



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: Estrategias de Marketing para la Promoción de Prendas de Vestir Masculina año 2022, elaborada por la Empresa Steban Gera Creaciones Internacionales C.A., ubicada en Valencia, Estado Carabobo

Realizado por el (la) Br. **Israel Rolando Lamuña Yavinape**

C.I. N.º **26.642.995** 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 ptas.*

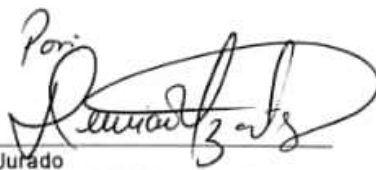
APROBADO

NO APROBADO

El Jurado

  
Tutor Académico (Coordinador)  
Nombre: Prof. Humberto Annunziata  
C.I.: 5.375.696



  
Jurado  
Nombre: Prof. Jannexis Moreno  
C.I.: 18.033.965  
*Dennón Uzaquí*  
*11992314*  
Fecha: 14 / 10 /2022



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ

**ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA PROMOCIÓN DE  
PRENDAS DE VESTIR MASCULINA AÑO 2022, ELABORADA POR LA  
EMPRESA STEBAN GERA CREACIONES INTERNACIONALES C.A.,  
UBICADA EN VALENCIA, ESTADO CARABOBO**

**Autor:**

Israel Rolando Lamuño Yavinape

Urb. Yuma II, calle N° 3. Municipio San Diego

Teléfono: (0241) 8714240 (master) – Fax: (0241) 8712394

## **AGRADECIMIENTO**

Mi agradecimiento se dirige principalmente, a quien ha dirigido mi camino y me ha guiado en este trayecto el cual debo llamar vida, la que en todo momento está conmigo ayudándome a aprender de mis errores y a no cometerlos otra vez. Eres quien guía el destino de mi vida, y quien me ha puesto a valorar personas maravillosas de las cuales también han sido parte fundamental de mi vida y mi aprendizaje.

A todos los docentes que me acompañaron durante este proceso, Prof. Yandira, Maruja, José, Jannexis y un agradecimiento especial al Lcdo. Humberto Annunziata, quien fue mi tutor académico, gracias por la paciencia y tu particular forma de compartir conocimientos vaya toda mi admiración y respeto hacia ti.

A mis padres quienes desde antes de nacer han pensado en bien para mí, se han esmerado en darme lo mejor en todos los aspectos posibles que un padre pueda hacerlo y que la presentación de este informe simboliza el pináculo del trabajo que ellos como formadores han realizado durante estas últimas dos décadas; por confiar en mí, no saben lo importante que es para mí este sentimiento, que siempre llevo conmigo cuando cometo algún error y saber lo que significa para mí pero más que todo para ustedes. Es por eso que siempre, aunque no lo vean me propongo a mejorar.

A todo el personal de Steban Gera Creaciones Internacionales C.A. quienes sin ellos no hubiese podido realizar este estudio para un logro final de mi carrera.

Finalmente, quiero dejar mi más sentida emoción que me genera el poseer a personas en mi vida, los amigos de la vida que me ayudaron apoyaron y siempre fueron parte de los buenos y malos momentos en especial Paola Rengifo y sin dejar de lado los compañeros de la facultad, por el apoyo diario.

## **DEDICATORIA**

Este informe está dedicado a mis papás Ysabel Yavinape, Rolando Lamuño y a mi hermano Ismael Lamuño, quienes son una figura familiar muy importante para mí y en mi desarrollo personal como profesional ya que de mis padres y hermano aprendo y a la vez les enseño, esa retroalimentación que ha ocurrido en este camino que se llama vida me ha demostrado lo valiosa que es la familia, porque te ayudan y apoyan a superarte como persona.

## ÍNDICE GENERAL

	CONTENIDO	pp.
<b>INTRODUCCIÓN</b>		<b>1</b>
<b>FASE</b>		
<b>I</b>	<b>GENERALIDADES DE LA INSTITUCIÓN</b>	<b>3</b>
	1.1 Descripción de la Empresa	3
	1.1.1 Ubicación	3
	1.1.2 Reseña Histórica	3
	1.1.3 Estructura Organizativa	3
	1.2 Misión de la Empresa	4
	1.2.1 Misión de la Empresa	4
	1.2.2 Visión de la Empresa	4
	1.2.3 Objetivos de la Empresa	4
	1.3 Descripción del Departamento	5
	1.3.1 Descripción del Departamento de Ventas	5
	1.3.2 Estructura Organizativa	5
	1.4 Objetivos del Departamento	5
	1.4.1 Misión del Departamento de Ventas	6
	1.4.2 Visión del Departamento de Ventas	6
	1.4.3 Objetivos del Departamento de Ventas	6
<b>II</b>	<b>DIAGNÓSTICO</b>	<b>7</b>
	2.1 Diagnóstico de Necesidades	7
	2.2 Plan de Trabajo	9
	2.3 Cronograma de Actividades	12
	2.4 Recursos Técnicos y Humanos.	12
<b>III</b>	<b>VINCULACIÓN TEÓRICA</b>	<b>14</b>
	3.1 Principios Teóricos	14
<b>IV</b>	<b>RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO</b>	<b>18</b>
	4.1 Presentación de los resultados obtenidos en el estudio.	19
<b>V</b>	<b>ACCIONES</b>	<b>23</b>
	5.1 Propuesta o mejoras sugeridas para cada situación problemática	23
	5.2 Justificación de la Propuesta	24
	5.3 Factibilidad	24
	5.3.1 Factibilidad Técnica	25
	5.3.2 Factibilidad Operativa	25
	5.4 Desarrollo de la propuesta	26
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>33</b>
<b>REFERENCIAS</b>		<b>36</b>

