

ANEXO X-2



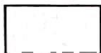
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ  
COORDINACIÓN DE PASANTÍA Y TRABAJO DE GRADO

**ACTA DE APROBACIÓN**

INFORME FINAL DE PASANTÍA



TRABAJO DE GRADO



El jurado designado por la Facultad de Ciencias Sociales  
para la evaluación del Informe Final de Pasantía o Trabajo de Grado  
titulado:

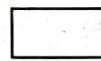
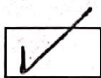
Creación de una Campaña de Marketing a través  
de la plataforma de Google ADS para la  
empresa DIRAIRE Valencia, C.A. Ubicada en  
San Diego, Edo. Carabobo.

Realizado por el (la) Br. Ezequiel Rodríguez

C.I. N° 27501.562 cursante de la carrera de Mercadeo

hace constar después de analizar su contenido y oída la exposición oral,  
considera que el Informe Final o Trabajo de Grado ha obtenido la calificación

de: 20 pts



**APROBADO**

**NO APROBADO**

**El Jurado**

Anaí Samper

Tutor Académico (Coordinador)

Nombre:

C.I.: 14515650

Lorena Molina

Jurado

Nombre: Lorena Molina

C.I.: 10610324



Jurado  
Nombre:  
C.I.:

Fecha: 2015122



**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
ESCUELA DE  
CARRERA MERCADEO**

**CREACION DE UNA CAMPAÑA DE MARKETING A TRAVES DE LA PLATAFORMA DE  
GOOGLE ADS PARA LA EMPRESA DIRAIRE VALENCIA, C.A UBICADA EN SAN DIEGO,  
EDO. CARABOBO**

**AUTOR: EZEQUIEL RODRIGUEZ**

**C.I: 27.501.562**

**San Diego, mayo 2021**



**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
ESCUELA DE  
CARRERA MERCADEO**

**CREACION DE UNA CAMPAÑA DE MARKETING A TRAVES DE LA PLATAFORMA  
DE GOOGLE ADS PARA LA EMPRESA DIRAIRE VALENCIA, C.A UBICADA EN SAN  
DIEGO, EDO. CARABOBO**

**CONSTANCIA DE ACEPTACIÓN**

**Angie Jammoul. C.I: 14.515.650**

---

Nombre, firma y cédula de identidad del tutor académico

**Anaminta Lugo. C.I: 9.528.228**

---

Nombre, firma y cédula de identidad del tutor empresarial

AUTOR: Ezequiel Rodríguez

C.I: 27.501.562

San Diego, mayo 2021

## ÍNDICE GENERAL

	Pág.
<b>CONSTANCIA DE ACEPTACIÓN.....</b>	<b>II</b>
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>4</b>
<b>FASE I</b>	
<b>GENERALIDADES DE LA INSTITUCIÓN</b>	
1.1 Descripción de la empresa.....	5
1.1.2 Estructura organizativa.....	5
1.2 Misión de la empresa.....	5
1.2.1 Visión de la empresa .....	6
1.2.2 Objetivos de la empresa .....	6
1.3 Descripción del departamento.....	6
1.4 Objetivos del departamento.....	6
<b>FASE II</b>	
<b>DIAGNÓSTICO</b>	
2.1 Diagnostico de las necesidades .....	8
2.2 Plan de trabajo.....	8
2.3 Cronograma de actividades .....	9
2.4 Descripción de las actividades.....	10
2.5 Recursos técnicos y humanos.....	10
<b>FASE III</b>	
<b>VINCULACION TEORICA</b>	
.....	12
<b>FASE IV</b>	
<b>RESULTADOS DEL DIAGNOSTICO</b>	
.....	15
<b>FASE V</b>	
<b>ACCIONES</b>	
.....	18
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	
.....	22
<b>PROGRAMACION DE ACTIVIDADES</b>	
.....	24
<b>REFERENCIAS</b>	
.....	25
<b>ANEXOS</b>	
.....	26

## INTRODUCCION

El marketing se ha convertido en un elemento esencial para coordinar las actividades empresariales a través de estrategias orientadas al consumidor; este principio permite desarrollar un direccionamiento estratégico organizacional para guiar a las empresas no solamente a vender un producto o servicio, sino más bien a estar atenta para ofrecer soluciones a las necesidades y la satisfacción de los deseos del mercado hasta lograr el posicionamiento en la mente de los clientes.

Para poder lograr tal objetivo las empresas necesitan del apoyo promocional, el cual va incluido en un plan de marketing, donde se derivan las estrategias para dar a conocer de una manera efectiva sus productos o servicios y por supuesto, aumentar su cifra de ventas y posicionarse en el mercado, más en los tiempos actuales donde las dinámicas mundiales llevan a las empresas a posicionarse en el mundo digital.

Observándose que las empresas requieren seguir en el mercado, y para ello, la actualización se hace fundamental, sobre todo cuando detectan los canales más empleados por los clientes y consumidores, es de allí, donde el adelantarse a los requerimientos, posicionarse, ser creativos en sus estrategias comerciales, son aspectos que marcan la diferencia como empresa, y ante la competencia.

Tal como mencionan los autores Stanton, Etzel y Walker (2007) el marketing: “es un sistema total de actividades de negocios ideado para planear productos satisfactorios de necesidades, asignarles precio, promoverlos y distribuirlos a los mercados meta, a fin de lograr los objetivos de la organización.

Para ese logro de objetivos, estar actualizado, en cada una de las áreas organizacionales de las empresas, así como contar con un equipo de personal que estén a la par de las exigencias del mercado. Algo que se ha visto en la necesidad de desarrollar y fundamentar, en los dos últimos años, donde la era de la digitalización, los medios digitales y online, se ha posicionado en la comunicación en las personas.

## **FASE 1**

### **GENERALIDADES DE LA EMPRESA**

#### **1.1.- Descripción de la empresa**

La empresa DirAire Valencia, C.A se encuentra ubicada en la Urbanización Industrial Castillito, calle 97 cruce con Avenida 71, centro SSV, Diagonal a Epa del Big Low Center, San Diego 2006, en el estado Carabobo. Dicha empresa se dedica a la venta de equipos y repuestos para aire acondicionado y refrigeración al mayor y al detal desde el año 1996, en estos últimos 25 se ha cambiado de local un par de veces, no obstante, han permanecido en su ubicación actual por 16 años, siendo punto de referencia del sector para cualquier persona que esté buscando un equipo o repuesto difícil de conseguir.

