, las cuales le permitan adquirir conocimientos especializados, obtener certificaciones reconocidas y fortalecer sus habilidades en seguridad electrónica, lo que les abrirá nuevas oportunidades laborales y les permitirá destacar en sus roles actuales.

---

### PARTE 4. CREACIÓN Y PIEZAS.

---

Mensaje central. Que nos piden: tono de la comunicación, medios, información adicional, timing, Incentivos, entre otros. Descripción del Core Creative Idea o la idea creativa central.

- **Tono de comunicación:** Se utilizará un tono profesional y empático para transmitir seguridad y confianza en soluciones de seguridad electrónica.
- **Medios:** Se utilizará medios digitales como redes sociales, Facebook, TIK-TOK, YouTube para llegar a un público amplio.
- **Información adicional:** Se proporcionará detalles técnicos sobre las soluciones, como especificaciones, funcionalidades y casos de éxito.
- **Timing:** Identificar momentos estratégicos para lanzar la campaña, como antes de periodos de alta demanda de seguridad (por ejemplo, vacaciones).
- **Incentivos:** Ofrecer incentivos atractivos para motivar a los clientes potenciales a tomar acción. Por ejemplo, ofrecer descuentos especiales en cursos de capacitación y certificación.

---

### PRODUCCIÓN, PIEZAS, DISTRIBUCIÓN, FECHA DE SALIDA, PRESUPUESTO.

---

- **Producción de piezas:** Creación de un vídeo promocional, que destaquen los beneficios claves de los cursos de capacitación. El vídeo incluirá imágenes de los cursos de seguridad y testimonios de clientes satisfechos. Presupuesto estimado: \$20 dólares. Fecha de salida: 1 de Julio.
- **Distribución:** Emisión del vídeo promocional con publicidad pagada, en medios digitales (Facebook – TIK-TOK). Publicación de contenido en redes sociales, incluyendo publicaciones en Facebook e Instagram. El contenido incluirá consejos de seguridad. Presupuesto estimado: \$200 dólares. Fecha de salida: 1 de agosto.

---

### MOTIVACIÓN Y FRENOS DE COMPRA

---

**Motivación de compra en seguridad electrónica:**

**Frenos de compra en la seguridad electrónica:**

---

- 
- |   |   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuidado y resguardo de sus vidas y bienes muebles.</li> <li>• Confianza y serenidad.</li> <li>• Mitigación de riesgos a sufrir pérdidas.</li> <li>• La implementación de sistemas de seguridad electrónica contribuye a mejorar la calidad de vida.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inversión inicial.</li> <li>• Falta de conciencia</li> <li>• Dificultad de instalación y operación.</li> <li>• Desconfianza en la eficacia.</li> </ul> |
|---|---|
- 

#### **PARTE 5. OTRAS CONSIDERACIONES A TENER EN CUENTA**

---

- Crear contenido educativo que resalte la relevancia de la seguridad electrónica y cómo puede resguardar a las personas y sus bienes.
  - Cada cliente presenta necesidades y exigencias particulares.
  - Asegurar de contar con un servicio de atención al cliente eficiente y capacitado para resolver cualquier problema o inquietud que puedan tener los clientes.
  - Identificar y segmentar el mercado correctamente en función de características demográficas, geográficas o de comportamiento para dirigir la campaña de manera más efectiva.
- 

*Nota.* En la tabla se aprecia la situación actual de la empresa Mundo Seguridad Smart System, donde se explicó el análisis de la competencia, el posicionamiento y percepción de la marca, el conocimiento del consumidor y las estrategias de comunicación y marketing.

Valorando todos los aspectos expuestos en la tabla 2, la elaboración del Brief estratégico facilitó una comunicación clara y precisa entre los distintos actores de la organización, estableciendo un entendimiento mutuo de los objetivos y expectativas del cliente. Además, este instrumento ofreció una guía meticulosa para formular la estrategia a realizar mediante el plan propuesto en este estudio, logrando la alineación del equipo con una visión unificada y coherente.

### **2.3. PESTEL**

La realización del análisis PESTEL en el presente estudio, ofreció diferentes beneficios cruciales para el entendimiento y planificación estratégica de la empresa Mundo Seguridad Smart System, donde este instrumento permitió una visión completa del macroentorno permitiendo identificar las oportunidades de negocio y la adaptabilidad empresarial ante los cambios del mercado.

En este sentido, en la tabla 3 se evalúa como los factores políticos en cuanto a materia gubernamental influyeron en la empresa; asimismo, se detalla como los componentes tanto

económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales tienen su atribución sobre la operatividad empresarial, por lo cual es fundamental considerar todos los siguientes puntos encontrados:

**Tabla 3**

*Análisis PESTEL realizado en la empresa Mundo Seguridad Smart System*

<b>Factores Políticos</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• El gobierno ha implementado medidas para combatir el crimen y la violencia, lo que podría ser un impulso para las empresas de seguridad electrónica.</li> <li>• Preocupaciones acerca de la estabilidad política y la corrupción en el país, lo que podría generar incertidumbre para las empresas.</li> </ul>
<b>Factores Económicos</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• El Ecuador ha experimentado una desaceleración económica en los últimos años, con una tasa de crecimiento del PIB del 0,3% en 2019. Esto podría afectar la inversión en seguridad electrónica, especialmente en el mercado de consumidores finales.</li> <li>• La fluctuación del tipo de cambio y las políticas arancelarias puede afectar la importación y exportación de equipos y productos de seguridad.</li> <li>• Ecuador es un miembro de la Comunidad Andina y de la Alianza del Pacífico, lo que le brinda acceso a acuerdos comerciales y a mercados internacionales.</li> </ul>
<b>Factores Sociales</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La seguridad es un tema sensible en el Ecuador, en ciudades como Quito y Guayaquil, donde el índice de criminalidad es relativamente alto. Existe una demanda por servicios y productos de seguridad electrónica para proteger hogares, empresas y propiedades</li> <li>• El país ha experimentado un aumento en la migración, alcanzado en el 2022 de 5.052.633 movimientos, tanto de entrada como de salida, lo que puede tener un impacto en la dinámica social y económica.</li> </ul>
<b>Factores Tecnológicos</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La tecnología ha tenido un impacto significativo en Ecuador, especialmente en el sector financiero y en el comercio electrónico. Sin embargo, todavía hay una brecha digital en el acceso a la tecnología y conectividad en algunas zonas del país, lo que puede limitar el crecimiento económico y el acceso a oportunidades.</li> <li>• La tecnología ha tenido un impacto significativo en la industria de la seguridad electrónica en Ecuador. El uso de cámaras de seguridad, sistemas de control de acceso y monitoreo remoto son cada vez más comunes. LA innovación en tecnologías de seguridad electrónica puede impulsar la demanda y competitividad de las empresas en este sector.</li> </ul>
<b>Factores Ecológicos</b>

- 
- Ecuador es un país con una gran biodiversidad y recursos naturales. El gobierno ha implementado políticas para proteger el medio ambiente y la diversidad biológica, como la creación de parques nacionales y reservas naturales.
  - La seguridad ambiental puede ser un factor importante en Ecuador, especialmente en zonas de alta biodiversidad y recursos naturales. Las empresas de seguridad pueden tener un papel en la protección de estos recursos y en la prevención de delitos ambientales.
- 

#### **Factores Legales**

---

- Ecuador tiene una estructura legal estable en el sector de seguridad privada, que requiere licencias y regulaciones para operar. Sin embargo, la lucha contra la corrupción y la implementación efectiva de la ley son desafíos en el país.
  - Las empresas de seguridad electrónica deben cumplir con las regulaciones y leyes del país como la Ley de Seguridad Privada. Los Cambios en la legislación pueden afectar la operación de las empresas y es importante que se mantengan actualizadas en las regulaciones. Además, las empresas deben considerar las implicaciones legales de la recopilación de datos personales y la privacidad en el uso de tecnologías de seguridad electrónica.
- 

*Nota.* En la tabla se observa todos los componentes analizados del macroentorno empresarial de Mundo Seguridad.