## INTRODUCCIÓN

La falta de incentivo de parte del gobierno de aperturar el camino hacia los mercados internacionales, en busca de materia prima de mejor calidad, a precios más bajos, por lo que, muchas empresas deciden realizar importaciones de materia prima o bienes ya elaborados, para producir las condiciones competitivas que permita un beneficio en el mercado. La industria de textiles y confecciones de ropa se ha visto comprometida y debilitada debido a la importación de hilos, importación de telas. La industria de textiles y confecciones posee un gran requerimiento de inversión alta para el uso de maquinarias y su automatización, personal calificado e información sobre el mercado, para así lograr un mejor rendimiento, eficacia, profesionalidad y lograr la expansión con el pasar del tiempo.

Todo esto parte de la elaboración de un estudio de la compañía, el cual estará constituido por el análisis de la organización, la definición de los procesos inherentes al área y la recopilación de datos proveniente de personas clave en los procesos. De esta manera lograr el correcto diseño de las estrategias de marketing para la promoción de la colección de prendas de vestir masculino año 2022, de acuerdo a lo anteriormente señalado este informe se encuentra estructurado de la siguiente manera:

Fase I: su contenido está referido a la información de la empresa, su reseña histórica, misión, visión y valores además de otros temas de interés de la empresa. En esta fase se da conocer el porqué de la marca y sus virtudes como a su vez su trayectoria desde que inicia sus operaciones. Fase II: contiene el diagnóstico de las necesidades del departamento, la formulación del problema. Descripción de las actividades desarrolladas. Recursos técnicos y humanos con los que se cuenta para el desarrollo de la investigación dentro de la Institución. Fase III: conformado por las bases teóricas y términos básicos que sustentan el informe. Con esta fase se logra vincular la teoría con el informe de pasantías que serán las bases y cimientos de las siguientes fases y poder formular adecuadamente las acciones a llevar a cabo.

Fase IV: establece la metodología a utilizar, así como las técnicas e instrumentos utilizados en cada etapa o fase de la investigación. Se presentan además los instrumentos y herramientas de recolección de datos para evaluar las variables requeridas en la siguiente fase. Fase V: Indicación precisa de la propuesta o mejoras sugeridas para cada situación problemática, señalando en cada caso los beneficios esperados.

## **FASE I**

### **GENERALIDADES DE LA INSTITUCIÓN**

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

##### **1.1.1 Ubicación**

Steban Gera Creaciones Internacionales C.A., se encuentra en la urbanización E Molino, Manzana 89, calle B, casa N° 405-60. Tocuyito, estado Carabobo. Allí mismo el Presidente y Director de operaciones determina y supervisa las actividades diarias, en la misma ubicación se encuentra su área de producción.

##### **1.1.2 Reseña Histórica**

Steban Gera Creaciones Internacionales C.A., es una empresa fundada en Tocuyito, estado Carabobo, Venezuela en 2015, se inician operaciones con solo 2 trabajadores en un solo espacio de su vivienda. En ese entonces, el primer producto que fabricaron fue una cartera para dama. La compañía se convirtió en una de las primeras emprendedoras en la moda de accesorios para dama de lujo.

Por lo tanto, fueron diversificando la línea de productos, adicionando nuevas operaciones como también estrategias de marketing, entrando así al mercado de prendas de vestir (confección y diseño) y joyería (orfebrería). Actualmente, existen 2 localizaciones donde se realizan dichas producciones de confección, diseño, orfebrería y creaciones de accesorios para damas, como a su vez una amplia línea de material pop, presentando diversas técnicas y estrategias de marketing y estudios de mercado para sus clientes, teniendo así un amplio mercado al que competir, dejando su marca en cada uno de sus clientes con su profesionalismo al pasar de los años.

