



**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: Estrategias de Marketing digital para dar a conocer la Empresa Multibiz, CA. en las Redes Social Instagram

Realizado por el (la) Br. Jessy Naddaf  
C.I. N° 30.228.906 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: VEINTE (20)

APROBADO

NO APROBADO

Blanca Vielma

Tutor Académico (Coordinador)  
Nombre: BLANCA VIELMA  
C.I.: 5465042

El Jurado

Manija Mochica

Jurado  
Nombre: MANIJA MOCHICA  
C.I.: 10610324



Jurado  
Nombre:  
C.I.:

Fecha: 11, 04, 2024



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

**ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL PARA DAR A CONOCER LA  
EMPRESA MULTIBIZ C.A EN LA RED SOCIAL INSTAGRAM**

**Empresa:** Multibiz C.A

**Autor:** Jessy Raquel Naddaf Jrous

C.I 30.228.906

**Tutor académico:** Prof. Blanca Vielma

C.I 5.465.042

San Diego, Abril del 2024



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

**ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL PARA DAR A CONOCER LA  
EMPRESA MULTIBIZ C.A EN LA RED SOCIAL INSTAGRAM**

**CONSTANCIA DE APROBACIÓN**

---

Tutora Académica: Econ. Blanca Vielma

C.I 5.465.042

---

Tutor Empresarial: Lic. José Luis Castro

C.I 12.787.473

**Autor:** Jessy Raquel Naddaf Jrous

San Diego, Abril de 2024

## INDICE GENERAL

### CONTENIDO

PP.

	Introducción .....	
<b>FASE I</b>	<b>GENERALIDADES DE LA INSTITUCIÓN</b>	
	1.1 Descripción de la empresa .....	
	1.1.2 Estructura organizativa .....	
	1.2 Misión de la empresa .....	
	1.2.1 Visión de la empresa .....	
	1.2.2 Objetivos de la empresa .....	
	1.3 Descripción del departamento .....	
	1.4 Objetivos del departamento .....	
<b>FASE II</b>	<b>DIAGNOSTICO</b>	
	2.1 Diagnostico de las necesidades .....	
	2.2 Plan de trabajo .....	
	2.3 Cronograma de actividades .....	
	2.4 Descripción de las actividades .....	
	2.5 Recursos técnicos y humanos .....	
<b>FASE III</b>	<b>VINCULACION TEORICA</b>	
	3.1 Principios teóricos .....	
<b>FASE IV</b>	<b>RESULTADOS DEL DIAGNOSTICO</b>	
	4.1 Diagnosticar la situación actual de la empresa Multibiz C.A .....	
	4.2 Identificar las ventajas y desventajas sé que ofrecen .....	
<b>FASE V</b>	<b>PROPUESTA</b>	
	5.1 Descripción de la propuesta .....	

5.2 Objetivos de la propuesta.....

5.3 Factibilidad de la propuesta.....

5.4 Factibilidad técnica.....

5.5 Factibilidad operativa.....

5.6 Factibilidad económica.....

**CONCLUSIONES.....**

**RECOMIENDACIONES.....**

**REFERENCIAS.....**

## INTRODUCCION

El marketing digital es el componente de mercadotecnia que siempre está en constante cambio y con ello se deben de aplicar a menudo nuevas estrategias que permitan que la empresa se posicione en el mercado. En la actualidad hay diversas formas de estar presente en el mercado no solo en el mercado tradicional sino también utilizando plataformas como las redes sociales donde ayuda a darse a conocer y alcanzar clientes potenciales tanto nacionales como internacionales.

Con el marketing digital utilizado por las empresas este busca conocer a la audiencia en profundidad para ofrecerles contenidos y ofertas de acuerdo con sus intereses y comportamiento en línea, bajo las normas de la red social Instagram se plantean estrategias comerciales incluyendo la creación del contenido con su rediseño evaluando la viabilidad de cada estrategia planteada.

La red social Instagram ha crecido exponencialmente y es una red a nivel mundial donde esta da la oportunidad a las empresas de darse a conocer y de acuerdo a las estrategias de la empresa para poder llegar a posicionarse y a través de esta tener una presencia en el mercado nacional, hay múltiples opciones que la red social nos ofrece como empresas para llegar a nuestro publico objetivo como lo son las estadísticas , formatos como reels, carruseles de fotos ,historias que nos ayudan a alcanzar nuevas audiencias y que a su vez nos da la posibilidad de tener mas cercanía entre la relación de empresa a cliente.

En base a lo antes expuesto el Trabajo de Pasantías estará estructurado en 3 fases:

### **Fase I: GENERALIDADES DE LA INSTITUCION**

Describe las generalidades de la Institución: descripción de la empresa. Estructura organizativa, misión, visión y objetivos empresariales, descripción y objetivos del departamento.

### **Fase II: DIAGNOSTICO**

Contiene el diagnostico de las necesidades. El plan a desarrollar en la empresa Multibiz C. A. el cronograma respectivo con respecto al tiempo y espacio desarrollado de la pasantía, así como la descripción de las actividades y los recursos técnicos y humanos empleados.

### **Fase III: VINCULACION TEORICA**

En el cual se presenta los principios teóricos respectivos que le dan sustento y fundamento al informe de pasantía.

### **Fase IV: RESULTADOS DEL DIAGNOSTICO**

Contiene el análisis de las métricas de la red social Instagram y el análisis de la POAM, PCI y matriz Dofa.

### **Fase V: ACCIONES**

Descripción de las estrategias y de las factibilidades que apoyan la propuesta.

### **Fase VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

En donde se presenta la conclusión de la investigación y recomendaciones para la empresa.