En la tabla 3, se estipuló que las políticas gubernamentales ecuatorianas, incluyendo regulaciones específicas para la industria de seguridad electrónica, establecen el marco legal en el que la empresa debe operar. En esta misma línea, en la parte económica, las variables como el crecimiento económico, la inversión en infraestructura y la estabilidad financiera del país son determinantes para la demanda de servicios y la sostenibilidad económica de la empresa.

Los factores sociales apuntan en que, la percepción pública de la seguridad y las tendencias delictivas influyen directamente en la demanda de soluciones de seguridad electrónica y en las preferencias de los consumidores. En la parte tecnológica, la adopción de tecnologías emergentes en seguridad electrónica puede generar oportunidades de innovación y fortalecer la posición competitiva de la empresa en el mercado.

Finalmente, en lo ambiental la reciente preocupación por la sostenibilidad y la eficiencia energética puede fomentar la demanda de soluciones de seguridad más respetuosas con el medio ambiente, esto considerando el cumplimiento de las leyes y regulaciones es crucial para evitar sanciones y garantizar la operatividad de la empresa.

## 2.4. FODA

El análisis FODA favoreció a la presente investigación, en conferir una visión integral de los factores internos que influyen en la investigación, esto para reconocer las posibles áreas de mejorar de la empresa Mundo Seguridad, logrando así potenciar las oportunidades y establecer objetivos medibles. De tal forma, en la tabla 4 se puede apreciar la matriz FODA realizada en la empresa:

**Tabla 4**

*Análisis FODA desarrollado en la empresa Mundo Seguridad Smart System*

<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La empresa Mundo Seguridad ofrece una variedad de servicios, como sistemas de vigilancia, alarmas, control de acceso, sistemas de detección de incendios, para abordar las necesidades integrales de seguridad de todos sus clientes.</li> <li>• Tiene un equipo de profesionales capacitados en la venta, instalación, mantenimiento y reparación de sistemas de seguridad electrónica, una fortaleza clave para dar un servicio de calidad.</li> <li>• Mantiene relaciones sólidas con proveedores confiables de equipos y componentes de seguridad electrónica lo que les ha permitido asegurar el suministro de productos de calidad e innovaciones tecnológicas.</li> <li>• La empresa Mundo Seguridad personaliza soluciones de seguridad electrónica según las necesidades y presupuestos de los clientes, lo que les da una ventaja competitiva frente a sus competidores.</li> <li>• La empresa consta de una buena reputación en el mercado, respaldada</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La empresa al momento carece de una estrategia clara de crecimiento y expansión, por este motivo podría perder oportunidades de mercado y quedarse rezagada frente a sus competidores más ágiles.</li> <li>• La falta de capital o de acceso a financiamiento puede limitarle el crecimiento y desarrollo de la empresa.</li> <li>• La empresa carece de una estrategia de marketing clara y definida, por lo que tiene dificultades para generar conciencia de marca y captar nuevos clientes.</li> <li>• La empresa no comprende completamente las necesidades y características de su mercado objetivo, lo que dificulta desarrollar mensajes y estrategias de marketing efectivas.</li> <li>• La empresa no tiene presencia digital sólida, incluyendo un sitio web, perfiles en redes sociales como Instagram, lo que hace que pierda oportunidades de generar clientes potenciales.</li> </ul>

por testimonios positivos y recomendaciones.

- La empresa tiene una gran capacidad de gestionar proyectos eficientemente, cumpliendo con plazos y presupuestos de cada proyecto.

<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• A medida que aumenta la preocupación por la seguridad personal y empresarial en Ecuador, la empresa Mundo Seguridad puede ofrecer soluciones efectivas y generar demanda en el nuevo mercado.</li> <li>• Los avances en tecnologías relacionadas con la seguridad electrónica, como la inteligencia artificial, el reconocimiento facial y la analítica de datos, brinda nuevas oportunidades para desarrollar soluciones más avanzadas y efectivas a la empresa.</li> <li>• La integración de sistemas de seguridad electrónica, como videovigilancia, control de acceso y sistemas de alarma, que dan oportunidades a la empresa de seguridad electrónica para ofrecer soluciones completas y personalizadas a los clientes.</li> <li>• La creciente preocupación por la sostenibilidad y la eficiencia energética en el mundo abre nuevas oportunidades para la empresa Mundo Seguridad que ofrece soluciones que reducen el consumo de energía y minimizan el impacto ambiental.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El mercado de seguridad electrónica puede ser altamente competitivo, con numerosas empresas ofreciendo servicios similares, lo que dificulta la diferenciación y la capacitación de clientes.</li> <li>• La precisión competitiva puede llevar una disminución de los precios de los productos y servicios de seguridad electrónica, lo que puede afectar los márgenes de beneficio y la rentabilidad de las empresas.</li> <li>• Falta de conciencia sobre la importancia de la seguridad, donde algunas personas suelen subestimar la importancia de la seguridad electrónica, lo que dificulta la generación de demanda y la venta de soluciones.</li> <li>• La empresa Mundo Seguridad depende de una cadena de suministro global para obtener componentes y productos. Cualquier interrupción en la cadena de suministro, como desastres naturales o conflictos, puede afectar la disponibilidad de productos y servicios.</li> </ul>

*Nota.* En la tabla 4 se valora los componentes internos de la empresa Mundo Seguridad.

La tabla 4 expone que, en lo que respecta a fortalezas, la empresa se distingue por su diversidad de servicios de seguridad, un equipo altamente capacitado, y relaciones

robustas con proveedores. Su capacidad para personalizar soluciones y su reputación positiva en el mercado, junto con una eficiente gestión de proyectos, son activos valiosos.

En contra posición, como debilidades se identifican desafíos como la ausencia de una estrategia de crecimiento definida, limitaciones en el acceso a financiamiento, y una estrategia de marketing que necesita ser fortalecida. La empresa también debe mejorar su comprensión del mercado objetivo y su presencia en línea.

Por consiguiente, se reconocieron como oportunidades un potencial significativo para capitalizar el interés creciente en la seguridad y los avances tecnológicos en el sector. La integración de sistemas de seguridad y el enfoque en soluciones sostenibles representan oportunidades de expansión. Sin embargo, las amenazas del entorno competitivo, evidencia la existencia de presiones sobre los precios y una conciencia limitada sobre la importancia de la seguridad, donde la dependencia de la cadena de suministro global es una posible vulnerabilidad ante fluctuaciones del mercado.