### **1.1.3 Estructura Organizativa**

- Presidente/Director Operativo
- Vicepresidente/Secretaria
- Gerente General de Operaciones:
  - Operario Administrativo
- Gerente del departamento de Ventas:
  - Operarios de Telemarketing y Emailmarketing
  - Asesores de ventas
- Gerente del departamento de producción:
  - Operario de Herramientas para producción textil
  - Operario de generación Publicidad
- Supervisor y encargado de área de limpieza y mantenimiento

## **1.2. Misión, visión, objetivos de la empresa**

### **1.2.1 Misión**

Manufacturar una amplia variedad de auténtico material P.O.P, prendas, accesorios y vestimenta para caballero de tal forma que cada cliente no solo conozca la excelencia laboral en la manufacturación de estos productos, sino además el trabajo textil realizado y su forma de innovar en la moda.

### **1.2.2 Visión**

Liderar el mercado de la producción textil y de marketing para demostrar la excelencia y profesionalidad que posee Steban Gera Creaciones C.A., hasta lograr la expansión alrededor del país y con gran presencia a nivel global.

### **1.2.3 Objetivos de la empresa**

- Apelar a los valores de los consumidores.
- Comunicar fielmente la autenticidad de las marcas y productos.
- Mantener la lealtad de todos los clientes de su marca durante eventos, actualizaciones y más.
- Ser la primera opción confiable a la hora de adquirir productos textiles como material P.O.P, accesorios y prendas de vestir.
- Lograr la rentabilidad empresarial mediante métodos innovadores de producción que reduzcan gastos para así aumentar la producción y calidad.

## **1.3. Descripción del Departamento de Ventas, Estructura Organizativa**

### **1.3.1 Descripción del Departamento de Ventas**

El departamento de ventas es considerado uno de los principales en Steban Gera Creaciones Internacionales C.A. Ya que, con él, se logra la interacción, clientes potenciales/empresa, con los cuales se generan relaciones públicas y de negocios que ayudan a crecer y desarrollar los demás departamentos, para así aumentar las ventas y a su vez la producción. En este departamento se desarrollan técnicas de marketing triviales como telemarketing, emailmarketing y ventas por presentaciones en persona con catálogo de productos, mostrando la variedad de productos y servicios que se ofrece en la empresa.

### **1.3.2 Estructura Organizativa**

1. Gerente de Operaciones
  - a. Gerente de Ventas
    - i. Operarios de telemarketing
    - ii. Asesores de venta
    - iii. Pasantes

## **1.4. Misión, visión y objetivos del Departamento de Ventas**

### **1.4.1 Misión**

Analizar y definir propuestas que permitan la toma de acción en el desarrollo de estrategias comerciales/publicitarias, ya que son el punto de exposición de la empresa ante los clientes potenciales y el público, para así lograr cierre de negocios y buenas relaciones comerciales/públicas.

### **1.4.2 Visión**

Ser el principal fabricante y estrategia mercadológico nacional en mantener la lealtad de los clientes satisfechos y ser pioneros en el mercado del diseño, creación de prendas y accesorios de moda, con el propósito de generar ingresos para la empresa que permita distribución de nuevas sedes alrededor del mundo.

### **1.4.3 Objetivos del Departamento de Ventas**

- Desarrollar lineamientos para la planificación de marketing, ventas y contactos comerciales. Asegurando que las cotizaciones y los pedidos se identifiquen, revisen, aprueben y modifiquen correctamente para garantizar el cumplimiento de los requisitos y capacidades de la organización.
- Proporcionar a cada cliente información válida y veraz para satisfacer mejor sus necesidades.
- Determinar un método escrito para evaluar la satisfacción del cliente, incluyendo la frecuencia de determinación, asegurando su objetividad y validez.

## FASE II

### DIAGNOSTICO

#### 2.1 Diagnóstico de Necesidades del Departamento de Ventas

Actualmente el departamento de ventas en una micro empresa, mediana o grande empresa representa un pilar fundamental en la economía de la misma, un personal capacitado para tal puesto debe ser lo suficientemente competente para establecer las relaciones necesarias y estratégicas para poder generar las ventas que producirán los ingresos que mantendrán en el mercado a la marca. Todo esto facilitara la gestión de procesos administrativos los cuales introducirán nuevas tecnologías, materia prima y nuevos recursos necesarios para la continuidad operativa de la empresa.

En lo que respecta a la situación de un departamento de mercadeo en una empresa, se evalúan muchos aspectos necesarios para llegar al mercado y mantenerse en él, además que no cualquier producto o dígase servicio, se mantiene sin un verdadero trabajo de mercadeo el cual genere la suficiente interacción con el público destacando las fortalezas de la empresa y sus productos o servicios los cuales satisfacen un deseo, necesidad o capricho.