## FASE 1

### GENERALIDADES DE LA INSTITUCIÓN

#### 1.1 Descripción de la empresa:

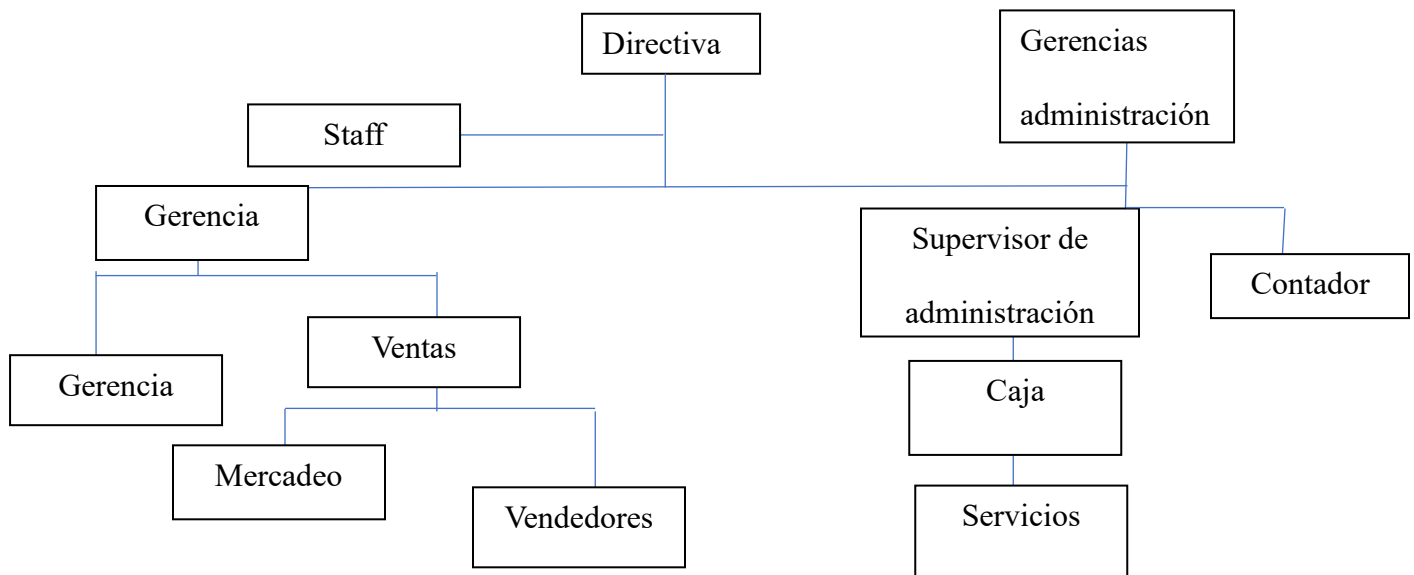
##### Ubicación

La empresa está ubicada en la urbanización Carabobo calle 148 Nro. 101-51, Valencia Estado Carabobo

##### Reseña Histórica

Multibiz, fue fundada en 2011 en un contexto donde la tecnología es la pauta en los tiempos modernos y donde los cambios profundos en la economía obligaron a las empresas, comercios y comunidad en general a diversificar sus sistemas, de tal manera de poder hacer frente a la alta competitividad que se está originando en el mercado.

#### 1.1.2 Estructura Organizativa



Fuente: Multibiz C.A (2011)

## **1.2 Misión de la Empresa**

Ser líderes en la Distribución al Mayor de Productos de Seguridad, Telecomunicaciones e Informática proporcionando un alto valor agregado a la relación comercial Cliente - Proveedor a través de un excelente Servicio al Cliente.

Garantizar unas condiciones de trabajo que favorezcan el crecimiento profesional, el mejoramiento de la calidad de vida de nuestros empleados y un rendimiento sostenido de la inversión para nuestros socios o directivos.

### **1.2.1 Visión de la Empresa**

Preparamos y afianzarnos como una empresa líder a nivel regional y nacional en la distribución e integración de sistemas de Telecomunicaciones y Seguridad para los hogares y empresas. Siendo la promoción de este tipo de sistemas clave para lograr llegarle a todos los clientes y público en general que requieran nuestros servicios.

### **1.2.2 Objetivo de la Empresa:**

1.- Mantener la calidad de servicio como una constante dirigida a los clientes internos y externos de la organización: clientes, empleados, directivos, proveedores, asesores externos e instituciones.

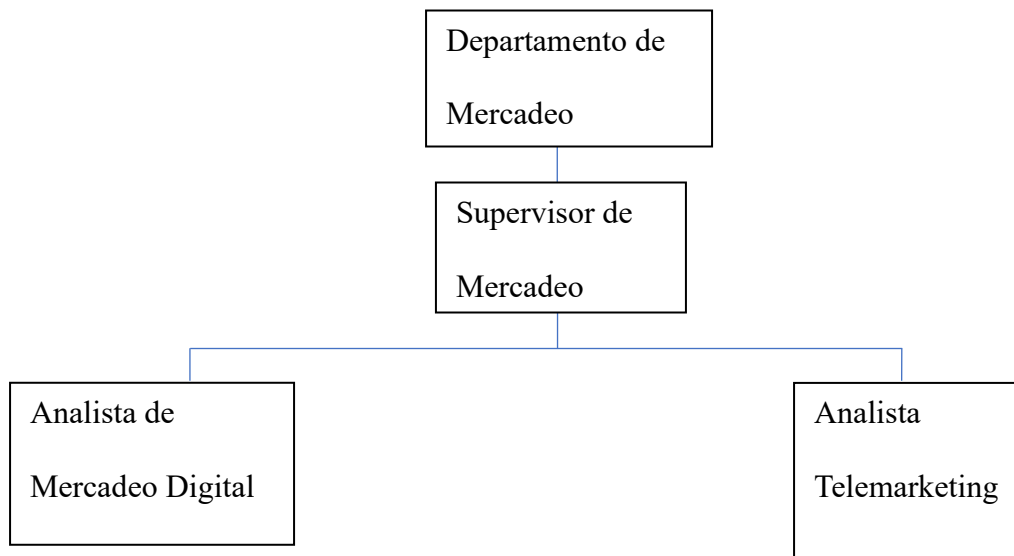
2.- Alcanzar nuestra misión y visión por el trabajo en equipo entre todos los integrantes de la empresa con sinergia organizacional.

3.- Mejorar los procesos para el aumento de la satisfacción de los entes que conforman la organización.

4.- Impulsar la actividad diaria para una rentabilidad sostenida.

5.- El respeto de los deberes y derechos individuales, bajo preceptos de honestidad y responsabilidad, expresado en todas las acciones de la organización y de sus actores.

**Figura 2. Estructura Organizativa del Departamento de Marketing y Ventas**



**Fuente:** Multibiz C.A (2011)

### **1.3 Descripción del Departamento de Marketing y Ventas**

Las organizaciones actuales en un mundo tan globalizado y cambiante se preocupan por la fidelidad de sus clientes y siempre buscan la forma de brindar soluciones a sus problemas o necesidades de manera eficiente y eficaz. Por ello Multibiz, C.A., realiza evaluaciones del entorno para diseñar y comercializar los productos y/o servicios, todo esto con la intención de identificar las vías y formas de atraer clientes.

Todo esto lo hace posible el departamento de mercadeo con sus distintas funciones. Por este motivo es fundamental el manejo de las Redes Sociales como un valioso activo en el desarrollo de la empresa.

El departamento de mercadeo de Multibiz, C.A., se encarga del desarrollo de estrategias que ayudan a la empresa a posicionarse en un lugar rentable en el mercado, para poder darnos a conocer, tener una mejor oferta, aumentar las ventas y utilidades, optimizar los recursos y hacer que los clientes sean fieles al producto o servicio ofrecido.

### **Misión del Departamento**

Se busca ampliar la cartera de clientes bajo el diseño de nuevas estrategias de marketing digital para dar a conocer la empresa con la finalidad de incrementar los ingresos y desarrollar una imagen e identidad corporativa de la empresa al público objetivo.

### **Visión del Departamento**

Ser uno de los distribuidores más conocidos y de mejor rendimiento a nivel corporativo transmitiendo los valores según la visión y misión a través de los medios digitales.

### **1.4 Objetivo del Departamento:**

- Dar a Conocer la empresa y sus servicios mediante las Redes Sociales
- Aumentar la participación en el mercado
- Desarrollar la imagen e identidad de la empresa
- Incrementar los ingresos
- Publicación de Productos y Servicios

## **FASE II**

### **DIAGNÓSTICO**

#### **2.1 Diagnostico de necesidades**

El siguiente estudio nace por el interés de la empresa Multibiz, C.A. en conocer más sobre el uso de Redes Social en especial de Instagram con el fin de posicionarlo como una herramienta efectiva para realizar actividades de Marketing. Instagram es una Red Social que permite comunicarse a través de fotos y videos de corta duración. Esta Red Social se lanzó al mercado en el año 2010, llegando a un millón de usuarios el mismo año. El crecimiento que ha tenido esta Red Social ha sido alto llegando a los 1200 millones de usuarios en el 2023.