Los productos principales que se manejan son capacitores de aire acondicionado, tubería de cobre flexible y rígida desde ¼ hasta 2-5/8, aislantes de las respectivas medidas tanto tubulares como en lámina, compresores para aire acondicionado y refrigeración, equipos mini split, piso techo, tipo gabinete, fan coil, compactos, unidades condensadoras para cavas, difusores y muchos otros tipos de repuestos, cualquier tipo de producto que se necesite para reparar desde un aire de ventana de 6 mil BTu hasta la instalación de chillers de 20 toneladas. DirAire Valencia ha venido construyendo un amplio inventario basado en experiencia.

#### **1.1.2.- Estructura organizativa**

La organización de DirAire Valencia, C.A está estructurada de la siguiente manera: gerencia general, departamento de ventas y marketing, administración e inventario y transporte.

#### **1.2.- Misión de la empresa**

Por otra parte, se encuentra la misión de la empresa. Este aspecto compone la idea general de cómo piensa servir a su mercado meta:

- Misión: brindar la ayuda y servicio requerido por nuestros clientes a nivel nacional para satisfacer sus necesidades de frio, indiferentemente de su naturaleza, y exceder sus expectativas brindando la mejor atención y los productos de mayor calidad.

### **1.2.1.- Visión de la empresa**

La visión define aquello que representa los objetivos definitivos que la empresa desea alcanzar a largo plazo:

- Visión: posicionarse como una de las empresas líderes en el sector frío del país y ser punto de referencia y ejemplo para la distribución de equipos y repuestos tanto para el consumidor final, como intermediarios, ofreciendo las mejores opciones a su vez para instalaciones en grandes construcciones, impulsando el progreso en el país.

### **1.2.2.- Objetivos de la empresa**

Los objetivos de la empresa son aquellas metas más pequeñas que se dibujan en el camino hacia el objetivo final de realizar la visión de la empresa, estos son:

- Ayudar a nuestros clientes a resolver sus necesidades de frío y refrigeración, dándoles el sentimiento de satisfacción que nuestra empresa puede brindar.
- Brindar esta ayuda a través de productos de primera calidad, a un precio asequible para nuestros clientes.
- Ofrecer una asistencia y atención única durante el proceso de compra.

### **1.3.- Descripción del departamento**

El departamento de ventas y marketing es aquel que dentro de la empresa se encarga de realizar las ventas y promover el uso de estrategias de mercadeo para impulsar las mismas. Este departamento es aquel que tiene mayor nivel de influencia dentro de DirAire Valencia, C.A ya que este es el que genera los ingresos de la empresa. Este departamento a su vez tiene la mayor cantidad de empleados, contando con un gerente, dos vendedores y dos empleadas externas que se dedican a llevar las redes sociales de la empresa, realizando la creación y diseño de posts, videos e historias para las páginas de Instagram y Facebook.

### **1.4.- Objetivos del departamento**

Los objetivos del departamento de ventas están íntimamente relacionados con los objetivos generales de la empresa en sí. Entre ellos se pueden encontrar:

- Aumentar el nivel de ventas progresivamente.
- Mejorar la atención al cliente.
- Diseñar campañas de publicidad en RRSS que sean capaces de generar conversiones y no solo generar público.
- Fidelizar clientes.
- Conseguir nuevos clientes.

Todos estos objetivos sumados en conjuntos se resumen en el primero mencionado: aumentar las ventas; sin embargo, esto no se logra como un objetivo solo, sino siguiendo una secuencia de objetivos menores que su culminación en orden den como resultado el aumento de las ventas.

## **FASE II**

### **DIAGNÓSTICO**

#### **2.1.- Diagnostico de las necesidades**

La empresa DirAire Valencia es una empresa reconocida dentro del sector frio en la ciudad de Valencia y hasta a nivel estatal. Esto es debido a que desde que fue fundada y empezó sus actividades, había menos competencia la economía estaba más estable y la construcción en el país estaba en auge, sector que moviliza muchos productos que esta empresa comercializa. Sin embargo, a través de los años la situación económica ha venido deteriorándose paulatinamente, siendo agudizada desde el año 2016. DirAire Valencia ha sido afectada fuertemente por eso, no obstante, ha sabido mantenerse y hacerles frente a las adversidades que representan dichos cambios.

A pesar de esto, el reciente aumento de la competencia en cuanto a cantidad de tiendas nuevas que se dedican a la misma actividad económica ha sido sin precedentes, y esto ha afectado en gran manera las ventas de la empresa. DirAire busca mantener sus clientes y más primordialmente, captar nuevos clientes para aumentar sus ventas, es por esto que DirAire necesita adaptarse a las nuevas metodologías de marketing para captar de manera inteligente a los clientes potenciales, mostrándoles el mensaje correcto, a las personas correctas, en el momento oportuno a través de Google Ads.

#### **2.2.- Plan de trabajo**

La empresa DirAire Valencia, C.A es una empresa con 25 años de recorrido y experiencia en el mercado, estando ubicada en el mismo lugar durante ya muchos años, es una de los negocios de referencia a los que los clientes se dirigen. Sin embargo, durante este último par de años, se han incrementado la cantidad de negocios que se dedican a hacer lo mismo, es decir, comercializar repuestos y equipos de refrigeración, por lo que captar clientes nuevos es cada vez más complicado. Debido a la constante creciente de las redes sociales y la evolución del marketing, ya no es suficiente una publicidad en la radio o una valla en una avenida transitada. Es necesario llegar al cliente correcto, en el momento oportuno y con el mensaje correcto; este tipo de publicidad puede ser logrado gracias a las plataformas de Google Ads, que permiten crear una serie de anuncios que serán presentados cuando alguien busque en su computadora, Tablet o dispositivo móvil, cualquier información relacionada a lo que se vende.

Formulación del problema: ¿Cómo puede DirAire Valencia llegar a más clientes potenciales en el momento correcto con el mensaje oportuno para lograr más ventas?

Objetivo general: Proponer la creación de una campaña de marketing a través de Google Ads para captar clientes potenciales en el área de Valencia, edo. Carabobo

Objetivos específicos:

1. Diagnosticar la situación de la empresa DirAire Valencia, C.A en las redes sociales.
2. Identificar los elementos adecuados para la creación de los grupos de anuncios.
3. Diseñar una campaña de marketing a través de la plataforma de Google Ads.