En la situación actual de la compañía Steban Gera Creaciones Internacionales C.A., el departamento de ventas presenta muchas deficiencias en su sistema administrativo y operativo, esto debido a la falta de organización y lineamientos que se encuentra en la gerencia operacional, esto genera fallas tanto al momento de gestionar las visitas y reuniones con los clientes, al organizar las propuestas comerciales y al poder visualizar el proceso de venta. Cabe destacar que en la compañía no existe un departamento de mercadeo, es por esto que, no tiene mucha publicidad, buen manejo de estrategias de *marketing*, ni una buena logística de distribución de sus productos.

Algo tan fundamental como lo puede ser el mercadeo en una compañía, lo que complementa a una empresa, la logística, la creatividad, la audacia, la prevención, muchas características que se pueden aprovechar en una compañía gracias al marketing se ve reflejado en Steban Gera Creaciones Internacionales C.A. ya que además de retomar actividades, debido a un receso por pandemia, suele afectar al no poseer la misma cantidad de trabajadores en la compañía que se encargaban de sus áreas, y lograban así el funcionamiento de la misma, para generar ingresos, posicionar la marca y quedarse en el mercado innovando, produciendo prendas y ropa de vestir para caballeros de la más alta calidad.

Según Douglas da Silva en su Blog de Zendesk (2020) “El área de ventas es el motor que impulsa las estrategias comerciales de cualquier empresa. Además, es responsable de dictar el ritmo de producción, evitar que la empresa sufra recesiones económicas y garantizar que se expanda a nuevos mercados.”, entre las cuales algunas funciones como Fijar metas; Realizar un seguimiento de los indicadores de rendimiento; Planificar estrategias de ventas; Brindar atención al cliente; Promocionar a la empresa, siendo estas algunas de las fallas principales que presenta la compañía en la actualidad.

## 2.2 Plan de trabajo.

### DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE TRABAJO DE PASANTÍA

<b>DATOS DEL ESTUDIANTE</b>	Apellidos y nombres: Israel Rolando Lamuño Yavinape		
	Cédula de identidad: V-26.642.995	Teléfonos: 0414-412-7781	
	Escuela: Mercadeo		Facultad: Cs. Sociales
	Inicio de la pasantía: 17 de febrero de 2022		Final de la pasantía: 17 mayo de 2022
	Tiempo completo:		Medio tiempo: Si
<b>DATOS DE LA EMPRESA</b>	Nombre: Steban Gera Creaciones Internacionales		Teléfonos:0414-4144517
	Dirección: Urb. E Molino, Manzana 89, calle B, casa N° 405-60. Tocuyito, estado Carabobo		
	Actividad económica: Empresa Textil y Artículos Publicidad		
	Departamento donde realizará la pasantía: Mercadeo		
<b>DATOS DE LOS TUTORES</b>	<b>Tutor Académico:</b> Humberto Amunziata		Teléfonos: 0414-3408446
	<b>Tutor Empresarial:</b> Steban Karmello		Departamento: Dirección
	Cargo: Director		Teléfonos: 0414-4144517

## INFORME DE PASANTÍA

<p><b>Título de la pasantía:</b> Estrategias de Marketing para la Promoción de Prendas de Vestir Masculinas año 2022 de la Empresa Steban Gera Creaciones Internacionales, ubicada en Valencia, estado Carabobo.</p>	
<p>Identificación del problema o situaciones problemáticas:</p> <p>El siglo XXI ha sido un sin cesar de cambios en la moda, la cual, permite la introducción en el mercado ideas nuevas, novedosas, sin dejar de lado lo antiguo, vintage, retro y clásico, porque los expertos saben manejar las épocas, las adaptan a la actualidad. Teniendo en cuenta esto, la moda es un mundo maravilloso al cual identificar ciertas oportunidades de negocio, para así entrar en el mercado.</p> <p>En Venezuela la influencia de las tendencias extranjeras conjunto con las empresas, captan estas ideas y oportunidades para no dejar atrás la evolución de la misma moda en el país, por lo que constantemente existe una evolución de la misma.</p> <p>Es aquí donde la Fábrica textil Steban Gera Creaciones Internacionales C.A. está a la vanguardia y necesita las estrategias de mercado eficaces, para poder introducir una nueva línea de prendas de vestir masculinas en el año 2022.</p>	
<p>Formulación del problema: ¿Cuáles estrategias de marketing se pueden aplicar para promocionar la colección de prendas de vestir masculino año 2022 de la empresa Steban Gera Creaciones Internacionales, C.A.?</p>	
<p>Objetivo general: Proponer estrategias de marketing para la promoción de la colección de prendas de vestir masculino año 2022 de la empresa Steban Gera Creaciones Internacionales C.A., ubicada en Valencia, estado Carabobo.</p>	<p>Objetivos específicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Diagnosticar la situación de la marca de la empresa Steban Gera Creaciones Internacionales C.A., en el mercado ubicado en Valencia, estado Carabobo.</li> <li>2.- Analizar las Debilidades y Fortalezas de la empresa Steban Gera Creaciones Internacionales C.A.</li> <li>3.- Diseñar las estrategias de marketing para la promoción de la línea de prendas de vestir masculino año 2022 de la empresa Steban Gera Creaciones Internacionales C.A.</li> </ol>