En la actualidad Instagram es la Red Social más utilizada, dado al alto crecimiento que ha obtenido Instagram en los últimos tiempos y al conocimiento por parte de las empresas sobre el potencial que esta plataforma posee, se pretende utilizarla de acuerdo a su importancia que tiene esta Red Social en la actualidad, el uso que se le puede dar y el alcance que puede llegar a tener si es utilizada eficientemente por las empresas.

El principal objetivo de esta investigación es dar a conocer a la empresa Multibiz, C.A a través del uso de Instagram, es conveniente conocer las preferencias y motivaciones que hacen a las personas ser usuarias de esta Red Social. El perfil de Instagram de la empresa Multibiz C.A quedo desactualizada por la falta de uso, por lo que ocasiono un desconocimiento por parte de los usuarios, se hace necesario una actualización del diseño de la página, mejorar la visibilidad con nuevos videos más atractivos orientados al servicio que ofrece la empresa, con más frecuencia de publicación, todo esto conlleva a que los clientes hayan tenido un mayor interés hacia otras marcas de tecnología.

Debido a que la empresa no hizo uso de unas estrategias efectivas en el pasado esto les ocasiono la obtención de seguidores que no pertenecían a su público objetivo, lo que no permite que haya alguna conversión y tampoco haya ningún tráfico a el perfil; tampoco la empresa tiene sus productos publicados que permitan una mayor visualización de lo que ofrece, razón por lo que

influyó en que el cliente disminuyera el interés por continuar siguiendo el perfil y no generara tráfico hacia este por lo que mejorar la imagen de la empresa en la red social es de gran importancia.

En base a lo antes planteado la empresa Multibiz, C.A debe iniciar un trabajo a favor de darse a conocer en la red social Instagram generando nuevos clientes seguidores fieles y en un mediano plazo alcanzar un posicionamiento en el mercado de valencia estado Carabobo.



**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ  
COORDINACIÓN DE PASANTÍA**

**SEMESTRE REGULAR: \_\_\_X\_\_\_ SEMESTRE EXTRAORDINARIO: \_\_\_\_\_**

**PLAN DE TRABAJO PARA PASANTÍAS**

<b>DATOS DEL ESTUDIANTE</b>	Apellidos y Nombres: Jessy Naddaf	
	Cédula de Identidad: V.- 30.228.906	Teléfono: 0414-4257932
	Facultad: Ciencias Sociales	Escuela: Mercadeo
<b>DATOS DE LA EMPRESA</b>	Razón Social: Multibiz, C.A.	Teléfonos: 0412/8809466
	Dirección: Urbanización Carabobo calle 148 Nro. 101-51 Valencia	
	Entidad Económica: Comercializadora de Servicios y Productos de Tecnología, Seguridad y Telecomunicaciones	
	Departamento donde realizará la pasantía: Mercadeo	
<b>DATOS DE LOS TUTORES</b>	<b>Nombre del Tutor Académico:</b> Blanca Vielma	
	<b>Nombre del Tutor Empresarial:</b> José Luis Castro Sarmiento	

**TITULO: Estrategias de Marketing Digital para dar a conocer la empresa Multibiz C.A en la Red Social Instagram**

Diagnóstico de la pasantía: La empresa Multibiz, C.A situada en Valencia Estado Carabobo desarrolladora de Soluciones de Informática, Telefonía VoiP, Control de Acceso, Redes, CCTV; Se ha visto en la necesidad de aplicar estrategias para darse a conocer mediante la red social Instagram para conseguir clientes potenciales
Título del informe: Estrategias de Marketing Digital para dar a conocer la empresa Multibiz C.A en la Red Social Instagram
Identificación del problema o situaciones problemáticas: La empresa Multibiz, C.A. ubicada en la Urbanización Carabobo, es una organización enfocada en brindar a sus clientes una Solución a las distintas necesidades que puede afrontar cualquier persona natural o jurídica en lo concerniente a las diferentes tecnologías de comunicación y seguridad. En la actualidad

<p>la empresa pretende ampliar su cartera de clientes en procura de brindarles todo tipo de asesorías con el fin de que los clientes se encuentren satisfechos de la calidad de los productos ofrecidos, así como de la mejor instalación de acuerdo a las necesidades de sus negocios. Es por eso que la empresa requiere darse a conocer en la red social Instagram con la intención de obtener mayor volumen de clientes que puedan tener necesidad de mejorar sus sistemas de comunicación y seguridad.</p>	
<p>Formulación del problema: ¿Cómo se puede dar a conocer la empresa Multibiz, C.A. a través de la red Social Instagram?</p>	
<p>Objetivo general: Proponer Estrategias de Marketing Digital que permitan dar a conocer a la empresa Multibiz, C.A., en la red social Instagram</p>	<p>Objetivos específicos: 1.- Diagnosticar la situación actual de la empresa Multibiz, C.A. en la Red Social Instagram 2.- Identificar las oportunidades y amenazas de la empresa Multibiz, C.A., por darse a conocer a través de la Red Social Instagram. 3.- Diseñar Estrategias de Marketing Digital para dar a conocer a la empresa Multibiz C.A., en la Red Social Instagram</p>

## 2.2 Plan de trabajo

### PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES PARA PASANTÍAS

Semana	Actividades	Observaciones
1	Charla de Inducción en la Empresa Multibiz, C.A. e Instrucción de Normativas	
	Definir y aclarar las actividades a realizar durante la pasantía	
2	Inducción y entrenamiento al sistema de la empresa	
	Familiarización con los procesos de Comercialización de los productos y servicios ofrecidos.	
3	Análisis de las posibles Estrategias necesarias para dar a conocer la empresa en la red	
	Reunirse con las diferentes personas involucradas en el proceso de comercialización para recolectar datos de importancia	

4	Identificación de datos relevantes para la creación de las posibles estrategias para dar a conocer la empresa en la Red Social	
	Estudio del mercado de los Servicios de Comercialización de productos de Telecomunicación y seguridad	
5	Determinar el tamaño del proyecto	
	Evaluar las características del proyecto	
6	Elaborar la justificación del proyecto	
	Estudio de Creación del perfil en la red social	
7	Estudio del costo para la mano de obra encargada de actualizar el perfil en la Red Social	
	Identificar las limitaciones y riesgos del proyecto	
8	Organizar y filtrar la información de consideración relevante obtenida durante dicho estudio	
	Realizar un informe preliminar con la información recolectada	
9	Revisión de informe preliminar	
	Presentación de informe del estudio de factibilidad realizado	
10	En base a los resultados obtenidos, mediante el feedback de la Red Social Instagram, determinar el alcance de la aceptación de la empresa ante los seguidores o clientes	
	Recopilación de información suministrada	
11	Ordenamiento de la información suministrada	
	Reunirse y con el Tutor Empresarial para finiquitar aspectos de información necesarios para la elaboración del Informe Final	
12	Evaluación de los beneficios y limitaciones obtenidas según el estudio de aceptación de la empresa Multibiz, C.A. en la red social Instagram	