## 2.5. Análisis de la situación actual de marketing mix

El análisis de la situación mediante el marketing mix, suministró la estructura para el diseño, implementación y gestión de las estrategias de marketing implementadas de forma integral por parte de la empresa Mundo Seguridad Smart System. En virtud de ello, en la tabla 5 se explica el marketing mix de la empresa en estudio:

**Tabla 5**

*Marketing mix de la empresa Mundo Seguridad Smart System*

<b>Estrategia de Precio</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Precios competitivos:</b> La Empresa Mundo Seguridad en comparación con otras empresas del mercado ofrece precios competitivos frente a otras empresas con el mismo giro de negocio. Esto puede ser efectivo porque la empresa puede ofrecer servicios de calidad a precios más bajos que los competidores.</li> <li>• <b>Precios diferenciados:</b> Se ha considerado precios diferenciados según los servicios que se ofrece o según el tipo de cliente, por ejemplo, descuentos para clientes de provincias o para clientes que contraten varios servicios.</li> <li>• El rango de precios va desde los 165 dólares en adelante.</li> </ul>
<b>Estrategia de Plaza</b>

- 
- **Estrategias de canales:** La Empresa Mundo Seguridad tiene canales digitales como lo es Facebook, TikTok, YouTube.
  - **Distribución directa:** La empresa puede vender directamente sus productos y servicios a los clientes a través de una tienda en línea o una tienda física.
  - **Distribuidores o revendedores:** La Empresa Mundo Seguridad se asocia con distribuidores o revendedores para llegar a una base de clientes más amplia. Esta estrategia puede ayudar a la empresa a llegar a clientes en áreas geográficas donde no tiene presencia directa.
- 

#### **Estrategia de Promoción**

- 
- **Marketing de contenidos:** La Empresa Mundo Seguridad crea contenido de calidad relacionado con la seguridad electrónica para publicar en sus redes sociales, y para compartir con clientes potenciales.
  - **Programas de referidos:** La Empresa Mundo Seguridad consideró establecer un programa de referidos para incentivar a los clientes existentes a que recomienden la empresa a sus amigos y familiares.
- 

#### **Estrategia de Productos**

- 
- **Cartera de productos por segmentos o líneas de producto:** Segmento Residencial, Segmento Comercial, Segmento Industrial.
  - **La propuesta de valor:** La empresa de seguridad electrónica tiene como propuesta de valor seguridad confiable, tecnología avanzada, servicio al cliente de calidad, soluciones personalizadas.
- 

*Nota.* En la tabla se aprecia el marketing mix implementado por la empresa Mundo Seguridad Smart System, donde se destaca el producto, plaza, precio y promoción que se desarrolla en la gestión empresarial.

Como se ha señalado en la tabla 5, el marketing mix aplicado por la empresa de seguridad electrónica, destaca que el dominio del análisis de mercado y la comprensión de las necesidades del cliente son esenciales para diseñar estrategias de marketing efectivas, identificar el público objetivo y desarrollar el perfil del comprador en Mundo Seguridad, por lo que estas competencias son clave para la creación de tácticas de marketing que resuenen con los clientes y conduzcan al éxito comercial.

## **2.6. Modelo de evaluación de comunicación 2.0 en los medios sociales**

En alusión al modelo de evaluación de comunicación 2.0 en los medios sociales, esto permitió medir la eficacia comunicativa y la identificación clave de los indicadores de

rendimiento, esenciales para construir estrategias del plan de comunicación estratégica y marketing digital. Por ello, en la tabla 6 se puede apreciar los siguientes elementos:

**Tabla 6**

*Modelo de evaluación de comunicación 2.0 en los medios sociales de la empresa Mundo Seguridad Smart System*

<b>MUNDO SEGURIDAD</b>						
<b>Perfiles con más seguidores</b>				01-mar-2023 – 21-may-2023		
<b>Profile</b>	<b>Network</b>	<b>Fans</b>	<b>Profile-ID</b>	<b>Link</b>	<b>External links</b>	
Mundo Seguridad Smart System	YouTube	39.300	UCc3G28jn xP6jAzF	<a href="https://youtube.com/@mundoseguridadsmartsystem">https://youtube.com/@mundoseguridadsmartsystem</a>		
Tecno Global Importadora	YouTube	108	UCuZv3OG VrED8ol	<a href="https://youtube.com/@tecnoglobaimportadora8847">https://youtube.com/@tecnoglobaimportadora8847</a>		
LAARCOM Seguridad Electronic	YouTube	55	UCHBGaS NPuMs3s	<a href="https://youtube.com/@laarcomseguridadelectronica978">https://youtube.com/@laarcomseguridadelectronica978</a>		
<b>Crecimiento de seguidores</b>				<b>01-mar-2023 – 21-may-2023</b>		
<b>Profile</b>	<b>Network</b>	<b>Interacción de las pulento de seguidores</b>	<b>Neutral</b>	<b>Profile-ID</b>	<b>Link</b>	<b>External links</b>
LAARCOM Seguridad Electronic	YouTube	17,2 % 61,76%	1	UCHBGaS NPuMs3s	<a href="https://youtube.com/@laarcomseguridadelectronica978">https://youtube.com/@laarcomseguridadelectronica978</a>	
Tecno Global Importadora	YouTube	1,14%	1	UCuZv3OG VrED8ol	<a href="https://youtube.com/@tecnoglobaimportadora8847">https://youtube.com/@tecnoglobaimportadora8847</a>	
Mundo Seguridad Smart System	YouTube	0,0%	1	UCc3G28jn xP6jAzF	<a href="https://youtube.com/@mundoseguridadsmartsystem">https://youtube.com/@mundoseguridadsmartsystem</a>	
<b>Cuota de mercado</b>				<b>01-mar-2023 – 21-may-2023</b>		
<b>Profile</b>	<b>Network</b>	<b>Interacciones, comentarios</b>	<b>Profile-ID</b>	<b>Link</b>	<b>External links</b>	
LAARCOM Seguridad Electronic	YouTube	85	UCHBGaS NPuMs3s	<a href="https://youtube.com/@laarcomseguridadelectronica978">https://youtube.com/@laarcomseguridadelectronica978</a>		
Tecno Global Importadora	YouTube	34	UCuZv3OG VrED8ol	<a href="https://youtube.com/@tecnoglobaimportadora8847">https://youtube.com/@tecnoglobaimportadora8847</a>		

Mundo Seguridad Smart System	YouTube	39.300	UCc3G28jn xP6jAzF	https://youtube.com/@mundoseguridadsmartsystem	
<b>Crecimiento de seguidores</b>			<b>01-mar-2023 – 21-may-2023</b>		
<b>Profile</b>	<b>Network</b>	<b>Crecimiento de seguidores (en %)</b>	<b>Profile-ID</b>	<b>Link</b>	<b>External links</b>
		61,76%	COMBINED_ REIHE		
<b>Tasa de interacción</b>			<b>01-mar-2023 – 21-may-2023</b>		
<b>Profile</b>	<b>Network</b>	<b>Crecimiento de seguidores (en %)</b>	<b>Profile-ID</b>	<b>Link</b>	<b>External links</b>
		6,12%	COMBINED_ REIHE		
<b>Tasa de interacción de otros perfiles</b>			<b>01-mar-2023 – 21-may-2023</b>		
<b>Profile</b>	<b>Network</b>	<b>Crecimiento de seguidores (en %)</b>	<b>Profile-ID</b>	<b>Link</b>	<b>External links</b>
Perfiles propios		-	Mine		
Otros perfiles		6,12%	Others		
<b>Número de publicaciones</b>			<b>01-mar-2023 – 21-may-2023</b>		
<b>Profile</b>	<b>Network</b>	<b>Publicaciones (Promedio)</b>	<b>Profile-ID</b>	<b>Link</b>	<b>External links</b>
Perfiles propios		-	Mine		
Otros perfiles		6,12%	Others		

Nota. En la tabla 6 se sintetiza el modelo de evaluación de comunicación 2.0, permitiendo recabar la información sobre el perfil con más seguidores, el crecimiento y tasas de interacción con los mismos.