<b>Semana</b>	<b>Actividades a realizar</b>
1	Definir la temática de la Línea de prendas de vestir para caballeros.
	Definir los estilos de vestir que poseerá la línea de prendas.
2	Evaluar el alcance que tendrá la línea de prendas de vestir en la actualidad.
3	Generar una base de datos que proveerán información en el informe de estudio de mercado.
4	Obtener datos relevantes en las redes sociales de tendencias en la moda para caballeros.
5	Evaluar la información de expertos en el tema de lo que a la moda para caballeros respecta.
	Investigar a grandes representantes de la moda y sus antecedentes en el mercado que han hecho historia.
6	Estudiar hechos importantes para concretar planes de acción
7	Producir el informe de estudio de mercado.
	Definir planes de acción
8	Llevar a cabo los planes estratégicos
	Emplear el sistema de recolección de datos apropiado para el rubro al cuál va dirigido, Rubro: Moda
9	Emplear todos los planes de acción evaluados con el comportamiento del consumidor.
10	Promocionar la nueva línea de prendas de vestir para caballeros 2022 de Steban Gera Creaciones Internacionales C
11	Supervisar y recopilar la información obtenida posterior al lanzamiento de la línea de prendas de caballeros. Para diagnosticar éxito o fracaso.
12	Actuar consecuentemente según el éxito o fracaso y bajo los planes de acción establecidos en la investigación de mercado

Fuente: Lamuño, I (2022)

### 2.3 Cronograma de Actividades

Actividades	Junio 2022	Julio 2022	Agosto 2022	Septiembre 2022	Total en días
Diagnóstico de Necesidades	X				7
Plan de Trabajo	X	X			13
Cronograma de Actividades		X			6
Descripción de las actividades		X			4
Recursos Teóricos y Humanos			X		5
Principios Teóricos			X		10
Redacción de informe Final			X	X	15
<b>TOTAL</b>					<b>60</b>

Fuente: Lamuño, I (2022)

### 2.4 Recursos Técnicos y Humanos

“Los recursos son medios que las organizaciones poseen para realizar sus tareas y lograr sus objetivos: son bienes o servicios utilizados en la ejecución de las labores organizacionales. La administración requiere varias especializaciones y cada recurso una especialización.” Chiavenato (1999). Teniendo en cuenta a este autor, es evidente que el componente principal de un recurso es el conjunto de elementos que lo componen, es decir, estamos hablando de una gran cantidad de elementos necesarios para llevar a cabo su actividad.

### 2.4.1 Recursos Técnicos

Actualmente la empresa cuenta con los recursos de infraestructura y herramientas tecnológicas como lo son: Computadora, impresora, Internet, implementos y mobiliario de oficina para el desarrollo de las diferentes estrategias de marketing y así generar un cambio y trayecto prometedor dando inicio desde los procesos y déficits diagnosticados en Steban Gera Creaciones Internacionales C.A.

- Departamento de Ventas.
- Sistema Administrativo.
- Control de Producción.
- Herramientas de telecomunicaciones.

### 2.4.2 Recursos Humanos

Tutor Académico	Humberto Annunziata
Tutor Empresarial	Steban Karmelo
Pasante	Israel Lamuño

Fuente: Lamuño, I (2022)

Departamento de Ventas
Gerente de Departamento de Ventas (1)
Asesores de Ventas (2)
Asesores de Telemarketing (2)

Fuente: Lamuño, I (2022)

## **FASE III**

### **VINCULACION TEORICA**

Los vínculos teóricos sirven de apoyo para determinar la línea de indagación de este informe e implican una revisión de teorías, leyes, principios, etc., de manera que ayuden a abordar problemas o situaciones problemáticas observadas durante el desarrollo de la pasantía, en trabajos y artículos previos relevantes que proporcionan un valor significativo y forman la base de este informe. A continuación, se describen los estudios más relevantes en cuanto a su relevancia y contenido.

#### **3.1 Principios Teóricos**

##### **3.1.1 Marketing Estratégico**

Según UNIR - Universidad Internacional de La Rioja (2022) “El marketing estratégico consiste en el conjunto de técnicas, acciones y pasos que, de forma organizada, analizan un mercado objetivo para detectar oportunidades, soluciones e incluso, acciones ante posibles crisis para que las empresas puedan prever, resolver y alcanzar los mejores resultados).

Según el Centro de Estudios Financieros (CEF) mediante la 5ta edición de “Marketing en el siglo XXI” define el marketing estratégico como la búsqueda y análisis de las necesidades actuales y futuras de nuestros clientes, localizar nuevos nichos de mercado, identificar segmentos de mercado potenciales, valorar el potencial e interés de esos mercados, orientar a la empresa en busca de esas oportunidades y diseñar un plan de actuación u hoja de ruta que consiga los objetivos buscados. En este sentido y motivado porque las compañías actualmente se mueven en un mercado altamente competitivo se requiere, por tanto, del análisis continuo de las diferentes variables del DAFO, no solo de nuestra empresa sino también de la competencia en el mercado.