	Muestra de Resultados preliminares con el Jefe del Departamento de Mercadeo y el Tutor Empresarial	
--	--	--

**Fuente:** Naddaf, 2024

## 2.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

**Cuadro Nro 1: Cronograma de actividades**

ACTIVIDADES	TIEMPO				
	AGOSTO 2023	SEPTIEMBRE 2023	OCTUBRE 2023	NOVIEMBRE 2023	TOTAL, EN DIAS
Diagnóstico de necesidades	X	X	X		5
Plan de trabajo				X	5
Cronograma de actividades				X	2
Descripción de las actividades				X	15
Recursos técnicos y humanos				X	2
Principios teóricos				X	5
Redacción del informe final					10
<b>TOTAL</b>					<b>54</b>

**Fuente:** Naddaf (2024)

## 2.4 Descripción de las Actividades

**Cuadro Nro 2: Descripción de actividades**

Nro	Actividades	Descripción de las actividades	Recursos Técnicos	Recursos Humanos	Recursos Institucionales
1	Revisión de la información de Instagram	Evaluación de las publicaciones anteriores, su formato y comunicación. Tiempo: una semana	Teléfono celular, Computadora, Cuaderno de apuntes	Personal administrativo y de ventas	Universidad José Antonio Páez, bibliotecas virtuales, empresa Multibiz C.A
2	Análisis de las estadísticas iniciales a través de Instagram	Establecer un tiempo de creación de contenido Tiempo una semana	Teléfono celular, Computadora, Cuaderno de apuntes		
3	Análisis de los competidores en la red social Instagram	Búsqueda de competidores con buen contenido. Tiempo una semana	Teléfono celular, Computadora, Cuaderno de apuntes		

4	Comparaciones entre las cuentas de Instagram de la empresa Multibiz C.A y sus competidores	Búsqueda de semejanzas y diferencias entre los contenidos. Tiempo una semana	Teléfono celular, Computadora, Cuaderno de apuntes		
5	Análisis DOFA de la cuenta de Instagram de Multibiz C. A	Definir las debilidades y fortalezas de la empresa. Tiempo una semana	Teléfono celular, Computadora, Cuaderno de apuntes		
6	Análisis de las características de los productos a ofrecer en la red social Instagram	Definir el planteamiento de cómo se comunicará las características de los productos en la red social Instagram. Tiempo una semana	Teléfono celular, Computadora, Cuaderno de apuntes		
7	Análisis de las distintas formas de presentación de la publicación de los productos	Evaluación de que formato es mas conveniente. Tiempo una semana	Teléfono celular, Computadora, Cuaderno de apuntes		
8	Proponer propuestas de rediseño de la cuenta Multibiz C. A	En base a sus anteriores publicaciones se propone un rediseño. Tiempo una semana	Teléfono celular, Computadora, Cuaderno de apuntes		
9	Seleccionar la propuesta del diseño de las publicaciones	Entre varias propuestas se analiza cual es la mas apropiada. Tiempo una semana	Teléfono celular, Computadora, Cuaderno de apuntes		
10	Diseñar las estrategias para darse a conocer	Se realiza un estudio de cuales estrategias son las mas adecuadas. Tiempo una semana	Cuaderno de apuntes		
11	Seleccionar la estrategia	Se selecciona una de esas estrategias. Tiempo una semana	Cuaderno de apuntes		
12	Analizar las estadísticas de los resultados	En base a el contenido publicado, medir los resultados a través de la encuesta. Tiempo una semana	Teléfono celular, Computadora Cuaderno de apuntes		

Fuente: Naddaf (2024)

## FASE III

### VINCULACION TEORICA

#### 3.1 Principios Teóricos

La vinculación teórica es un componente vital en cualquier trabajo de investigación porque guía y respalda el trabajo, esta vinculación refiere según Daros (2011, 75), una teoría como “marco de referencia a todo el proceso de la investigación, enlazando el problema con la metodología propuesta y empleada para buscarle una solución”

Teniendo en cuenta nuestro tema de interés, comenzamos volcando conceptos teóricos del Marketing digital, según Philip Kotler (2000) lo podemos definir como: “Todos los procesos de Marketing que utilizan cualquier canal digital para promocionar su marca o productos y servicios”(p,195)

Según Cruz (2020) Luego nos encontramos con el concepto de Redes Sociales “son estructuras formadas en Internet por personas u organizaciones que se conectan a partir de intereses o valores comunes.

Kotler y Keller (2009) “Establece que una marca atrae a aquellas personas que poseen los mismos rasgos de personalidad, es decir, coherentes con su autoconcepto. ”(p,182)

Pecot (2018) “La coherencia desempeña un papel esencial en la gestión del valor de la marca y en los principios del marketing, de modo que se considera el primer icono en el proceso de señalización de la marca ”(p,142)

La ventaja competitiva es un concepto establecido por Michael Porter (1980) “Se refiere a una característica única y sostenible en el transcurso del tiempo que no posea cualquier otra empresa que compita en el mismo mercado. Esta ventaja al ser única le brinda un posicionamiento favorable. ”(p,132)

El reconocimiento de marca, o conocimiento de marca, se refiere al nivel de familiaridad de un cliente con un producto o servicio por su nombre. Señala el comienzo del interés de un consumidor en un producto o servicio.

En el trabajo comenzamos volcando conceptos teóricos que nos parecen de relevancia para dar un marco de las distintas herramientas de marketing disponibles, poniéndole foco a Instagram. Creemos que de este modo se podrá comprender el escenario completo de posibilidad de acción. A raíz del tema investigado, nos enfocamos en interpretar el rol que cumplen las redes sociales para el marketing digital actual, centrándonos en Instagram como una de las más elegidas actualmente.

Cooper (2020) "Cuenta que Instagram tiene mundialmente más de mil millones de usuarios activos mensuales y que es el séptimo sitio web más visitado del mundo" (p,184)

Nuestro objeto de investigación fue analizar la instrumentación de la red social Instagram como una de las herramientas que se destaca dentro del marketing digital. Consideramos que dicha herramienta cuenta con un gran potencial, ya que con una mínima inversión monetaria y de tiempo en comparación al marketing tradicional, pueden acercarse de una forma más directa a sus potenciales consumidores, así como fidelizar a los que ya son clientes habituales. Intentamos demostrar los beneficios de implementar correctamente a la red social Instagram, de modo que pueda ser de utilidad a las PyMES para obtener mejores resultados.

Según Casas (2020) Es notable la necesidad de aumentar y optimizar la implementación de las estrategias del marketing digital disponibles, siendo que es la modalidad de ventas más elegida por los consumidores y usuarios en este contexto. Las Pequeñas y medianas empresas tienen la oportunidad de darse a conocer y ampliar el horizonte para comercializar sus productos y servicios (p,153)

Las principales conclusiones alcanzadas demuestran que Instagram resulta una plataforma escaparate y un canal de comunicación para las marcas, llegando a mostrar la importancia de compartir contenido profesional, así como la de dar a conocer datos sobre el ámbito privado de las mismas, como su equipo o su estilo de trabajo. Además, esta plataforma obtiene información útil de su público objetivo gracias a su amplio poder de segmentación.