Tal con lo expuesto en la tabla 6, la comunicación 2.0 en la empresa Mundo Seguridad Smart System se centra en el uso estratégico de herramientas digitales y plataformas en línea para optimizar la interacción con los clientes y consolidar su posición en el mercado. Esta aproximación moderna es clave para mejorar la percepción de la marca, fomentar el crecimiento empresarial y asegurar el éxito a largo plazo.

## 2.7. Análisis de resultados cruce de variables y análisis de la información

El análisis de resultados del presente estudio se fundamenta en la integración y cruce de variables derivadas del análisis PESTEL, FODA, el Marketing Mix, el modelo de evaluación de la comunicación 2.0, el Brief del anunciante, y el Brief estratégico. En este ámbito, esta evaluación permitió identificar patrones, oportunidades y amenazas, así como definir

estrategias más efectivas para la creación del plan de comunicación y marketing digital de la empresa Mundo Seguridad Smart System.

La relación entre el análisis PESTEL y FODA revela cómo las políticas gubernamentales y económicas, junto con las fortalezas y debilidades internas, influyen en el entorno operativo de la empresa. Es así como, las políticas gubernamentales ecuatorianas establecen el marco legal en el cual la empresa Mundo Seguridad debe operar, por lo que la estabilidad económica y las políticas favorables pueden apoyar la expansión y operación de la empresa. No obstante, dicha organización debe capitalizar sus fortalezas en la gestión de proyectos y en las relaciones con proveedores para navegar eficazmente en este entorno regulado.

Los factores sociales y tecnológicos identificados en el análisis PESTEL también presentan una oportunidad significativa para la empresa, ya que la creciente percepción de inseguridad y los avances tecnológicos en el sector representan oportunidades que la empresa Mundo Seguridad puede aprovechar mediante la innovación y personalización de soluciones para satisfacer las demandas de un mercado cada vez más consciente de la seguridad y la tecnología. Además, la oportunidad de ofrecer cursos avanzados de capacitación en seguridad electrónica puede posicionar a la empresa como líder en educación y actualización tecnológica en el sector. Las amenazas del análisis FODA, como las presiones sobre los precios y la dependencia de la cadena de suministro global, son vulnerables ante las fluctuaciones del mercado, por lo que la empresa debe desarrollar estrategias para mitigar estos riesgos y mantener la competitividad.

El cruce de variables entre el Marketing Mix y el modelo de evaluación de la comunicación 2.0 destaca la importancia de estrategias de precios y distribución para ampliar el alcance de la empresa. En esta línea, es importante enunciar las apreciaciones de Vilma et al., (2019), los cuales indican que las estrategias de precios competitivos y diferenciados pueden atraer a una base de clientes más amplia y diversa (p. 149).

Por esta razón, la utilización de canales digitales efectivos, como Facebook, TIK-TOK y YouTube, puede aumentar significativamente el alcance y la captación de nuevos clientes.

La combinación de distribución directa y a través de revendedores permite a la empresa ampliar su presencia en áreas geográficas clave y en diferentes segmentos de mercado.

Las estrategias de promoción y producto también juegan un papel crucial en la interacción con los clientes, ya que, según Morilla (2023), el marketing de contenidos de calidad y los programas de referidos pueden mejorar la imagen de marca y fomentar la lealtad del cliente (p.24).

Es así que, considerando lo anteriormente expuesto, la interacción directa con los clientes a través de redes sociales y otros canales digitales proporciona retroalimentación valiosa y permite personalizar el servicio, por lo que la empresa Mundo Seguridad debe considerar estos aspectos y al mismo tiempo, valorar la segmentación de productos por líneas específicas (residencial, comercial, industrial) y una propuesta de valor clara (seguridad confiable, tecnología avanzada, servicio al cliente de calidad) son fundamentales para atraer y retener clientes.

Acorde con lo exhibido, se puntualiza como parte más específica para el desarrollo de las estrategias del plan de comunicación y marketing digital en la empresa Mundo Seguridad Smart System, se puntualiza la integración del Brief del anunciante y estratégico, ya que denotan la importancia de una comunicación educativa y la participación en eventos del sector para aumentar la conciencia y la demanda de soluciones de seguridad. La estrategia de educar a los clientes potenciales mediante contenido relevante y la participación en eventos del sector puede mejorar la imagen de marca y destacar los valores que diferencian a Mundo Seguridad de sus competidores.

Igualmente, la planificación cuidadosa del presupuesto y el timing para lanzar campañas en momentos estratégicos puede maximizar el impacto de la comunicación. Es por ello por lo que para Culqui (2022) dentro del desarrollo de la promoción de los servicios se deben ofrecer incentivos atractivos, como descuentos en cursos de capacitación, puede motivar a los clientes a tomar acción (p. 15).

Valorando estas estimaciones, hay que señalar que estipular un servicio de atención al cliente eficiente y capacitado será crucial para resolver inquietudes y mantener la

satisfacción del cliente. En este caso, el cumplir con normativas y regulaciones es esencial para evitar sanciones y garantizar la operatividad de la empresa. Es importante considerar las motivaciones y frenos de compra de los clientes, abordando preocupaciones relacionadas con la inversión inicial, la falta de conciencia, la dificultad de instalación y operación, y la desconfianza en la eficacia de los sistemas de seguridad electrónica.

Como parte final, se puede concluir que el análisis integral presentado, basado en la recolección de información mediante los instrumentos detallados en esta investigación, permite desarrollar estrategias más efectivas. Por lo tanto, estas habilidades comunicacionales aseguran el crecimiento de la empresa en el entorno digital y fortalecen su posición competitiva en el mercado de seguridad electrónica.

## Capítulo tres

### Plan de Comunicación Estratégica y Marketing Digital

# MUNDO SEGURIDAD SMART SYSTEM

## 3.1. Objetivos del plan

### 3.1.1. *Objetivo general*

Aumentar la visibilidad en línea y mejorar la interacción con los clientes de Mundo Seguridad Smart System en el mercado de seguridad electrónica de Ecuador, a fin de incrementar el tráfico web, los seguidores en redes sociales y el engagement en redes sociales en un 30% en un plazo de 6 meses.

### 3.1.2. *Objetivos específicos (Smart)*

- Implementar estrategias de marketing digital para Mundo Seguridad Smart System, que permitan incrementar el tráfico al nuevo sitio web y la tasa de conversión de visitantes a clientes en un 15% en un plazo de 6 meses.
- Desarrollar y ejecutar un plan de comunicación estratégica para Mundo Seguridad Smart System, incrementando el engagement en redes sociales en un 15%, que permita mejorar la percepción de marca entre el público objetivo, en un periodo de 6 meses.

## 3.2. Mapa de stakeholders y públicos objetivos

El mapa de stakeholders y públicos objetivos para Mundo Seguridad Smart System es una herramienta visual que permite identificar y categorizar a los diferentes grupos de interés y audiencias clave de la empresa, por lo que este mapa es crucial para desarrollar estrategias de comunicación y marketing más efectivas. De esta manera, se estima a continuación los siguientes puntos referentes a dicho mapa:

### Stakeholders Internos

- **Empleados:** Todos los niveles dentro de la empresa, desde personal operativo hasta directivos.

- **Directivos:** Gerentes y ejecutivos responsables de la toma de decisiones estratégicas.