### 2.3.- Cronograma de actividades

En el siguiente cuadro se podrá apreciar una breve descripción grafica de las actividades a llevar según el tiempo transcurrido:

Actividades	Tiempo												TOTAL SEM
	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4	Sem 5	Sem 6	Sem 7	Sem 8	Sem 9	Sem 10	Sem 11	Sem 12	
Ventas en el mostrador	x	x	x	x									4
Community Management					x	x	x	x					4
Diseño de la campaña de Ads									x	x	x		3
Presentación de la campaña a la empresa												x	1
<b>Total</b>													<b>12</b>

## **2.4.- Descripción de las actividades**

Las actividades llevadas a cabo dentro de la empresa son de gran importancia para todos los objetivos planteados dentro de este trabajo, a continuación, serán descritas estas actividades, las cuales son mencionadas en el cuadro de arriba:

- Ventas en el mostrador: en las ventas en el mostrador se junta la atención al público con el uso del sistema de facturación para realizar ventas y asistir al cliente en el proceso
- Community management: monitoreo y atención al cliente en RRSS.
- Diseño de la campaña de Ads: definición y estructuración de palabras clave, links, segmentación de público, información a mostrar en el grupo de anuncios, establecimiento de oferta en la subasta y revisión de calidad de los anuncios.
- Presentación de la campaña a la empresa: en esta actividad se deberá tener la campaña ya diseñada y lista para ser propuesta a los gerentes de la empresa para su revisión y evaluación de factibilidad.

## **2.5.- Recursos técnicos y humanos**

Los recursos requeridos para la realización de los objetivos planteados en este informe preliminar de pasantías componen a 3 personas, y estas son: las dos empleadas externas que se encargan de monitorear las redes sociales y mi persona. Estas dos empleadas se encargarán de facilitarme información de carácter pertinente como: cantidad de seguidores nuevos en las plataformas de redes sociales, el origen de dichos seguidores, cantidad de llamadas por clic, cantidad de redirecciones a través de links directos en páginas web y redes sociales, entre otros. Esto es con el fin de monitorear el progreso y de mantener la información actualizada para poder tener mejor precisión en las mediciones, mientras que los demás trabajos de diagnóstico, identificación y diseño del plan serán realizados por mi parte.

En cuanto a los recursos institucionales, se tomarán en cuenta los recursos de la empresa DirAire Valencia como institución, tales como: su presupuesto de marketing, sus equipos de computación, su servicio a internet y su información del mercado en el que se encuentran actualmente, además del apoyo de los empleados y su apoyo al momento de realización de consultas sobre el ambiente de trabajo, su relación con la gerencia y sus compañeros, organización de inventario, ventas, entre otros

aspectos. Es sobre todo relevante la información que pueda tener la empresa acerca de sus clientes, tal como: edad, sexo, lugar de vivienda, números telefónicos, correos electrónicos, entre otros. Esto debido a que, a pesar de que Google realiza automáticamente la segmentación, se tiene la opción de incluir datos propios para aumentar los parámetros y obtener mejores resultados.

Entre los recursos materiales se pueden mencionar los siguientes: una computadora eficiente con conexión a internet, un teléfono celular, programas de edición de archivos y gráficos tales como Word, PowerPoint e Illustrator para exponer de manera escrita y visible las ideas y objetivos propuestos en este proyecto. Esto sin mencionar la plataforma de Google Search Ads, la cual será el pilar sobre el cual será basada la totalidad del diseño de la estrategia, se utilizarán estos recursos para realizar todo el trabajo de diseño del plan de marketing. Estos recursos ofrecen exposición inmediata a través de la plataforma de búsqueda de Google para aquellos internautas que busquen artículos relacionados a lo que DirAire Valencia comercializa, lo cual resulta altamente útil.

## **FASE III**

### **VINCULACIÓN TEORICA**

Para iniciar la fase III se pueden encontrar varios antecedentes relevantes que respaldan la veracidad de los objetivos del trabajo:

Calle, K, Erazo, J y Narváez C (2020) Marketing digital y estrategias online en el sector de fabricación de muebles de madera. Investigación llevada a cabo por exponer que el marketing digital cumple un rol fundamental en la actividad comercial de un negocio, la investigación tiene como objetivo diseñar un plan de marketing digital que favorezca el mejoramiento en las ventas de la empresa Ébano Muebles de la ciudad de Loja-Ecuador. La empresa no ha tenido un plan de marketing bien estructurado, por este motivo la presente investigación ha demostrado que una empresa logra un mayor posicionamiento en el mercado cuando tiene buenas estrategias de penetración de mercado, así como también estrategias de marketing en medios digitales.

Ébano Muebles es una empresa similar a DirAire Valencia, con la diferencia de la actividad económica a la que se dedican y el tiempo que llevan en el mercado, sin embargo, es de hacer notar que muchas empresas pequeñas y medianas que cuentan con una buena estructura organizacional, buenos productos e incluso buena atención, puede experimentar ventas y rentabilidad reducidas por no tener una estrategia de marketing digital sólida que permita la captación de nuevos clientes, la mantención de los clientes actuales y la correcta comunicación de los mensajes corporativos.

Paredes. F (2019) Vidal ¿Cómo Google Ads influye en el proceso de captación de clientes? En este artículo, expresa que Google Ads es una plataforma publicitaria que funciona como buscador que brinda servicios a las empresas las cuales deben contar con estrategias novedosas que les permita o sirva de guía a la hora de comunicarse con su público objetivo, puesto que hoy día las empresas no se diferencian por el producto que ofrecen, sino por la imagen que proyectan en la sociedad, transformándose la comunicación en el centro estratégico de cualquier empresa. A través de sus campañas de publicidad esta herramienta favorece la captación de nuevos clientes, así como la calidad de atención y el proceso de fidelización.

Por consiguiente, DirAire Valencia se vería altamente beneficiada como organización si se lograra una exitosa campaña de anuncios a través de la plataforma de publicidad de Google, ya que permite la captación de nuevos clientes y facilita el proceso de fidelización, ya que esta herramienta sabe

reconocer que usuarios han interactuado con tu página web y usando la inteligencia artificial, crea anuncios separados para cada grupo de clientes; de esta manera genera una segmentación exitosa y una atención más personalizada. DirAire Valencia ha tenido que adaptarse de manera forzosa para elevar sus ventas, teniendo en cuenta que es una empresa fundada cuando ninguna de estas tecnologías o plataformas existía.