#### Antecedentes

(Autores: Bach. Alvarado Godos, Analy Yacory Pimentel)"Usos de Instagram como herramienta de marketing digital en restobares de santa victoria Chiclayo"--) Universidad Señor de Sipán – Perú 2021

(Autores: Amanquez, Daiana Eva Perchik, Nadia Yazmín) "La utilización de Instagram como herramienta de marketing digital en las PyMES" Universidad Nacional de San Martín-San Martín 22 junio 2021)

### **Fuentes electronicas**

- Business Instagram <https://business.instagram.com/advertising/>.
- Instagram About Us <https://www.instagram.com/about/us/>
- Instagram FAQ <https://www.instagram.com/about/faq/>
- Tendencias Digitales <http://tendenciasdigitales.com/intografia-usos-de-internet-en-latinoamerica/>
- Tendencias Digitales [http://es.slideshare.net/Tendencias\\_Digitales/tendencias-digitales-2015-medios-sociales-con-sentido](http://es.slideshare.net/Tendencias_Digitales/tendencias-digitales-2015-medios-sociales-con-sentido).

<https://ri.unsam.edu.ar/bitstream/123456789/1579/1/TFPP%20EEYN%202021%20ADE-PNY.pdf>

<https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/8747>

### **Fases Metodológicas**

#### **Objetivo I: Diagnóstico de la situación actual de la empresa Multibiz C.A en la red social Instagram.**

Revisar la situación actual de la red social Instagram y compararla con los resultados obtenidos las actividades que se llevaron a cabo durante el periodo de pasantías.

#### **Objetivo II: Identificación las oportunidades y amenazas de la empresa Multibiz C.A por darse a conocer a través de la red social Instagram.**

De acuerdo al diagnóstico de las necesidades de la empresa en la red social Instagram se pudieron identificar las siguientes oportunidades

La empresa Multibiz C.A., se ve en la necesidad de un nuevo diseño de estrategias en donde se muestre las virtudes y una buena propuesta de valor que permita a la empresa darse a conocer mediante la red social Instagram. Para eso se realizará un Perfil de capacidad interna y un Perfil de oportunidades y amenazas de la empresa para proceder a la realización de una matriz Dofa y de esta manera obtener las estrategias necesarias e implementar una propuesta atractiva para la empresa

**Objetivo III: Diseño de estrategias de marketing digital para dar a conocer a la empresa Multibiz C.A en la red social Instagram.**

De acuerdo a los resultados obtenidos en la fase anterior se propondrán las estrategias de marketing digital que permitan dar a conocer de una manera más optima a la empresa Multibiz

## FASE IV

### RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO

En esta fase se presenta el análisis e interpretación de los resultados obtenidos mediante la aplicación de los instrumentos de recolección de la información para dar respuesta a los objetivos y con esto poder inferir el diagnóstico situacional, las conclusiones y por último las recomendaciones.

#### 4.1 Fase I: Diagnóstico de la situación actual de la empresa Multibiz C.A en la red social Instagram

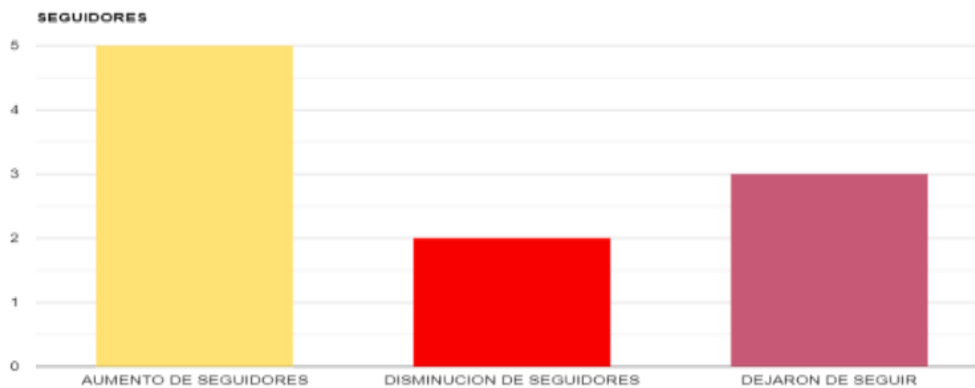
##### 1) ¿Se obtuvo un aumento o disminución de seguidores?

Cuadro Nro 3: Seguidores-Redes Sociales

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Aumento	5	50%
Disminución	2	20%
Dejaron de seguir	3	30%
Total	10	100%

Fuente: Naddaf (2024)

Gráfico Nro 1: Seguidores



Fuente: Naddaf (2024)

**Análisis** La cuenta contaba con 626 seguidores en donde se obtuvo un aumento de un 0.63% en los seguidores en donde mayormente era seguidores de nuestra competencia y también hubo usuarios que dejaron de seguir.

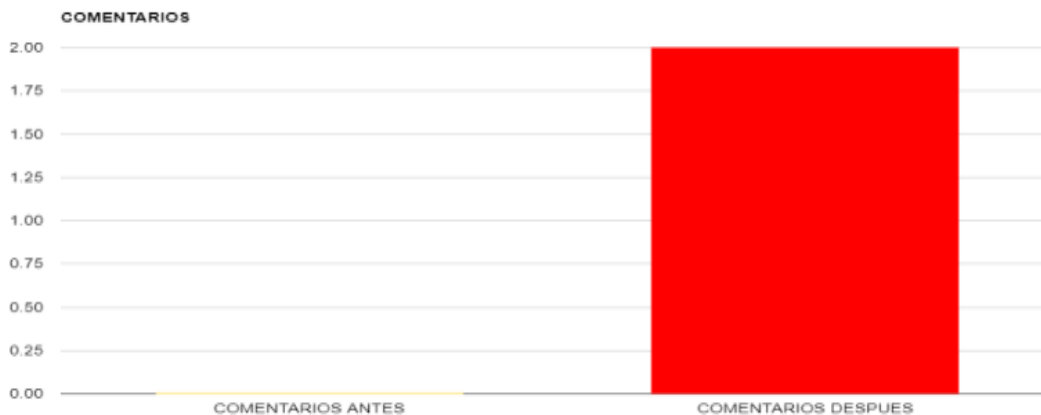
## 2) ¿Cuántos comentarios se obtuvieron?

**Cuadro Nro 6: Comentarios**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Comentarios antes	0	0
Comentarios obtenidos	2	100%
Total	2	100%

Fuente: Naddaf (2024)

**Gráficos Nro 4: Comentarios**



Fuente: Naddaf (2024)

**Análisis** Se obtuvo un 100% de aumento por 2 comentarios con la información de que les gustó el contenido educativo y pudieron aprovecharlo y fue de su agrado aclarando dudas que tenían esto ayuda al cliente en el proceso de preventa en donde la empresa busca aclarar dudas para que el cliente adquiere un producto adecuado a sus necesidades para que el cliente obtenga una mayor satisfacción.