### **Stakeholders Externos**

- **Clientes Actuales:** Empresas de seguridad, hogares, PYME que ya utilizan los servicios de la empresa.
- **Clientes Potenciales:** Empresas, hogares y organizaciones que aún no son clientes, pero están dentro del mercado objetivo.
- **Proveedores:** Empresas que suministran productos y servicios necesarios para las operaciones de Mundo Seguridad Smart System.

Considerando lo anterior, el público objetivo por el cual la empresa Mundo Seguridad debe hacer mayor énfasis en sus campañas, son los siguientes:

- Hogares y propietarios que priorizan la seguridad y la privacidad en sus viviendas. Este grupo muestra un interés marcado por la adopción de tecnologías de hogar inteligente, se caracteriza por su actividad en redes sociales y generalmente reside en áreas suburbanas o zonas residenciales urbanas.
- Microempresas, así como diversos comercios y negocios, que están en la búsqueda de soluciones que no solo sean efectivas sino también rentables. Estos actores económicos mantienen una presencia activa en redes sociales y se distribuyen geográficamente en Quito y en otras ciudades importantes, operando desde oficinas y establecimientos comerciales.
- Proveedores, empresarios y gerentes de empresas de suministro, quienes manifiestan un interés en establecer colaboraciones y firmar contratos beneficiosos. Este grupo está disperso por el territorio nacional, lo que indica una amplia cobertura y diversidad en cuanto a colaboración y alcance de mercado.

### **3.3. Segmentación de mercado**

La segmentación del mercado para la empresa Mundo Seguridad fue pautado tomando en cuenta el público objetivo para ofrecer los productos, por lo que la especificación

de cada pilar se fundamentó de acuerdo con sus características demográficas, psicográficas, geográficas y su nivel de prioridad, tal y como lo describe la tabla 7:

**Tabla 7**

*Segmentación de mercado*

<b>Público</b>	<b>Características demográficas</b>	<b>Características Psicográficas</b>	<b>Características geográficas</b>	<b>Nivel de prioridad</b>
<b>Hogares</b>	<b>Edad:</b> 35-55 años <b>Educación:</b> Universitaria <b>Religión:</b> Diversa	<b>Personalidad:</b> Proactiva, busca seguridad familiar <b>Hobbies:</b> Viajes, tecnología <b>Deportes:</b> Running <b>Lugares de esparcimiento que prefiere:</b> Parques, restaurantes, centros comerciales.	<b>Localidad:</b> Zonas residenciales <b>Trabajo:</b> Empresarios, profesionales independientes	Alta
<b>Comercios y negocios</b>	<b>Edad:</b> 35-55 años <b>Educación:</b> Universitaria <b>Religión:</b> Diversa	<b>Personalidad:</b> Enfocada en la protección de activos <b>Hobbies:</b> Tecnología, marketing <b>Deportes:</b> Running, fútbol <b>Lugares de esparcimiento que prefiere:</b> Centros comerciales.	<b>Localidad:</b> Áreas comerciales <b>Trabajo:</b> Propietarios, gerentes de tienda.	Alta
<b>Microempresas</b>	<b>Edad:</b> 35-55 años <b>Educación:</b> Universitaria <b>Religión:</b> Diversa	<b>Personalidad:</b> Emprendedora, busca optimización <b>Hobbies:</b> Networking, innovación <b>Deportes:</b> Running <b>Lugares de esparcimiento que prefiere:</b> Cafés, espacios de coworking.	<b>Localidad:</b> Áreas comerciales y mixtas <b>Trabajo:</b> Dueños, gerentes	Media

*Nota.* En la tabla se expone la segmentación de mercado para el plan de comunicación estratégica y marketing digital para Mundo Seguridad Smart System.

En concordancia con la tabla 7, se puede comprender que la estrategia de comunicación y marketing debe ser personalizada para cada segmento, resaltando la seguridad familiar para los hogares, la protección de activos para comercios y negocios, y la optimización y eficiencia para las microempresas. Al mismo tiempo, el enfoque en la tecnología y la innovación es un denominador común que puede ser explotado en las campañas dirigidas a estos públicos.

### 3.4. Buyer persona

De acuerdo con lo pautado en el apartado anterior, se puede especificar a continuación en la figura 1, el buyer persona ideal para ofrecer sus productos la empresa Mundo Seguridad Smart System:

**Figura 1**

*Buyer persona para Mundo Seguridad Smart System*



*Nota.* En la figura se observa el tipo de buyer persona para enfocarse la empresa Mundo Seguridad Smart System, el cual fue realizado bajo elaboración propia.

Evaluando la figura 1, el buyer representa a un segmento clave para Mundo Seguridad Smart System, dado que es un cliente potencial que valora la seguridad, la eficiencia y la tecnología avanzada. Para atraer a este tipo de cliente, las estrategias de marketing deben destacar la facilidad de uso y la efectividad de las soluciones de seguridad ofrecidas. Además, es importante comunicar cómo estos sistemas pueden integrarse sin problemas en su vida cotidiana, permitiéndole proteger a su familia sin sacrificar su tiempo ni su tranquilidad. Por último, la educación sobre las últimas tecnologías y las demostraciones de cómo estos sistemas pueden proporcionar un entorno seguro y controlado serán cruciales para captar su interés y fidelizarla como cliente.

### 3.5. Plan de acción estratégico – táctico

En concordancia con los objetivos propuestos, a continuación, se pauta el plan de acción estratégico – táctico para la ejecución del plan de comunicación estratégica y marketing digital en la empresa Mundo Seguridad Smart System:

**Tabla 8**

*Estrategias de marketing digital para Mundo Seguridad Smart System, logrando incrementar el tráfico al nuevo sitio web y aumentar en la tasa de conversión de visitantes a clientes en un plazo de 3 meses.*

Objetivo específico 1								
Implementar estrategias de marketing digital para Mundo Seguridad Smart System, que permitan incrementar el tráfico al nuevo sitio web y la tasa de conversión de visitantes a clientes en un 15% en un plazo de 6 meses.								
Estrategia	Actividades	Público / mercado objetivo	Mensaje Clave	Recursos comunicacionales	Responsable	Indicadores	Cronograma	Presupuesto
<b>Diseño y Desarrollo de Sitio Web</b>	<b>Creación del sitio Web:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Contratar una empresa de desarrollo web</li> <li>Diseñar un sitio web moderno y responsivo.</li> <li>Optimizar el sitio para SEO.</li> <li>Integrar funcionalidades de e-commerce y seguridad.</li> </ul>	Hogares, comercios y negocios, microempresas	“Visítanos en nuestro nuevo sitio web para conocer nuestras soluciones innovadoras en seguridad electrónica”	<ul style="list-style-type: none"> <li>Empresa de desarrollo web</li> <li>Herramientas SEO.</li> <li>Dominio y hosting.</li> <li>Licencias de software SEO</li> <li>Herramientas de análisis web</li> </ul>	Project Manager	<ul style="list-style-type: none"> <li>Número de visitantes</li> <li>Tasa de rebote</li> <li>Tiempo promedio en el sitio web</li> <li>Tasa de conversión</li> <li>Páginas por sesión</li> <li>Número de formularios completados</li> </ul>	Del 13/07/2024 al 27/07/2024	<b>Recursos financieros:</b> Estimación de costos de la empresa de desarrollo web, incluyendo diseño, programación y pruebas. <b>Total: \$3.000</b>  <b>Recursos materiales:</b> Compra de