El marketing está orientado a fidelizar sus relaciones con los clientes, mediante herramientas y estrategias, posicionar en la mente del consumidor un producto, marca, servicio, etc. Para lograr ser la opción principal al momento de comprar o adquirir uno de ellos; pero para eso se debe de conocer las necesidades del cliente o consumidor y así diseñar, organizar, ejecutar y controlar la función comercializadora o mercadeo de la organización.

Una organización que quiere lograr que los consumidores tengan una visión y opinión positiva de ella, de sus productos y marcas debe gestionar por sí mismo todo lo que conlleva a este departamento; clientes, proveedores, empleados, publicidad, medios de comunicación, relaciones públicas, etc. Todo eso es parte del Marketing.

Para Kotler (2011) “los consumidores están en busca de soluciones para satisfacer sus ansias de transformar el mundo globalizado en un mejor planeta. Las personas buscan que las empresas respondan a sus necesidades más profundas, junto con su visión y valores”. (p.05)

Según Ivoskus (2009), el marketing digital permite una integración entre los diferentes medios, aprovechando las posibilidades que nos brindan los nuevos junto a los tradicionales, generando así mayor interacción y atrayendo a los usuarios a la participación. Así como lo indica Ivoskus, el marketing les permite a las empresas tener mayor integración con sus clientes, y conocer sus expectativas y preferencias, lo cual ayuda considerablemente, a la toma de estrategias para la venta de sus productos o servicios que estás ofrezcan.

En este mismo orden de ideas, según Stephanie Caumont (2015), Google Ads es una plataforma que le permite a las organizaciones con presencia en línea, promocionar sus páginas web, bienes o servicios a las personas correctas, en el momento correcto, usando el mensaje correcto; esto es debido a que Google usa una segmentación basada en palabras clave, la cual detecta la naturaleza de la búsqueda de los usuarios (términos de búsqueda, palabras claves, ubicación, dispositivo usado, entre otros) y según estos criterios decide mostrar los anuncios más relacionados.

Lo anteriormente planteado permite la comprensión del Marketing y la función que éste tiene en una empresa, en relación a lo productivo, financiero, administrativo, entre otros. Además, la finalidad de esta para identificar a los mercados meta y satisfacer sus necesidades o deseos mediante una adecuada implementación de estrategias. Todo ello, con la finalidad de generar una rentabilidad para la empresa, fidelización con los clientes, posicionamiento y durabilidad en el mercado.

Google Ads es un medio de comunicación y publicidad online nuevo en el mercado Latinoamericano, cuya incidencia crece, conforme se desarrollan los procesos de comercialización por Internet. Google Adwords es entendida como el Sistema de publicidad de la empresa Google Inc. El anunciante destina un presupuesto por campaña y paga solamente por cada clic que recibe. El anuncio aparece arriba o a un lado de las búsquedas de palabras relacionadas. MClicks, 2014. Esta forma de publicidad se basa en dos modelos: Costos por Clic (CPC) acá solo se paga por lo consumido. Costo por impresión relacionado con la cantidad de internautas que visualizan la publicidad.

Por otra parte, en cuanto a los términos legales que tienen influencia sobre la publicidad y propaganda comercial en el territorio venezolano, se puede mencionar un artículo liberado por la Defensoría del Pueblo en el año 2014, titulado “Publicidad y Marketing: Goce de los Derechos Culturales”. En este artículo se documenta de forma escrita una entrevista con el siguiente contenido:

**¿Existe en su país normativas específicas sobre el contenido y los métodos de publicidad y marketing con el fin de proteger los derechos humanos? Si tal es el caso por favor indique el contenido de tales normativas. ¿la legislación se aplica también a la publicidad en internet?**

- La CRBV en su artículo 117, establece que todas las personas tienen el derecho a disponer de bienes y servicios de calidad, así como a una información adecuada y no engañosa sobre el contenido y características de los productos y servicios que consumen, a la libertad de elección y a un trato equitativo y digno. La ley establecerá los mecanismos necesarios para garantizar esos derechos, las normas de control de calidad y cantidad de bienes y servicios, los procedimientos de defensa del público consumidor, el resarcimiento de los daños ocasionados y las sanciones correspondientes por la violación de estos derechos. el país.

## FASE IV

### RESULTADOS DEL DIAGNOSTICO

Para presentar el diagnóstico y lo que se arroja como resultado, se tiene varios segmentos de estudio, cada uno con un propósito en específico:

1. Diagnóstico de la situación de la empresa: con el fin de diagnosticar el estado y situación de la empresa, se realizó una matriz DOFA, la cual está construida de la siguiente manera:

<p style="text-align: center;"><b>Debilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Es de hacer notar la inconsistencia en la buena atención al cliente, en ocasiones se nota una buena atención, en otras, una atención distraída y desinteresada, influyen factores como el uso de celulares, ruidos elevados desde las oficinas cercanas al área de atención y lentitud en el sistema de facturación.</li><li>• Otra debilidad relevante es la desorganización existente en administración e inventario.</li><li>• Por último se hace notar la falta de una verdadera estrategia de marketing, por los momentos solo se mantiene la página de Instagram al día y en ocasiones se realizan publicidades pagas.</li></ul>	<p style="text-align: center;"><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Entre las oportunidades más notorias se destacan el uso correcto y pleno de las redes sociales como medio de marketing, cada vez más personas saben usar de manera correcta estas plataformas y las usan para buscar como satisfacer sus necesidades, incluyendo personas adultas.</li><li>• Es además digno destacar el reciente crecimiento en la economía del país, que ha reanudado proyectos de construcción, área en la cual la refrigeración juega un papel crucial.</li></ul>
<p style="text-align: center;"><b>Fortalezas</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Es necesario resaltar que esta empresa cuenta con una historia de 25 años, realizando sus operaciones en el mismo lugar y con empleados que han estado allí desde el inicio; esto juega una gran ventaja al aumentar la reputación del negocio dentro de las personas que llevan mucho tiempo en esta área del mercado, construyendo así mejores relaciones con clientes y proveedores, lo cual los ha ayudado a coleccionar:</li><li>• Numerosos contactos, una experiencia sólida y mejores herramientas para brindar soluciones efectivas.</li></ul>	<p style="text-align: center;"><b>Amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• En último lugar, la creciente y abundante competencia, que entra al mercado fresca y precios altamente competitivos,</li><li>• Y la reciente evolución del mercado en sus maneras de desenvolverse, proponen las mayores amenazas a la empresa.</li><li>• La incertidumbre acerca de la economía en el país.</li><li>• Las fuertes regulaciones para la comercialización de distintos gases refrigerantes.</li></ul>