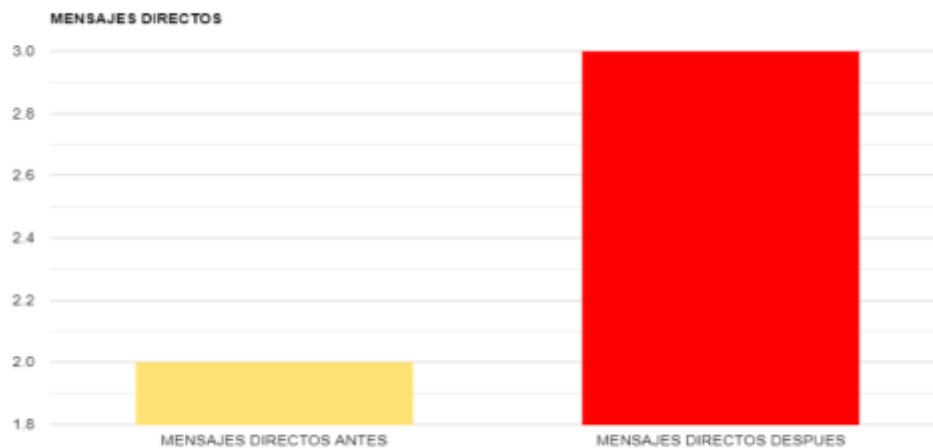
## 5)¿Se obtuvieron nuevos negocios a partir de cuantos mensajes directos?

**Cuadro Nro 7: Mensajes directos**

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Mensajes directos antes</b>	<b>2</b>	<b>40%</b>
<b>Mensajes directos después</b>	<b>3</b>	<b>60%</b>
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fuente: Naddaf (2024)

**Gráficos Nro 5: Mensajes directos**



Fuente: Naddaf (2024)

**Análisis** Se obtuvo un 100% con 3 mensajes directos donde 2 de ellos buscan ofrecernos sus productos y 1 comentario buscaba a esta empresa para evaluar la posibilidad de una alianza comercial.

**Identificación de las estrategias de marketing digital necesarias para dar a conocer la empresa Multibiz C.A mediante la matriz de análisis POAM Y PCI.**

**Cuadro Nro 8: Capacidad directiva (PCI)**

Diagnostico interno PCI										
Capacidad Directiva		Fortaleza			Debilidad			Impacto		
		A	M	B	A	M	B	A	M	B
1	Imagen e identidad corporativa			X	X			X		
2	Uso de planes estratégicos. Análisis estratégico		X		X					X
3	Evaluación y pronóstico del medio									
4	Flexibilidad de la estructura organizacional	X					X		X	
5	Comunicación y control gerencial		X			X				X
6	Habilidad para responder a la tecnología cambiante			X	X			X		

**Fuente: Naddaf (2024)**

**Matriz PCI (Perfil de Capacidad Interna de la empresa)**

**Análisis:** Se tiene una imagen e identidad corporativa deficiente, así como los planes estratégicos usados que no son objetivos por lo que ha pasado el tiempo y tampoco se ha hecho una evaluación y pronóstico del medio utilizado, hay buena comunicación y control gerencial pero lento avance ya que es lento el proceso de aprobación del contenido y no hay personal capacitado para responder a la tecnología cambiante o nuevas tendencias de marketing digital a través de la red social.

Al responder a la tecnología cambiante tiene un alto impacto, de acuerdo, a como los consumidores ven la marca a través de Instagram, la empresa tiene muy poca visibilidad por no

generar contenido atractivo al nuevo público, pero esto cambio gracias a las estrategias de refrescamiento de la marca.

**Cuadro Nro9: Capacidad competitiva (PCI)**

Diagnostico interno PCI										
Capacidad Competitiva		Fortaleza			Debilidad			Impacto		
		A	M	B	A	M	B	A	M	B
1	Fuerza del producto, Calidad, exclusividad	X					X		X	
3	Participación del mercado			X	X			X		
4	Bajos costos de distribución y ventas			X	X			X		
8	Grandes barreras de entrada de productos en la compañía	X				X		X		

**Fuente: Naddaf (2024)**

**Análisis:** Gracias a las estrategias aplicadas se vio una pequeña mejoría de acuerdo a la participación en el mercado, permitiendo así que nuevos clientes tengan en cuenta a la empresa para su opción de compra, pero este sigue teniendo grandes barreras ya que tienen altos costos de venta por lo que se aplicó una promoción de venta como estrategia, sin embargo, no se llegó a lo esperado.

**Cuadro Nro10: Capacidad Tecnológica (PCI)**

Diagnostico interno PCI										
Capacidad tecnológica		Fortaleza			Debilidad			Impacto		
		A	M	B	A	M	B	A	M	B
1	Habilidad técnica	X					X	X		
2	Nivel de tecnología utilizando los productos	X					X	X		

3	Valor agregado al producto			X	X			X		
4	Nivel tecnológico	X			X			X		
5	Aplicación de tecnología a las computadoras	X					X			X

**Fuente: Naddaf (2024)**

**Análisis:** Por ser una empresa tecnológica ofrece muy buena aplicación a las tecnologías, utilizando los productos de manera atractiva hacia el público. Se tiene muy buena habilidad técnica en la aplicación de la tecnología hacia el producto y al uso de las computadoras esto es de gran ayuda ya que es un valor agregado al producto que se puede aprovechar para ofrecer servicios técnicos.

#### **Cuadro Nro 11: Capacidad talento humano (PCI)**

Diagnostico interno PCI										
Capacidad talento humano		Fortaleza			Debilidad			Impacto		
		A	M	B	A	M	B	A	M	B
1	Nivel académico del talento	X					X	X		
2	Experiencia técnica	X					X	X		
3	Estabilidad	X					X	X		
4	Rotación	X					X	X		
5	Pertenencia	X					X	X		
6	Retiros	X			X			X		

**Fuente: Naddaf (2024)**

**Análisis:** Todos los trabajadores son académicamente avanzados no requieren de mayor capacitación ya que tienen experiencia técnica, pero hay un alto nivel de retiros por lo que deja a la empresa sin personal y con poca posibilidad de contratar nuevo personal capacitado para manejar las redes sociales. Los trabajadores actuales de la empresa tienen un sentido de pertenencia por lo que no hay tanta rotación, pero si ret

### Cuadro Nro 12: Capacidad financiera (PCI)

Diagnostico interno PCI										
Capacidad Financiera		Fortaleza			Debilidad			Impacto		
		A	M	B	A	M	B	A	M	B
1	Rentabilidad, retorno de inversión			X	X			X		
2	Liquidez, disponibilidad de fondos internos			x	x			x		
3	Comunicación y control gerencial		x			x				x
4	Habilidad para competir con los precios			X	X			X		
5	Inversión de capital: capacidad para satisfacer la demanda	X					X	X		

**Fuente: Naddaf (2024)**

**Análisis:** por no tener la fuerza competitiva en el mercado presenta inconveniente o debilidad para un retorno de inversión aun así teniendo liquidez y disponibilidad de fondos internos en donde la inversión del capital no tiene efectividad.