				<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar pruebas de usabilidad y accesibilidad.</li> </ul>				<p>dominio, hosting, licencias de software SEO y herramientas de análisis. <b>Total: \$2.500</b></p>
<b>Estrategia de Contenido</b>	<b>Cronograma de creación de contenido:</b>	Hogares, comercios y negocios, microempresas	“Descubre consejos y novedades sobre seguridad electrónica en nuestra página web y redes sociales”	<ul style="list-style-type: none"> <li>Software de gestión de contenidos (CMS).</li> <li>Licencias para imágenes y videos.</li> <li>Redactores y diseñadores gráficos.</li> </ul>	Content Manager	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cantidad de publicaciones por publicación</li> <li>Alcance del contenido</li> <li>Tasa de clicks en publicaciones</li> <li>Tiempo de visualización de videos</li> <li>Número de compartidos</li> </ul>	Del 28/07/2024 al 12/08/2024	<p><b>Recursos financieros:</b> Costos asociados con la creación de contenido, como redactores y diseñadores gráficos. <b>Total: \$1.250</b></p> <p><b>Recursos materiales:</b> Software de gestión de contenidos (CMS), licencias para imágenes y videos. <b>Total: \$1.250.</b></p>
<b>Campañas en Redes Sociales</b>	<b>Desarrollo de campañas digitales:</b>	Hogares, comercios y negocios, microempresas	“Síguenos en redes sociales para estar	<ul style="list-style-type: none"> <li>Herramientas de gestión de redes sociales</li> </ul>	Social Media Manager	<ul style="list-style-type: none"> <li>Número de seguidores</li> <li>Nivel de engagement.</li> </ul>	Del 13/08/2024 al 27/08/2024	<p><b>Recursos financieros:</b> Presupuesto para la gestión de</p>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear y gestionar perfiles en redes sociales.</li> <li>• Crear y gestionar perfiles en redes sociales.</li> <li>• Promocionar contenido relevante.</li> <li>• Realizar campañas de anuncios pagados.</li> <li>• Utilizar hashtags para posicionamiento del contenido e implementar tendencias.</li> </ul>	<p>al tanto de las últimas tendencias en seguridad electrónica”</p>	<p>(Hootsuite, Buffer).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Publicidad pagada en redes sociales.</li> <li>• Software de análisis de redes sociales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tasa de clicks en anuncios.</li> <li>• Tasa de conversión de seguidores a clientes.</li> <li>• Alcance de las publicaciones</li> <li>• Frecuencia de interacción con el público.</li> </ul>	<p>perfiles sociales y promoción de contenido. <b>Total: \$750</b></p> <p><b>Recursos materiales:</b></p> <p>Herramientas de gestión de redes sociales (Hootsuite, Buffer), inversión en publicidad pagada. <b>Total: \$750</b></p>				
<p><b>Publicidad en Linea (SEM)</b></p>	<p><b>Implementación de publicidad paga:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Configurar campañas de Google Ads</li> <li>• Realizar campañas de publicidad en redes sociales</li> <li>• Monitorear y ajustar campañas.</li> </ul>	<p>Hogares, comercios y microempresas</p>	<p>“Haz click en nuestros anuncios y descubre cómo Mundo Seguridad Smart System puede</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Google Ads</li> <li>• Herramientas de análisis (Google Analytics).</li> <li>• Software de seguimiento de anuncios.</li> </ul>	<p>SEM (Search Engine Marketing) Specialist</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Costo por click (CPC)</li> <li>• Retorno de inversión (ROI).</li> <li>• Tasa de conversión de anuncios.</li> <li>• Número de impresiones</li> </ul>	<p>Del 13/092024 al 13/10/2024</p>	<p><b>Recursos financieros:</b></p> <p>Presupuesto para campañas de Google Ads y publicidad en redes sociales. <b>Total: \$1.250.</b></p> <p><b>Recursos materiales:</b></p>

<ul style="list-style-type: none"> <li>Utilizar palabras clave y remarketing.</li> </ul>	<p>proteger lo que más te importa”</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tasa de clicks (CTR).</li> <li>Costo por adquisición (CPA).</li> </ul>	<p>Herramientas de análisis web (Google Analytics), software de seguimiento de anuncios. <b>Total: \$1.250.</b></p>
--	--	---	---

*Nota.* En la tabla se puede observar las estrategias para lograr el objetivo específico de incrementar el tráfico al nuevo sitio web y aumentar en la tasa de conversión de visitantes a clientes en un plazo de 6 meses.

**Tabla 9**

*Plan de comunicación estratégica para Mundo Seguridad Smart System, incrementando el engagement en redes sociales y mejorando en la percepción de marca entre el público objetivo en un periodo de 6 meses.*

<b>Objetivo específico 2</b>								
<b>Desarrollar y ejecutar un plan de comunicación estratégica para Mundo Seguridad Smart System, incrementando el engagement en redes sociales en un 15%, que permita mejorar la percepción de marca entre el público objetivo, en un periodo de 6 meses.</b>								
<b>Estrategia</b>	<b>Actividades</b>	<b>Público / mercado objetivo</b>	<b>Mensaje Clave</b>	<b>Recursos comunicacionales</b>	<b>Responsable</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Cronograma</b>	<b>Presupuesto</b>
<b>Desarrollo de Contenidos Relevantes</b>	<p><b>Creación del contenido:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear y distribuir contenido de valor.</li> <li>• Integración de los casos de éxitos y testimonios.</li> <li>• Publicar en la página web y redes sociales.</li> <li>• Generar videos educativos</li> </ul>	Hogares, comercios y negocios, microempresas	“Conoce cómo nuestras soluciones han ayudado a otros a mejorar su seguridad y cómo pueden ayudarte a ti también”	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Software de edición de contenido</li> <li>• Herramientas de publicación</li> <li>• Redactores y diseñadores gráficos</li> <li>• Plataformas de distribución del contenido.</li> </ul>	Content Manager	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de publicaciones</li> <li>• Interacciones por publicación.</li> <li>• Alcance del contenido</li> <li>• Tiempo de visualización de los videos</li> <li>• Tasa de clicks en enlaces dentro del contenido</li> <li>• Número de compartidos</li> <li>• Comentarios y feedback del público</li> </ul>	Del 13/07/2024 al 13/08/2024	<p><b>Recursos financieros:</b></p> <p>Costos de producción de contenido, incluyendo redacción, diseño gráfico y producción de video.</p> <p><b>Total: \$1.000</b></p> <p><b>Recursos Materiales:</b></p> <p>Software de edición de contenido, herramientas de publicación,</p>

								sobre seguridad. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Producir infografías y artículos sobre consejos de seguridad.</li> </ul>	costos de distribución en la web y redes sociales. <b>Total: \$1.000</b>
<b>Interacción en Redes Sociales</b>	<b>Fomentar la interacción en las redes sociales:</b>	Hogares, comercios y negocios, microempresas	“Tu opinión nos importa. Participa en nuestras encuestas y ayúdanos a mejorar”	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Herramientas de gestión de redes sociales (Hootsuite, Buffer).</li> <li>• Software de encuestas y eventos en vivo.</li> </ul>	Social Media Manager	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivel de engagement</li> <li>• Número de encuestas completadas</li> <li>• Participación en sesiones en vivo</li> <li>• Número de respuestas y comentarios</li> <li>• Sentimiento de los comentarios (positivo/negativo)</li> <li>• Crecimiento de seguidores</li> <li>• Frecuencia de interacción con el público.</li> </ul>	Del 14/08/2024 al 14/09/2024	<b>Recursos financieros:</b> Presupuesto para la gestión de la comunidad y creación de encuestas. <b>Total: \$500</b> <b>Recursos Materiales:</b> Herramientas de gestión de redes sociales, costos asociados con la organización de eventos en vivo. <b>Total: \$500</b>	