En este contexto las empresas en función de sus recursos y capacidades deberán formular las correspondientes estrategias de marketing que les permitan adaptarse a dicho entorno y adquirir ventaja a la competencia aportando valores diferenciales. Logrando así ser una herramienta sumamente importante en una empresa para no solo sobrevivir, sino también posicionar a la marca en la mente de los consumidores.

### **3.1.2 Marketing 5.0**

El Marketing 5.0 es la etapa de la cadena evolutiva de la mercadotecnia marcada por el poder de la tecnología a favor de la calidad de vida y el bienestar de las personas. Si la era digital pone la tecnología en el centro de nuestras vidas, debe contribuir al bien de la humanidad.

Según lo demuestra Philip Kotler, Hermawan Kartajaya e Iwan Setiawan en el libro “Marketing 5.0: Tecnología para la humanidad”. Kotler, cabe recordary recalcar, es uno de los principales autores y estudiosos del marketing moderno y un referente para los profesionales de la materia. En conjunto con esta evolución del marketing, el 5.0 la tecnología y el bienestar de nuestras vidas están asociadas en un 100% transformando la realidad física en una realidad virtual varios de estos ejemplos pueden ser:

- Inteligencia Artificial (IA)
- Procesamiento del Lenguaje Natural (PNL)
- Sensores y Robótica, Realidad Aumentada (RA)
- Realidad Virtual (RV)
- Internet de las cosas (IoT)
- Blockchain

Entre otras tecnologías y avances tecnológicos que puedan surgir en el tiempo, por lo tanto, el uso de estas tecnologías y avances significa un medio por el cual explotar sus beneficios o virtudes, para posicionar alguna marca, producto o servicio,

pensando siempre en el humano como un ser que tiene libertad en el mercado como también muchas facilidades a la hora de consumir algo.

### **3.1.3 Promoción**

Algunos estudiosos de Publicidad y Marketing, como McCarthy y Perreault, definen la promoción cómo la acción de transmitir información entre el vendedor y los compradores potenciales u otros miembros del canal para influir en sus actitudes y comportamientos.

Otros estudiosos, a su vez, como Stanton, Etzel y Walker, definen la promoción como todos los colores personales e impersonales de un vendedor al representante del vendedor para informar, persuadir y recordar a una audiencia objetivo. El hecho es que la promoción se refiere a la comunicación con el objetivo específico de informar, persuadir y recordar una audiencia objetivo y para lograr esto existen diferentes herramientas y estrategias para promocionar los productos o servicios:

- **Publicidad**

Se refiere a cualquier forma de presentación y promoción de ideas, bienes o servicios. A través de la publicidad, se logra informar, dar a conocer, persuadir o estimular el consumo del producto o servicio. Se puede posibilitar también que los consumidores recuerden tu producto o servicio a través de medios impersonales.

Los canales más recurrentes de la publicidad son: anuncios en TV, radio, internet o impresos. Para la adopción de canales de publicidad, es importante seguir estos 5 pasos para una toma de decisión eficiente:

- a) Definir objetivos (¿Lo que estoy buscando a través de la publicidad?)
- b) Decidir sobre el presupuesto (¿Cuánto estoy dispuesto a gastar con publicidad?)

- c) Adopción de mensaje (¿Qué mensaje quiero transmitir a través de la publicidad?).
- d) Decisión sobre los medios que se utilizarán (¿Cuál es el alcance, frecuencia e impacto que estoy buscando para mi publicidad?).
- e) Evaluación (¿Las estrategias de publicidad adoptadas alcanzaron mi objetivo?)

- **Marketing Directo**

El marketing directo permite promover el producto o servicio a un consumidor individual a través de medios que permiten comunicar directamente lo que se desea al consumidor. Esta estrategia de promoción permite una mayor adaptabilidad del producto o servicio a la necesidad o interés del consumidor. Los principales canales de marketing directo son:

- a) E-mail,
- b) Internet,
- c) Telemarketing,
- d) Correo,
- e) Compras por internet.

- **Eventos y Experiencias**

A través de eventos se logra una experiencia con el producto o servicio y ofrece la posibilidad al consumidor de estar en contacto con el producto o servicio. Los eventos más estratégicos de esta herramienta de promoción en el marketing son: exposiciones artísticas, visitas a fábricas, museos de la empresa, eventos deportivos y actividades en la calle.

## **FASE IV**

### **RESULTADOS DEL DIAGNOSTICO**

Según el autor Arias (2006, p. 81) define población como “un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Esta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio”.