### Cuadro de matriz Poam (perfil de oportunidades y amenazas externas)

### Cuadro Nro 13: Matriz Poam

Matriz POAM (Perfil de oportunidades y amenazas externas)									
Calificación	Oportunidades			Amenazas			Impacto		
Factores	A	M	B	A	M	B	A	M	B
Económicos: competencia, inestabilidad económica en Venezuela.			x	x			x		
Políticos: Regulaciones gubernamentales	X			X				X	
Sociales: cultura de los clientes en la compra de los productos	x					x	x		
Tecnológicos: Manejo de redes sociales, uso de tecnología en proceso de ventas			x	x			x		

Geográficos; ubicación geográfica de la empresa en valencia Edo Carabobo			x	x			x		
Competitivos:precios,promociones publicidades			x	x			x		

**Fuente: Naddaf (2024)**

**MATRIZ DOFA (PERFIL DE DEBILIDADES OPORTUNIDADES FORTALEZAS AMENAZAS)**

**Cuadro Nro 14: Matriz DOFA**

	<b>POSITIVOS</b>	<b>NEGATIVOS</b>
	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<b>ORIGEN INTERNO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Diseño actual del contenido</li> <li>-Constancia de publicación</li> <li>-Personal capacitado en el área de tecnología y dispuesto a realizar las actividades.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Lento proceso de aprobación del contenido</li> <li>-Deficiente departamento de marketing</li> <li>-Precios muy similares a los de la competencia</li> </ul>
<b>ORIGEN EXTERNO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Variedad de productos</li> <li>-Disponibilidad de productos</li> <li>-Contenido educativo referente a los productos</li> <li>- Humanización de la cuenta de la empresa</li> <li>-Ofrecen servicio técnico para casos menores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-La competencia ubicada en zonas estratégicas</li> <li>-No hay personal capacitado para hacer publicidades efectivas ni creación de contenido</li> <li>- No se tiene la capacidad o habilidad para competir con los precios</li> </ul>

**Fuente: Naddaf (2024)**

**Diseño de estrategias de marketing digital para dar a conocer la empresa Multibiz C.A en la red social Instagram**

**Cuadro Nro 15: Diseño de estrategias**

MULTIBIZ C. A	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Variedad de productos</li> <li>-Disponibilidad de productos</li> <li>-Contenido educativo referente a los productos</li> <li>- Humanización de la cuenta de la empresa</li> <li>-Ofrecen servicio técnico para casos menores</li> <li>-Creación de historias</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-La competencia ubicada en zonas estratégicas</li> <li>-No hay personal capacitado para hacer publicidades efectivas y tampoco hay personal capacitado en el departamento de marketing</li> <li>- No se tiene la capacidad o habilidad para competir con los precios</li> </ul>
FORTALEZAS	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS FA
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Diseño actual del contenido</li> <li>-Constancia de publicación</li> <li>-Personal capacitado en el área de tecnología y dispuesto a realizar las actividades.</li> </ul>	<p>O1,F1 Creación de nuevo contenido con un diseño actual para la variedad de productos en formato de publicación de largo tiempo.</p> <p>O2,O3,O4,F2 Creación constante de contenido educativo y con la humanización de la cuenta para influenciar en mejorar la</p>	<p>A1,A2,A3 ,F1 ,F2,F3 Crear talleres de manejo de la red social Instagram para que los consumidores se dirijan a la empresa como también realizar mejores promociones para competir en cuanto al precio.</p> <p>A2.F3Capacitación al departamento de ventas en el área de marketing</p>

	<p>visibilidad y la presencia de la marca entre los consumidores.</p> <p>O5,F3 Ofrecer y dar a conocer el servicio técnico de casos menores a través de videos cortos.</p> <p>-La medición de los datos obtenidos.</p>	
DEBILIDADES	ESTRETEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA
<p>-Lento proceso de aprobación del contenido</p> <p>-Deficiente departamento de marketing</p> <p>-Precios muy similares a los de la competencia</p> <p>-No hay personal que tenga conocimiento de los análisis que se requieren de los datos obtenidos a través de las analíticas que ofrece Instagram</p> <p>- No hay una línea de comunicación efectiva</p> <p>-Poco engagement</p>	<p>O1, O2 O3 D1,D2,D3,D4</p> <p>Traer a la empresa profesionales en el área de marketing para capacitar a los vendedores de Multibiz C.A para que estos aprendan a manejar la red.</p> <p>Así como también evaluar y crear mejores promociones y ofertas.</p> <p>- Incentivar el engagement con preguntas, cuestionarios, filtros, stickers y mucho más a través de las historias.</p> <p>- Crea reels aprovechando las últimas tendencias.</p> <p>- Incentivar el engagement con preguntas, cuestionarios, filtros, stickers y mucho más a través de las historias</p>	<p>D1,D2,A1,A2, D3,A3, A1,D5</p> <p>Enseñarle al personal manejo básico de Instagram para acelerar el proceso de aprobación, lo que le permite a Multibiz tener presencia en la red social y esto es la clave para que el consumidor los considere para su próxima compra.</p> <p>-Evaluar los costos y conseguir mejores proveedores.</p> <p>-Marketing conversacional</p>

Fuente: Naddaf (2024)

## **Fase V**

### **ACCIONES**

#### **5.1 Descripción de las acciones**

La propuesta que deriva de este trabajo se enfoca en darle a la compañía una vista de cuales son sus puntos débiles y sus fortalezas de acuerdo a su presencia en la red social Instagram, en donde se replantean varios aspectos que afectan, sin embargo, el aspecto más relevante es la imagen y la poca presencia que esta compañía tenía en la red social pues impedían que el público objetivo los reconociera para una posible venta.

En este capítulo se presenta el desarrollo de la propuesta de la investigación, la cual se refiere a diseñar un plan para dar a conocer la empresa Multibiz C.A en la red social social Instagram. De acuerdo a la propuesta que se vera dirigida a brindarle a la empresa Multibiz C.A aquellas estrategias que contribuyan a alcanzar el reconocimiento de su publico objetivo con un refrescamiento de la imagen corporativa a continuación se detallan más aun los aspectos.

#### **5.2 Objetivos de las acciones**

##### **Objetivo general**

Proponer estrategias de marketing digital para dar a conocer la empresa Multibiz C.A ubicada en Valencia Estado Carabobo a través de la red social Instagram.

##### **Objetivo específico**

- Humanizar de la cuenta de la empresa Multibiz, C.A y su contenido educativo
- Capacitar al departamento de ventas en el área de marketing digital
- Implementar Marketing conversacional para mejorar el proceso de comunicación cliente-empresa:
- Incentivar el engagement para tener un acercamiento al cliente con preguntas, cuestionarios, filtros, stickers a través de las historias.

## **Metodología de trabajo de cada objetivo**

**- Humanización de la cuenta de la empresa Multibiz C.A y su contenido educativo:** La empresa cuenta con personal capacitado para la humanización de la cuenta de Instagram mostrando siempre al asesor de ventas quien es el más adecuado para este puesto, ya que, este posee habilidades comunicacionales y de buen desenvolvimiento ante las cámaras contando con sus conocimientos de los productos, que luego se toman en cuenta para la preparación de contenido educativo en formato de video corto, respondiendo preguntas frecuentes que hay entre los clientes, que luego estos mismos catalogaran si les es un buen contenido de valor.

**-Capacitación al departamento de ventas en el área de marketing digital:** Se busca traer a la empresa un profesional en el área de marketing para capacitar a los vendedores de Multibiz C.A para que estos aprendan a manejar la red social Instagram. Así como también evaluar y crear mejores promociones y ofertas: Esta empresa no cuenta con los conocimientos básicos para el manejo de la red por lo que se puede buscar asesoramiento tanto online como presencial, hay cursos online con personas profesionales en el área de mercadeo y a la vez conocer cómo se puede hacer mejores promociones y ofertas.