		redes sociales.						
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Implementar llamados a la acción.</li> </ul>						
<b>Relaciones Públicas Digitales</b>	<b>Colaboraciones en plataformas digitales:</b>	Hogares, comercios y negocios locales, microempresas	“Mundo Seguridad Smart System: Innovación y confianza en soluciones de seguridad electrónica”	<ul style="list-style-type: none"> <li>Agencia de relaciones públicas</li> <li>Plataformas de medios digitales</li> <li>Servicios de colaboraciones con influencers</li> <li>Herramientas de publicación de comunicados informativos.</li> </ul>	PR Specialist	<ul style="list-style-type: none"> <li>Número de menciones</li> <li>Alcance de las publicaciones</li> <li>Participación en eventos y entrevistas</li> <li>Calidad y tono de las menciones</li> <li>Numero de Backlinks generados</li> <li>Tráfico web desde colaboraciones</li> <li>Engagement con contenido colaborativo</li> </ul>	Del 15/09/2024 al 13/09/2024	<b>Recursos financieros:</b> Honorarios para colaboraciones con influencers y medios digitales, emisión de comunicados de prensa. <b>Total: \$1.500</b> <b>Recursos Materiales:</b> Agencia de relaciones públicas, plataformas de medios digitales, costos de publicación en blogs

								relevantes. <b>Total: \$1.500</b>
<b>Monitoreo y Evaluación</b>	<b>Análisis de la información obtenida:</b>	Hogares, comercios y negocios locales, microempresas	“Analizamos y mejoramos continuamente para ofrecerte el mejor servicio en seguridad electrónica”	<ul style="list-style-type: none"> <li>Herramientas de análisis (Google Analytics, SEMrush)</li> <li>Software para reportes y seguimientos de indicadores</li> </ul>	Marketing Analyst	<ul style="list-style-type: none"> <li>Engagement general</li> <li>Percepción de marca (encuestas de satisfacción)</li> <li>Tasa de retención de seguidores</li> <li>ROI de las estrategias implementadas</li> <li>Tasa de conversión de visitas a interacciones</li> <li>Frecuencia de ajustes y optimizaciones realizadas</li> <li>Precisión y utilidad de los informes generados</li> </ul>	Del 13/07/2024 al 13/10/2024	<b>Recursos financieros:</b> Costos de servicios de análisis y consultoría para la evaluación de estrategias. <b>Total: \$375</b> <b>Recursos Materiales:</b> Herramientas de análisis como Google Analytics y SEMrush, software para reportes y seguimiento de indicadores. <b>Total: \$375</b>

*Nota.* En la tabla se puede observar las estrategias para lograr el objetivo específico de incrementar el engagement en redes sociales y mejorando en la percepción de marca entre el público objetivo en un periodo de 6 meses.

### 3.6. Estrategia creativa

**Concepto Creativo:** Crear una identidad digital moderna y accesible para Mundo Seguridad Smart System, que transmita confianza, innovación y seguridad a través de un sitio web optimizado y contenido atractivo en redes sociales.

#### **Elementos Clave:**

- **Diseño Visual:** Utilizar un diseño limpio y profesional con colores que transmitan seguridad y elementos visuales que reflejen tecnología avanzada. El diseño debe ser responsivo, asegurando una experiencia de usuario óptima en dispositivos móviles y de escritorio.
- **Tono y Voz:** Mantener un tono profesional y accesible, utilizando un lenguaje claro y directo que resuene con hogares, comercios y microempresas. El tono debe ser consistente en todas las plataformas, desde el sitio web hasta las redes sociales y los correos electrónicos.
- **Narrativa:** Contar historias de éxito y testimonios de clientes satisfechos para humanizar la marca y generar confianza. Estas historias deben ser presentadas en formatos variados, como videos, artículos de blog y publicaciones en redes sociales.
- **Interactividad:** Incluir elementos interactivos en el sitio web, como chat en vivo, formularios de contacto fáciles de usar y videos explicativos. Estos elementos deben estar diseñados para facilitar la comunicación y la conversión de visitantes en clientes.
- **Llamados a la Acción (CTAs):** Diseñar CTAs claros y persuasivos que guíen a los visitantes a realizar acciones específicas, como solicitar una cotización, suscribirse a un boletín informativo o descargar un recurso gratuito. Los CTAs deben estar estratégicamente ubicados en el sitio web y en las publicaciones de redes sociales.

#### **Normas:**

- **Consistencia de Marca:** Mantener una paleta de colores, tipografía y estilo visual coherente en todos los materiales de marketing y comunicación. Esto incluye el sitio web, las redes sociales, los correos electrónicos y cualquier otro material promocional.

- **Calidad del Contenido:** Asegurarse de que todo el contenido publicado sea relevante y valioso para el público objetivo. El contenido debe ser original, evitando el plagio, y presentado de manera clara y concisa.
- **Interactividad y Participación:** Fomentar la participación del público a través de encuestas, concursos y preguntas abiertas. Responder a los comentarios y mensajes de los usuarios en un plazo máximo de 24 horas para mantener una comunicación fluida y efectiva.
- **Ética y Transparencia:** Ser transparente sobre las colaboraciones pagadas y las promociones. Siempre indicar claramente cuando un contenido es patrocinado. Respetar la privacidad de los usuarios y cumplir con las normativas de protección de datos.
- **Monitoreo y Evaluación:** Establecer indicadores clave de rendimiento (KPIs) claros para medir el éxito de las estrategias implementadas. Realizar revisiones periódicas de las métricas y ajustar las estrategias según los resultados obtenidos. Elaborar informes mensuales de desempeño para evaluar el progreso.
- **Adaptabilidad:** Estar dispuesto a adaptar las estrategias en función de las tendencias del mercado y el feedback recibido. Buscar continuamente nuevas ideas y tecnologías para mejorar las campañas de marketing y comunicación.

#### **Ejecución Creativa:**

- **Contenido en Redes Sociales:** Publicar regularmente contenido educativo y participativo, incluyendo videos, infografías y encuestas. Utilizar herramientas de gestión de redes sociales para programar y monitorear las publicaciones.
- **Interacción:** Responder activamente a comentarios y mensajes, y organizar eventos en vivo para fomentar la participación. Utilizar software de encuestas y eventos en vivo para facilitar la interacción.

- **Relaciones Públicas:** Colaborar con influencers y medios digitales para publicar artículos y participar en entrevistas y podcasts. Emitir comunicados informativos digitales y publicar blogs relevantes en plataformas de medios digitales.

### 3.7. Línea gráfica

De acuerdo con la línea gráfica propuesta para la empresa Mundo Seguridad Smart System se puede categorizar los siguientes aspectos:

#### Logo

El logo de la empresa Mundo Seguridad Smart System, queda pautado bajo la siguiente estructura ilustrada en la figura 2:

**Figura 2**

*Logotipo de Mundo Seguridad Smart System*



*Nota.* En la figura se observa el logo de la empresa Mundo Seguridad Smart System.

#### Tipografía

- Tipografía Principal: Familia Montserrat.
- Tipografía Secundaria: Familia Lemon.

#### Colores

- Colores principales: #010D9F y #090909.
- Colores secundarios textos: #0114EC y #01449D.
- Colores secundarios acabados: #EC0900, #DCBB81, #9A7860, #BF0514, #BFBFBF, #C4AF09.