2. Identificación de los elementos para la creación de los grupos de anuncios: la creación de una campaña con diferentes grupos de anuncios es una tarea extensa, ya que, aunque existe mucha automatización en la plataforma de Google, nadie conoce mejor los objetivos de la empresa que la misma empresa, por lo cual hay que establecer parámetros como los siguientes:
  - 2.1. Crear los grupos de anuncios: el objetivo inicial es llegar a clientes potenciales y aumentar el tráfico del sitio web, con estas dos opciones marcadas, Google optimiza los anuncios para alcanzar estos dos objetivos. Luego, se escogen los dispositivos en los cuales se expondrán los anuncios, la ubicación y el idioma. Por último, se define el presupuesto con la gerencia de marketing para determinar la cantidad de anuncios que se mostraran.
  - 2.2. Definir los anuncios: se procede a detallar aspectos como la lista de palabras clave, mientras más específico, más segmentado estará el anuncio y menos riesgo se corre de llegar al público incorrecto, como tipo de concordancia se escoge el modificador de concordancia amplia. Luego se definen los títulos, links y descripciones en los anuncios.
  - 2.3. Habilitar los anuncios dinámicos: esta opción permite a Google crear anuncios de manera automática según su entendimiento de tu página web y la búsqueda del cliente para crear una concordancia relevante que tal vez se pasó por alto en la lista de palabras clave y configuración general del grupo de anuncios.
  - 2.4. Calidad del anuncio y extensiones: en esta etapa se determina la tasa de clics esperada, la experiencia en la página destino y la relevancia del anuncio, un alto puntaje en estos tres parámetros da mucha ventaja en la subasta. Asimismo, se habilitarán las extensiones de texto destacado, fragmento estructurado, y según sea la búsqueda del usuario, la extensión de llamadas y mensajes, además de la de ubicación.
  - 2.5. Públicos de búsqueda: esta configuración será utilizada posteriormente para alcanzar aquellos públicos que estén interesados en el rango de temas relacionados a la empresa según Google, así también pues definir los datos demográficos deseados y por último los públicos en el mercado, herramienta que habilita a Google separar el simple interés en el tema, con la intención de compra para mostrar anuncios más relevantes a cada persona.

3. Diseño de la campaña de marketing: según el portal informativo digital Business.com, la plataforma de Google Ads les permite a las empresas incrementar las llamadas, dirigir mas personas a sus negocios y atraer más tráfico a sus páginas web. Además, ofrece numerosos beneficios como: incrementa tus clientes y contactos, es una plataforma flexible, recibes un retorno de inversión elevado, visualizas resultados transparentes y rápidos y descubres más acerca de tu mercado.

Teniendo en cuenta estos beneficios y los elementos mencionados arriba, se diseñará una estrategia de marketing basada en la plataforma de Google Search Ads siguiendo los siguientes parámetros:

1. Los objetivos a establecer para la campaña son: atraer clientes potenciales y trafico al sitio web.
2. Los dispositivos para mostrar los anuncios serán: smartphones, tabletas y computadoras.
3. La ubicación será definida como el estado Carabobo, Venezuela; idioma español.
4. El presupuesto inicial será de 500USD, con una oferta de 0,3\$ por clic.
5. Para crear el grupo de anuncios se definirán: la lista de palabras clave, con un modificador de concordancia amplia, se establecerán los títulos, links y descripciones de los anuncios. Se programará una fecha de inicio: 03/06/2022. Y fecha de culminación: 03/07/2022.
6. Para complementar los anuncios creados, se habilitará la creación de anuncios dinámicos basados en la pagina web para aumentar la relevancia y concordancia con la búsqueda de los usuarios, usando como opción de orientación a todas las páginas, para no desatender ninguna búsqueda.
7. A continuación, se evaluará la calidad de los anuncios, esto lo hace Google automáticamente a través de la tasa de clics esperada, la experiencia en la pagina de destino y la relevancia del anuncio con la búsqueda. Google ofrece un puntaje y recomendaciones para aumentar la calidad. Se pueden aplicar cambios.
8. Como parte de las recomendaciones se pueden aplicar las extensiones de anuncios: texto destacado para resaltar lo que hace a la empresa única; fragmentos estructurados para destacar aspectos de un producto. También se añadirán las extensiones de llamadas, mensajes y de ubicación.
9. Por último, se definirán los públicos de búsqueda, Google escogerá los datos demográficos y realizará la distinción de anuncios entre públicos con interés e intención de compra.

## FASE V

### ACCIONES

En último lugar, se procede a recopilar toda la información mencionada arriba para ser propuesta y analizada con la gerencia de la empresa DirAire Valencia. De esta manera se realiza una reunión y se discute la información presentada por mi persona, para destacar los siguientes puntos:

1. **Las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas de la empresa:** en esta parte se compartió lo que se encuentra en la matriz DOFA en la fase IV, resaltando en las debilidades la falta de una verdadera estrategia de marketing tanto tradicional como digital; la empresa ha estado viviendo numerosos años por el “boca a boca” de clientes fidelizados que comparten la información de la empresa con conocidos y amigos. Sin embargo, aunque esta es la mejor forma de marketing, se concluyo que no es la manera mas efectiva de lograr un alcance mas amplio y que se están perdiendo oportunidades al no ejercer una campaña de marketing real que puede traer como beneficios una mayor exposición en el mercado, atracción de clientes potenciales y un incremento en las ventas, consecuencia de lo anteriormente mencionado.