**-Implementación Marketing conversacional para mejorar el proceso de comunicación cliente-empresa:** Este tipo de marketing es necesario para la empresa ya que permite crear relaciones más significativas con el cliente a través de diferentes plataformas pero se desea implementar específicamente en la plataforma de WhatsApp porque la empresa no ofrece esta opción la cual es bastante practica para los clientes que a diferencia de un chat y el marketing interactivo este busca interacción sea ofreciendo soluciones, manteniendo una imagen de marca o al generar un impacto positivo en el cliente. Este marketing dura desde el proceso de preventa hasta el de post venta lo que quiere decir que es fundamental.

**- Incentivación del engagement para tener un acercamiento al cliente:** se debe incentivar el engagement con preguntas, cuestionarios, filtros, stickers a través de las historias. Estas historias se pueden utilizar con varios fines: desde la venta directa, hasta informar sobre eventos o concursos organizados por la empresa. Pero no existe un límite, la recomendación es

experimentar y utilizar este formato como mejor le convenga a la empresa y apegado a una estrategia comunicacional como lo es el relacionarse con la comunidad o clientes. El algoritmo tiene en cuenta si tus stories reciben mensajes para así recomendarlas a otros perfiles. Las historias de Instagram pueden ser una buena estrategia para estar presente en la mente de los potenciales clientes, estas tienen que tener calidad y no se debe exceder en la cantidad.

### **Justificación de las acciones**

Hay muchos beneficios por las que una empresa desea tener una buena participación en el mercado mediante la visibilidad que la red social Instagram ofrece. Como lo son el poder estar más cerca de los clientes y con ayuda de las estadísticas tener un control de las estrategias que se apliquen con el objetivo de dar a conocer la empresa por lo tanto con la presente propuesta se pretende establecer un plan de acciones que conduzcan a evaluar los alcances y limitaciones que se presenta. Con esto permitirá modificar parcialmente las estrategias antes aplicadas en la empresa Multibiz C.A con el objetivo de mejorar la visibilidad de la marca a través de Instagram y con ello darle la importancia a unas buenas estrategias que se requieren para obtener así el reconocimiento de marca a través de los usuarios de Instagram con el objetivo de que sean nuevos clientes.

### **5.3 Factibilidad de las acciones**

Para la realización de la propuesta se necesita la identificación de los recursos para poder pasar a la ejecución, por lo que el análisis de la factibilidad que se requiere para todo nuevo proyecto, forma parte de un proceso de evaluación al proponer estrategias para dar a conocer la empresa de Multibiz C.A, por lo que antes de desarrollar la propuesta se requiere identificar la factibilidad técnica, operativa y económica.

### **5.4 Factibilidad Técnica**

Para la aplicabilidad de esta propuesta se requiere de equipos tecnológicos como lo son un teléfono con buena resolución y memoria que le permita grabar y editar, un micrófono, y una lámpara de teléfono al igual que una computadora. Finalmente posee una persona del área de ventas

que se dispone para ser grabado ya que este posee un amplio conocimiento del producto y habilidades de oratoria.

### **5.5 Factibilidad Operativa**

La factibilidad operativa se refiere a todas las personas que contribuyen con la operación de un diseño de un proyecto. En donde se identifican todas aquellas actividades que son necesarias para lograr el objetivo. En este caso la empresa cuenta con un buen departamento de ventas especializado en el área de tecnología, pero no cuenta con el departamento de marketing por lo que no cuentan con una persona con conocimientos en el área de creación de contenido.

### **5.6 Factibilidad Económica**

La factibilidad económica de este proyecto nos permitirá saber si es factible el desarrollo de esta propuesta.

RECURSO	ESTRATEGIA	COSTO EN DIVISAS
Contratar a una agencia de marketing para obtener conocimientos básicos que permitan crear contenido y promociones atractivas al usuario a través de Instagram	Capacitación al departamento de ventas en el área de marketing digital	150\$

Fuente: Naddaf (2024)

## **Fase VI: Conclusiones y recomendaciones**

Tras el diseño de las estrategias para dar a conocer la empresa Multibiz en base a los resultados de los análisis de la información. Se presentan las siguientes conclusiones y recomendaciones.

### **Conclusiones**

Al realizar un diagnóstico de la situación actual de la empresa Multibiz C.A en la red social Instagram se pudo apreciar como esta empresa no tenía presencia en Instagram por lo que le ocasionó el desconocimiento por parte de los clientes entre las otras marcas de tecnología, pasando a ser una empresa que solo se centraba en los clientes fieles a la marca, pero no se tiene un incremento de ellos ya que este no está adaptado a las nuevas tendencias del mercado como lo son las redes sociales.

Teniendo calidad del producto no basta para que los nuevos usuarios lleguen a la tienda Multibiz, ya que estos no los reconocen y tampoco son incentivados por estrategias promocionales por lo que se hizo un plan de estrategias para dar a conocer a la empresa Multibiz C.A en la red social Instagram para mejorar la visibilidad y la presencia en esta red social. La empresa cuenta con un personal capacitado en el área de tecnología, mas no cuenta con un personal capacitado en el área de marketing, por lo que se les es difícil la creación de contenido y de realización de estrategias promocionales.

En base a este orden de ideas se identifican las estrategias para dar a conocer que se requiere o se necesitan para la mejora de la visibilidad y la presencia de la marca Multibiz en la red social, brindando una propuesta factible y necesaria actualmente para la empresa. Poniendo en práctica las estrategias la empresa, puede entrar en el mercado venezolano con una participación mediante la red social Instagram permitiendo el reconocimiento de la marca entre los usuarios y posibles clientes.

Para el diseño de las estrategias para darse a conocer se hizo en base a el análisis de matrices POAM, PCI, y DOFA las cuales permitieron el diagnostico de las debilidades, las fortalezas, amenazas y las oportunidades que permitió a su vez la dirección de las estrategias

## **Recomendaciones**

Con la finalidad de ofrecer estrategias para dar a conocer la empresa en la red social Instagram se pudo concretar a raíz de los análisis y algunas recomendaciones que la empresa podría tomar en cuenta para captar la atención del público objetivo a través de esta red social.

- Mantenerse en constante capacitación sobre estrategias de comercialización como los son las promociones, ofertas y creación de contenido.
- Conocer las 4 p del marketing para una actualización constante de acuerdo a los objetivos.
- Considerar la aplicación de esta propuesta para fortalecer las estrategias de darse a conocer.
- Buscar formar un sólido departamento de marketing abierto a nuevas tendencias y cambios constante
- Mantener un control constante de las estrategias para ser implementadas al fin de alcanzar los objetivos que la empresa se proponga.
- Considerar tener un community manager en un mediano plazo.

## REFERENCIAS

Amanquez, Daiana Eva Perchik, Nadia Yazmín (2021) “La utilización de Instagram como herramienta de marketing digital en las PyMES”

Disponible en:

<https://ri.unsam.edu.ar/bitstream/123456789/1579/1/TFPP%20EEYN%202021%20ADE-PNY.pdf>

Disponible en:

[https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/31829/Cesp%C3%B3nFern%C3%A1ndez\\_Marta\\_TFG\\_2022.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/31829/Cesp%C3%B3nFern%C3%A1ndez_Marta_TFG_2022.pdf?sequence=2&isAllowed=y)