Considerando la colorimetría gráfica que tendrá el desarrollo del contenido de la campaña se puede visualizar en la figura 3 los ejemplos de la paleta de colores incluida:

**Figura 3***Colores para la línea gráfica*

Principal #010D9F	Principal #090909	Secundario Textos #0114EC
Secundario Textos #01449D	Secundario Acabados #EC0900	Secundario Acabados DEC. #DCBB81 #9A7860
Secundario Acabados #BF0514	Secundario Acabados #BFBFBF	Secundario Acabados #C4AF09

*Nota.* En la figura se observa los colores a implementar para la línea grafica del proyecto en la empresa Mundo Seguridad.

Adicionalmente, en la figura 4 se expone un ejemplo de cómo quedará el diseño del contenido tanto para celulares como en laptop:

**Figura 4***Línea grafica*

*Nota.* En la figura se observa el diseño que tendrá la línea grafica en la empresa Mundo Seguridad Smart system

## Conclusiones

En virtud de lo expuesto anteriormente, es posible categorizar las siguientes conclusiones del presente trabajo de integración curricular, conforme al plan de marketing propuesto para la empresa Mundo Seguridad Smart System:

Mundo Seguridad Smart System actualmente no cuenta con implementaciones de estrategias de diseño y desarrollo de un sitio web optimizado, lo cual no ha permitido tener contenido relevante, campañas en redes sociales y publicidad en línea, por esa razón no se ha logrado incrementar significativamente el tráfico web y la tasa de conversión de visitantes a clientes.

A través de la optimización propuesta del sitio web, que incluye mejoras en diseño, usabilidad y contenido, así como la integración de SEO y campañas de publicidad pagada, se espera un aumento en la tasa de conversión de visitantes a clientes. Por lo tanto, se proyecta un incremento del 15% en la tasa de conversión, demostrando la potencial efectividad de las estrategias de marketing digital planteadas.

El plan de comunicación estrategia y marketing digital propuesto, es crucial para aumentar el engagement en redes sociales, por lo que se anticipa que la creación y distribución de contenido relevante, la interacción activa con el público podría incrementar el engagement en un 15%, mejorando la percepción de la marca.

La implementación de las acciones propuestas fortalecerá la presencia en línea de Mundo Seguridad Smart System, posicionándola como un referente en soluciones de seguridad electrónica. La combinación de un sitio web optimizado, contenido valioso y estrategias de marketing digital puede mejorar significativamente la competitividad de la empresa.

La propuesta propuesta aboga por implementar un sistema de monitoreo constante del rendimiento de las estrategias digitales, en este sentido, permitirá realizar ajustes en tiempo real para asegurar que la comunicación de la empresa se alinee con las expectativas y necesidades del público objetivo. Se espera que esta capacidad de adaptación rápida

mejore la imagen de marca de Mundo Seguridad Smart System y demuestre la eficacia de las actividades de relaciones públicas digitales.

## Recomendaciones

En función de las conclusiones obtenidas a partir del análisis y desarrollo del plan de comunicación y marketing digital para Mundo Seguridad Smart System, se presentan las siguientes recomendaciones. Estas sugerencias están diseñadas para consolidar y expandir los logros alcanzados, asegurando una mejora continua en la visibilidad, tráfico web, tasa de conversión y engagement en redes sociales. La implementación de estas recomendaciones permitirá a la empresa mantenerse competitiva y adaptarse a las dinámicas cambiantes del mercado de seguridad electrónica en Ecuador:

Para la visibilidad de Mundo Seguridad Smart System en el mercado digital, se recomienda integrar la optimización de un sitio web, la cuenta con la creación de contenido relevante. Igualmente, es crucial implementar un sistema de monitoreo continuo para evaluar el rendimiento de las estrategias digitales y realizar ajustes necesarios.

Para incrementar el engagement en redes sociales, se aconseja diversificar las estrategias de contenido, incluyendo la creación de contenido relevante y valioso, así como fomentar la interacción activa con el público. En este caso, el realizar actividades como encuestas o concursos puede ayudar a mantener y aumentar el engagement.

Es vital fortalecer la presencia en línea de Mundo Seguridad Smart System mediante la implementación de las acciones propuestas. Por consiguiente, mantener un enfoque entre la combinación de un sitio web optimizado, contenido de alta calidad y estrategias de marketing digital, permitirá a la empresa posicionarse como un referente en el mercado de seguridad electrónica y mejorar su competitividad.

Implementar un sistema de monitoreo constante del rendimiento de las estrategias digitales es esencial. Se sugiere adoptar un sistema que permita ajustar en tiempo real la comunicación de la empresa según las expectativas y necesidades del público objetivo, asegurando una mejora continua en la imagen de marca y la eficacia de las actividades pautadas.

Se recomienda que, al momento de integrar un sistema de monitoreo del rendimiento de las estrategias digitales, se realicen pruebas A/B en el sitio web y en las campañas de marketing, lo cual va a permitir identificar las mejores prácticas y optimizar los resultados.

## Referencias

- Arias, J. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*. Enfoques Consulting EIRL.  
[https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w26022w/Arias\\_S2.pdf](https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w26022w/Arias_S2.pdf)
- Barragán, J., & González, E. (2020). Análisis FODA como elemento de la planeación estratégica. *Revista Daena: International Journal of Good Conscience*, 15(1), 222.  
<https://openurl.ebsco.com/EPDB%3Agcd%3A12%3A3822012/detailv2?sid=ebsco%3Aplink%3Ascholar&id=ebsco%3Agcd%3A144462790&cr=c>
- Cordero, A., & Froilán, C. (2021). Responsabilidad Social Empresarial Responsabilidad Social Empresarial. *SAPIENTIAE*, 7(1), 106-117.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8080710>
- Fajula, A. (2021). La valoración de las ideas creativas por parte del anunciante Una aproximación cualitativa. *Icono14*, 19(2), 119-143.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8041036>
- Fhon, C. (2022). Alcances y estrategias del marketing relacional, una revisión sistemática de la literatura. *Ciencia Latina Revista Multidisciplinar*, 6(3), 3926-3943.  
<https://www.ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/2504>
- Medina, M., Rojas, R., & Bustamante, W. (2023). *Metodología de la investigación : Técnicas e instrumentos de investigación*. Trabajo de Grado - Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú.  
<http://coralito.umar.mx:8383/jspui/handle/123456789/1539>
- Thabit, T., & Raewf, M. (2018). The Evaluation of Marketing Mix Elements: A Case Study. *International Journal of Social Sciences & Educational Studies*, 4(4), 1-15.  
[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3173274](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3173274)
- Useche, M., Artigas, W., Queipo, B., & Perozo, É. (2019). *Técnicas e Instrumentos de recolección de datos cuali-cuantitativos*. Editorial Gente Nueva.  
<https://repositoryinst.uniguajira.edu.co/bitstream/handle/uniguajira/467/88.%20Tecnicas%20e%20instrumentos%20recolecci%3%b3n%20de%20datos.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Vázquez, J. (2020). Una revisión a antecedentes sobre las herramientas de la Web 2.0 para el aprendizaje 2.0. *Webmaster en Revistas Científicas | OJS*, 18(54).  
<https://revista.soyuo.mx/index.php/uc/article/view/185/0>

Vizcaíno, P., Maldonao, I., & Cedeño, R. (2023). Metodología de la investigación científica: guía práctica. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 74(4), 9723-9762.  
<https://www.ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/7658>