De esta misma forma, se estableció que, si se desea aplicar esta estrategia y aumentar las ventas de la empresa, debe aumentar la capacidad y calidad de atención al cliente tanto como la organización y funcionamiento interno en la empresa, por lo que se tomaran medidas para mejorar estos aspectos y construir una mejor comunicación inter departamental. En cuanto a las oportunidades, se encontró que la construcción realmente no ha empezado nuevamente en el país, hay proyectos pequeños pero no proponen un alza en la demanda, no de la forma que fue entre los años 2008 y 2012 explican los gerentes; sin embargo, se estuvo de acuerdo al potencial en el uso de las redes sociales como medio de promoción y ventas, y aunque la empresa cuenta con páginas de Instagram, Facebook y Twitter, las últimas dos están abandonadas y no se había tomado en cuenta la alternativa de Google, la cual fue bien recibida. Las fortalezas de la empresa fueron bien evaluadas y aceptadas de manera precisa, de igual forma que las amenazas, y explica la gerencia que DirAire Valencia no es la única empresa en sufrir estos cambios, ya que la competencia ha venido afectando a muchos, que acogen una estrategia de baja de precios bajando sus márgenes de ganancia y dificultando sus procesos financieros.

2. Como segundo punto a tocar en la presentación de este proyecto, se expone **una explicación acerca de la plataforma de Google Ads y como funciona**. Al igual que otras plataformas de anuncios digitales como Facebook, Google ofrece un servicio de anuncios con alcance masivo, pero con una segmentación mucho mas avanzada. Google es una de las empresas mas valuadas en el mundo hasta la fecha, y todos son familiares con ella debido a que es usada por todos: cuando se va a realizar una búsqueda, el motor de búsqueda predeterminado es Google (no Yahoo! o Bing), cuando se va a buscar un video, se busca en Google, aquellos que usan Android como sistema operativo usan todos los servicios de Google y son obligados a tener una dirección de correo electrónicos Gmail. A todo esto, Google es una empresa con un alcance enorme y que puede llegar a todo tipo de publico y consumidores, sabiendo esto, decidieron poner esta cualidad a trabajar a través de la plataforma de Google Ads.

Esta plataforma es la que se encarga de mostrar la mayor parte de la publicidad que se encuentra en las paginas de Google y sus aliados comerciales, es decir, los anuncios que aparecen en los videos de YouTube, los anuncios que aparecen en las aplicaciones gratuitas, aquellos que aparecen como un banner a los lados de paginas como blogs y sitios web, al igual que aquellos que se muestran justo al momento después de realizar una búsqueda con Google, y este ultimo tipo de anuncios sobre el cual este proyecto esta basado. Si bien no todos son propensos a clicar una publicidad de búsqueda, se puede atribuir esta falla a la poca cantidad de empresas en Venezuela que implementan esta estrategia, por lo que los resultados no siempre son relevantes a la búsqueda; tal vez el contenido del anuncio esta acertado, pero el usuario al ver que es de otro país, decide no interactuar.

Habiendo entendido esto, se explica el proceso de creación de los grupos de anuncios, la definición de parámetros, su configuración, la automatización realizada por parte de Google para facilitar el trabajo y por ultimo el presupuesto con el cual se va a trabajar, un presupuesto esperado de 500USD con una oferta de 0.3USD por clics que dejan como resultado unos 1.600 clics o interacciones con los anuncios. Esta idea fue bien recibida, sin embargo, se concluyó que para incrementar el éxito de esta estrategia hay que rediseñar la pagina web e integrar mas

contenido a ella, de manera que la experiencia para los usuarios sea mejor y la calidad de los anuncios suba, aunque para eso es necesario aprobación del Grupo DirAire.

3. Enseguida se precedió a mencionar y debatir acerca de los **beneficios** que estas implementaciones podrían traer a la empresa, y como fue mencionado anteriormente, se estableció que es primordial atender las debilidades, explotar las fortalezas y oportunidades para que esta estrategia rinda al máximo, al igual que desarrollar una mejor página web, algunos de estos cambios requerirán una inversión y estos aspectos deberán ser evaluados. Por consiguiente, de ser implementados estos cambios y esta estrategia de marketing basada en Google Ads, entre los cuales destacaron el incremento de las ventas como consecuencia de la exposición en el buscador de Google, teniendo en cuenta que, según sea la configuración la calidad del anuncio, estos no serán intrusivos con el usuario y brindaran la información requerida de manera clara, sencilla y transparente, en el momento correcto y de la manera correcta.

Este beneficio fue el mas atendido en la presentación, sin embargo, se propuso un plan mas a largo plazo según los objetivos del marketing mix: informar, persuadir y recordar. Con estos objetivos en mentes la primera campaña no estaría enfocada directamente en las ventas sino en el reconocimiento de la empresa, sus productos y servicios; en esta etapa pueden ocurrir ventas. Luego se pasaría a persuadir al publico que ya se captó de manera que realicen una interacción mas profunda con la empresa cuyo resultado sea una venta. Y por último recordarles que DirAire sigue ahí para satisfacer sus necesidades. Cada una de estas etapas tiene sus beneficios y mucho mas hacerlo en este orden, ya que el publico no se siente atacado por una propuesta de venta de una empresa que no conocen, sino que son recibidos con una presentación cálida. Esta idea fue bien recibida por parte de los directivos también.

Se concluyo que los beneficios de la implementación de esta estrategia trascenderían el departamento de marketing debido a que dicha implementación requiere cambios en los demás departamentos para poder mantener la calidad y fluidez en el servicio durante el incremento de clientes potenciales realizando contacto con la empresa, de manera que puedan ser bien atendidos y se pueda generar una idea positiva acerca de la empresa en la mente del cliente. Es decir, habría beneficios en la gerencia, administración, inventario y ventas, es un cambio

en conjunto que busca maximizar las actividades de la empresa en búsqueda de un crecimiento continuo.

4. En cuanto a la **factibilidad** de la implementación de este proyecto, se concluyo que los cambios a implementar que requieran inversión de capital serán evaluados por la gerencia, como por ejemplo el desarrollo de una página web más completa, este cambio debe ser evaluado por el Grupo DirAire que cuenta con gerentes de 7 franquicias diferentes, ya que la pagina web sirve como referencia para cada una de ellas, sin mencionar que dividir gastos para la elaboración de un nuevo proyecto entre varios integrantes suele tener sus percances. En cuanto a las fallas en el sistema de facturación que causan lentitud en la atención, es posible que se requiera una revisión profesional que según sea la evaluación del técnico, pueda ser costosa o no.