Este estudio y recolección de datos se realizó a los colaboradores pertenecientes a la compañía Steban Gera Creaciones Internacionales C.A. que forman parte del departamento de ventas y el Presidente/Director de la compañía, estos mismos señalados generaran los datos necesarios para complementar y ofrecer una información veraz para la realización del trabajo de estudio, confirmando el diagnóstico realizado, lo que dejara en evidencia las fallas y déficits que el departamento posee, que a su vez afectan a la muestra, por eso en el mismo orden de ideas, Arias (2006, p. 83) define muestra como “un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible”. En lo que respecta a esta recolección de datos la muestra será de 3 colaboradores seleccionados de la siguiente manera:

- Presidencia: Steban Gera
- Departamento de Ventas: Alfonzo Grammatica y Juan Rodríguez.

La entrevista tal y como señala. Egg Ander, 1979, es uno de los procedimientos más usados en la investigación social, aunque como técnica profesional se usa en otras tareas, el psiquiatra, psicólogo, psicoterapeuta, educadores, orientadores, periodista.

Para la técnica de recolección de datos se elige la “Entrevista” en conjunto con la “Observación Directa” para obtener respuestas a situaciones que sufre la compañía hoy día, las mismas al ser recogidas sistemáticamente mediante un diseño previamente evaluado y establecido que asegure la veracidad de los datos obtenidos, sirvieron para

diagnosticar la situación actual de los déficits que serán evaluados para así generar la respectiva estrategia que combatirá el déficit.

#### 4.1 Resultados de la Entrevista

**Entrevistado: Lcdo. Steban Gera**

**Cargo: Presidente/Director de la Compañía**

**Cuadro N.º 1**

Pregunta	Respuesta
¿Qué estilo de prendas de vestir y accesorios ofrece la compañía?	Steban Gera Creaciones Internacionales C.A. Ofrece una alta gama de productos en el ámbito de la moda, el auge en donde el lujo es exclusivo, desde zapatos de vestir únicos hasta camisas, chaquetas, pantalones y accesorios como lo puede ser un anillo o un collar, todo con la delicadeza que la elegancia determina en la moda.

**Cuadro N.º 2**

Pregunta	Respuesta
¿Se le ha dificultado el éxito de sus colecciones o tiende ser algo común?	El término “Éxito” es un término muy complejo en lo que al mercado de la moda respecta, no es fácil entregar una nueva colección de ropa sin que pueda recibir críticas constructivas como destructivas, pero siempre que se perciba desde los demás puntos de vista, se le aprende a conquistar el mercado. con los detalles que más le resaltan sea por crítica o por opinión pública. Si se me dificulta, pero algunas prendas tienden a ser el boom en lo último de la moda.

**Entrevistado: Juan Rodríguez**

**Cargo: Gerente de departamento de Ventas**

**Cuadro N.º 3**

Pregunta	Respuesta
¿Cree que el uso de nuevas estrategias de marketing ayudaría al éxito?	Sería un concepto nuevo, una manera de impactar en el mercado con esta nueva colección, porque es nuestro relanzamiento después de un tiempo en paro productivo, lo que ha generado que las ventas no sean las que solían ser debido a la pandemia, aceptar que las estrategias de marketing puedan ser la oportunidad de reivindicar a la marca sería lo ideal. ¡Por eso mi respuesta es un rotundo! ¡SI!

**Entrevistado: Alfonso Grammatica**

**Cargo: Asesor de Venta**

**Cuadro N.º 4**

Pregunta	Respuesta
¿Tiene conocimiento de las estrategias del marketing y sobre cuál sería más correcto usar?	No poseo muchos conocimientos del mercadeo, pero sí sé que, mediante las redes sociales, sería una muy buena estrategia de marketing para darnos a conocer, interactuar con los clientes potenciales y difundir nuestros productos, a fin de cuentas, queremos como departamento lograr las ventas y aumentar nuestra cartera de clientes.

Como conclusión final de las entrevistas realizadas, se determinó que el no existe un conocimiento desarrollado para poder aventajarse de las estrategias de marketing eficazmente, es por ello que la capacitación debe ser fundamental a la hora de llevar a cabo la propuesta final de dicho informa, para así lograr un debido uso del marketing en el departamento de ventas y mejorar la presencia en el mercado mediante las estrategias bien planificadas y efectuadas para la marca. Por otra parte, los conocimientos que poseen los entrevistados demuestran una buena receptividad para así poder efectuar la capacitación y empezar a desarrollar las acciones recomendadas y pertinentes en la organización y mejorar el índice de ventas como a su vez la presencia de la marca en el mercado.