Mientras que los demás cambios serán implementados a medida de la capacidad de los procesos internos de la empresa, es decir, a medida que las reglas vayan siendo acatadas a plenitud, como, por ejemplo: normas de comunicación inter departamental para la resolución de retos, división de trabajo para evitar la sobre carga en empleados o departamentos específicos y realizar tareas de maneras mas rápida, restricciones en cuanto al uso de los teléfonos en horario de trabajo, entre otros. Es importante destacar que estos cambios (menos el desarrollo de la página web) no son vitales para la implementación del proyecto, sin embargo, ayudan a que sea mucho mejor aprovechado. En líneas generales, la gerencia estableció que la implementación de esta campaña de marketing podría ser factible, depende de lo que se dicte en la reunión del Grupo DirAire acerca de la actualización de la página web.

## CONCLUSIONES

DirAire Valencia es una empresa que ha sabido servir a sus clientes de una forma espectacular desde su fundación, es referencia en el mercado del aire acondicionado y la refrigeración y recomendada por muchos técnicos reconocidos en la ciudad. Tras 25 años de actividades, esta empresa ha seguido de pie luego de muchas adversidades a las cuales ninguna empresa venezolana ha sido ajena, otras que han sido únicas en este sector y otras personales para la compañía. Sin embargo, después de todo este tiempo y reputación construida, es de hacer notar que existe una decadencia en estos factores, DirAire Valencia ha tenido que bajar sus precios a toda costa para mantenerse competitivo en un mercado cada vez mas sobresaturado con nuevos competidores aun entrando. Muchas veces esta disminución de precios afecta la calidad de los productos que comercializa y esto afecta negativamente tu reputación.

En ocasiones, la empresa se ha negado a comercializar artículos de segunda, tales como compresores de aire acondicionado y de nevera, que brindan vida y frio a sus respectivos equipos, y se ha experimentado una baja de ventas de estos productos increíble; entran clientes potenciales a la tienda, preguntan a los vendedores el precio de un compresor, al escucharlos, sin decir más, se van. Y según investigaciones de mercado conducidas por la empresa, hay competencia con precios en compresores mucho más económicos que proyectan ser imitaciones; sin embargo, lo mas impactante de esto es el hecho de que al consumidor no parece importarle, indiferentemente de su capacidad económica.

En este mismo orden de ideas, es relevante expresar que el mercado venezolano ha cambiado de manera radical, es difícil persuadir y convencer al publico de la autenticidad y calidad de los productos cuando hay tanta competencia que exclama ser igual o mejor, y a menor precio. Es notable al conversar con los clientes que las personas cuando salen a comprar un repuesto, no buscan calidad, buscan precio. Habiendo dicho esto, DirAire no ha tomado una posición clara en el mercado en donde pararse firme y ofrecer una alternativa clara, si esta en el mercado de los precios bajos o en el mercado de la calidad, lo cual hace difícil que se pueda enfocar en un solo tipo de consumidor, o lo que llama Seth Godin, experto en marketing, “el mercado viable mas pequeño”. No obstante, a DirAire no se le dificulta mantener clientes y captar clientes nuevos que se sientan relacionados con sus valores como empresa, así pues, es capaz de mantener sus actividades y ofrecer servicios de calidad a sus clientes.

## **RECOMENDACIONES**

Me gustaría recomendar un enfoque mas activo de parte de la empresa hacia el mercado, ya que una publicidad paga por Instagram al mes no hace maravillas, además de mantener a los empleados motivados, el marketing no solo se aplica a los clientes, los empleados también cuentan y también se escuchan. Seria excelente empezar a implementar un sistema mas organizado donde todos los departamentos funcionen de manera más fluida, y los cambios de uno sean reportados de inmediato, mantener un historial actualizado de los cambios realizados en administración, la gerencia, el inventario y la facturación; no dejar acumular el trabajo.

Por último, me parece que DirAire es una buena empresa, con una gerencia que, aunque tiene fallas, se preocupa por sus empleados y busca formas de resolver los problemas, a la antigua y tal ves no de forma muy efectiva, pero busca los medios. Su capital humano es excelente, en inventario, en ventas, en administración. Es una empresa con mucho potencial que, tomando las decisiones correctas puede hacer realidad su visión.

## PROGRAMACION DE ACTIVIDADES

Actividades	Tiempo												
	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4	Sem 5	Sem 6	Sem 7	Sem 8	Sem 9	Sem 10	Sem 11	Sem 12	TOTAL SEM
Ventas en el mostrador	x	x	x	x									4
Community Management					x	x	x	x					4
Diseño de la campaña de Ads									x	x	x		3
Presentación de la campaña a la empresa												x	1
<b>Total</b>													<b>12</b>

## REFERENCIAS

Limas, Sonia (2019). La comunicación corporativa y su influencia a través de la publicidad digital. Un estudio en productos de la línea cosmética y cuidado corporal en el departamento de Boyacá (Colombia). Universidad Simón Bolívar. Barranquilla, Colombia.

Amador, Mónica (2020). Eficacia publicitaria en Instagram: Celebrities vs Influencers Advertising effectiveness on Instagram: Celebrities vs Influencers. Universidad de la laguna, Facultad de Economía, Empresa y Turismo. San Cristóbal de la Laguna, España.

Llanes, Rudibel (2018). Estrategias de comercio electrónico y marketing digital para pequeñas y medianas empresas. Universidad de Ciencias Informáticas. Ciudad de la Habana, Cuba.

Karina, Calle; Erazo, Juan; Narváez, Cecilia (2020). Marketing digital y estrategias online en el sector de fabricación de muebles de madera. Universidad Católica de Cuenca, Ecuador.

Caumont, Stephanie (2013). Google AdWords: La guía completa. Optimice sus campañas para obtener más ingresos. Ediciones ENI. Saint-Herblain, Francia. ISBN: 9782746079304.

Defensoría del Pueblo (2014). PUBLICIDAD Y MARKETING: GOCE DE LOS DERECHOS CULTURALES: Informe de la Defensoría del Pueblo de la República Bolivariana de Venezuela ante la Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos/Relatora Especial en la esfera de los derechos culturales. Caracas, Venezuela.

SkillShop, 2019. Certificación en publicidad de búsqueda de Google Ads.



Recopilamos los mejores conect... x Aprobado por el Consejo Univer... x Aprobado por el Consejo Univer... x 683-474-5313 - Google Ads x +

ads.google.com/aw/signup/payment?cod=8982066478&campaignId=17022833942&authuser=28&ad&usid=8982066478...\_c=82187783038&uid=6202...

MEGA Mira The Office tipos de segmentac... CORE - Agregatin... DigitalDefynd - Fin... Books Cursos de google ads Cursos KMSAuto++ Versió... antecedentes pasan...

Google Ads Empieza a llegar a más clientes potenciales

AYUDA 683-474-5313 comprasvalencia@diraire.com

✓ Seleccionar configuración de la campaña — ✓ Configurar grupos de anuncios — ✓ Crear anuncios — 4 Configurar la facturación

### Confirmar datos de pago

Venezuela

Zona horaria  
(GMT-04:00) hora de Venezuela

La zona horaria se aplica a la totalidad de tu cuenta y no se puede cambiar posteriormente.

Código promocional [Aplicar](#)

Sí, quiero recibir consejos sobre rendimiento, ofertas promocionales, encuestas e invitaciones para probar funciones nuevas

No, no quiero recibir consejos sobre rendimiento, ofertas promocionales, encuestas ni invitaciones para probar funciones nuevas

Tipo de cuenta

Empresa

Windows taskbar: 9:29 PM 4/22/2022

Recopilamos los mejores conect... x Aprobado por el Consejo Univer... x Aprobado por el Consejo Univer... x Anonymous Ad Preview Tool x +

ads.google.com/ancon/AdPreview?lang=es&loc=2862&device=30000&activeTab=1&st=DirAire+Valencia

MEGA Mira The Office tipos de segmentac... CORE - Agregatin... DigitalDefynd - Fin... Books Cursos de google ads Cursos KMSAuto++ Versió... antecedentes pasan...

Google Ads Ad Preview and Diagnosis Tool

SIGN IN

Q Todo Maps Imágenes Vídeos Noticias Más Herramientas

Cerca de 6,410 resultados (0,60 segundos)

<https://www.diraire.com>  
Dir Aire – El frío que sí se siente...  
ventasbarquisimeto@diraire.com. ventascaracas1@diraire.com. ventasguatire@diraire.com.  
ventasmaracay@diraire.com ... **Dir Aire Valencia.**

<https://infoguia.com> > emp=dir-aire-valencia  
**Dir Aire en Valencia | Infoguia.com**  
Descripción Ofrecemos accesorios para aire acondicionado, repuestos, consumibles, línea blanca comercial, mantenimiento de aire acondicionado, ...

<https://www.instagram.com> > dirairevalencia  
**Dir Aire Valencia (@dirairevalencia) • Instagram photos and ...**  
Dir Aire Valencia. Entrepreneur, Equipos y Repuestos de Aires Acondicionados y Refrigeración de las Mejores Marcas y Mejores Precios del Mercado.

<https://www.nexdu.com> > valencia-g > empresa > dir-ai...  
**Dir Aire Valencia, C.a. en Valencia - Teléfonos y Dirección**  
Teléfono +(241) 87... Dirección Calle 97 Centro Comercial Ccsv, Local 1, Pb, Z Ind Castillito Valencia, Dir Aire Valencia, Calle Valencia, Carabobo

**Dir Aire Valencia, C.A**  
Sito web Cómo llegar Guardar  
4,3 ★★★★★ 25 comentarios de Google  
Tienda de materiales para la construcción en San Diego

**Opciones de servicio:** Compras en tienda · Retiro en tienda  
**Dirección:** urb Industrial castillito, calle 97 cruce con Av 71, Diagonal a Epa del big low center, San Diego 2006, Carabobo  
**Horas:** Cerrado · Abre a las 08:00 del lun  
**Teléfono:** 0241-8718325

Windows taskbar: 10:49 PM 4/22/2022

Recopilamos los mejores conect... x Aprobado por el Consejo Univer... x Aprobado por el Consejo Univer... x Google Ads Preview Tool - Nordi... x +

nordicclick.com/resources/google-ads-preview-tool/

MEGA Mira The Office tipos de segmentac... CORE - Aggregatin... DigitalDefynd - Fin... Books Cursos de google ads Cursos KMSAuto+ Versió... antecedentes pasan...

**NordicClick** SERVICES WORK RESOURCES CONTACT US

Search Term: Compresores Toshiba

Final URL: www.diraire.com/productos/compresores-de-aaToshiba

Headline 1: DirAire ¡el frío que si se sientel -4

Headline 2: Compresores 19

Headline 3: Toshiba GMCC Rotativos 8

Path: www.diraire.com/ Productos / compresores-

Description 1: En DirAire puedes encontrar toda la gama de compresores Toshiba GMCC 100% originales. 5

Description 2: ¡Llama ya! 80

ADD SITELINK EXTENSIONS

ADD CALLOUT EXTENSIONS

ADD AFFILIATE LOCATION EXTENSION

ADD APP EXTENSION

ADD PROMOTIONS EXTENSION ?

ADD PRICE EXTENSION ?

ADD CALL EXTENSIONS

Phone Number: 0241-8718325 3

ADD MESSAGE EXTENSIONS ?

Msg. Ext. Text: 0414-4244984 23

SHOW ADVERTISER RATING

ADD STRUCTURED SHIPPETS EXTENSION

ADD LOCATION EXTENSION

Address: Urb Industrial Castlillo, calle 97 cruce co -79

DirAire ¡el frío que si se sientel | Compresores | Toshiba GMCC Rotativos

www.diraire.com/Productos/compresores-air 0241-8718325

En DirAire puedes encontrar toda la gama de compresores Toshiba GMCC 100% originales. ¡Llama ya!

Urb Industrial Castlillo, calle 97 cruce con Av 71 diagonal al EPA del Bq L'ow

Urb Industrial Castlillo, calle 97 cruce con Av 71 diagonal al EPA del Bq L'ow

Call 0241-8718325

0414-4244984

Note that when you're actually selling up real campaigns, Google will feature what they deem to be the most useful combination of extensions and formats for the given conditions. This meaning that in certain circumstances some (and possibly all) of your extensions may not show.

11:00 PM 4/22/2022

¡Enhorabuena!



**Certificación de Publicidad en Búsqueda de Google Ads**

Completado por Ezequiel Rodríguez, el 14 de octubre de 2021

Google reconoce que dominas los conceptos básicos de la creación y personalización de campañas de Búsqueda de Google eficaces.

Identificación terminación: 85145791 Fecha de vencimiento: 14 de octubre de 2022