## Análisis FODA empresa Steban Gera Creaciones Internacionales C.A

	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Amplia trayectoria en el mercado.</li> <li>• Conocimientos técnicos sobre la comercialización de los productos.</li> <li>• Personal motivado.</li> <li>• Adaptación al cambio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tamaño empresarial reducido.</li> <li>• Alta rotación de personal de ventas.</li> <li>• Concepto de marca poco potenciado.</li> <li>• Poca presencia en redes sociales.</li> <li>• Escasa participación en el mercado.</li> <li>• Escasa difusión</li> <li>• Bajo grado de competencia.</li> </ul>
<b>Oportunidades</b>	<b>FO</b>	<b>DO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>-• Ampliar cartera de clientes.</li> <li>• Mejora de costes de la venta por volumen.</li> <li>• Apertura de mercados.</li> <li>• Existencia de medios publicitarios mediante las redes sociales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Optimizar la infraestructura digital para promocionar los productos y visualizarse en el mercado.</li> <li>• Promociones e información del producto para satisfacer las necesidades del mercado.</li> <li>• Aumento de la competitividad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ampliar la cartera de clientes para fortalecer el flujo de caja de la empresa.</li> <li>• Realizar promociones con descuentos.</li> <li>• Implementar el marketing interactivo para incrementar las ventas.</li> <li>-Realizar estrategias de promoción.</li> <li>-Realizar estrategias de publicidad.</li> <li>-Realizar estrategias de E-Comerce</li> </ul>
<b>Amenazas</b>	<b>FA</b>	<b>DA</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Nuevos competidores.</li> <li>•Falta de estrategias promocionales.</li> <li>•Poca visualización en el mercado.</li> <li>•Crisis económica, inflación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Personal calificado capaz de captar nuevos mercados.</li> <li>-Publicidad sobre la calidad de los productos.</li> <li>-Elaborar material publicitario basado en la trayectoria empresarial.</li> <li>-Optimizar la infraestructura digital mediante la utilización del branding corporativo y el diseño de un customer journey.</li> <li>•Establecer estrategias de marketing digital a través de las redes sociales, para dar a conocer la nueva colección de prendas de vestir masculino año 2022.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Plantear nuevas estrategias de ventas de nuevas colecciones para aumentar la colocación de los productos en el mercado.</li> <li>-Utilizar el branding corporativo para destacar entre los competidores.</li> <li>-Ampliar la infraestructura digital para comercializar los productos.</li> <li>•Segmentar el mercado para así concentrar las estrategias en los clientes potenciales Caballeros de entre 25 a 40 años adultos/adultos jóvenes.</li> </ul>

## **FASE V**

### **ACCIONES**

En esta etapa se describen las propuestas objeto de estudio, y consiste en brindar una serie de propuestas y acciones concretas para poder atender las necesidades diagnosticadas y demostradas en las etapas anteriores de este forme a través del período de pasantía.

#### **5.1 Objetivos de la Propuesta**

##### **5.1.1 Objetivo General:**

Promocionar la línea de prendas de vestir masculino año 2022 de la empresa Steban Gera Creaciones Internacionales C.A.

##### **5.1.2 Objetivos Específicos:**

- Segmentar el mercado para así concentrar las estrategias en los clientes potenciales Caballeros de entre 25 a 40 años adultos/adultos jóvenes.
- Introducir nuevas estrategias de marketing al departamento de ventas para así generar un desarrollo corporativo de la marca en su nuevo lanzamiento de la colección de prendas de vestir masculino año 2022.
- Establecer estrategias de marketing digital a través de las redes sociales, para dar a conocer la nueva colección de prendas de vestir masculino año 2022.

## **5.2 Justificación de la Propuesta**

La propuesta de establecer las estrategias de marketing nuevas (No usadas) en el departamento de ventas, se justifica con el hecho de que, al poseer estrategias de ventas, un poco desactualizadas, se ven afectadas las ventas, el formalismo expresado y especializado en lo que emailmarketing y telemarketing, cierra muchas posibilidades a la compañía de vender y exhibir de distintas maneras sus productos. Por ende, la aplicación del Marketing Estratégico, aumentara la logística del proceso que atraviesa la compañía desde la captación del cliente como la entrega final del producto.

Agregar el Marketing 5.0 a los fundamentos mercadotécnicos a la organización que es un nuevo modo de comerciar, establecer conexiones, volver al consumidor más preocupado por la marca, formular ideas es una oportunidad de crecimiento exponencial para el departamento de ventas y su cartera de clientes. Este a su vez se vuelve parte de la marca, ya que, al poder ingresar en la era del Metaverso, mediante realidad virtual, realidad aumentada o alguna tecnología que ofrece el Marketing 5.0 le ofrece al consumidor la facilidad de adquirir el producto, sin necesidad de salir del hogar, debido a que el Marketing 5.0 se preocupa por el bienestar que conjunto con la tecnología atribuye una ventaja a las competencias del rubro que no estén actualizadas en estos aspectos tecnológicos.

## **5.3 Factibilidad**

Primeramente, se debe determinar la factibilidad o viabilidad para ser ejecutado y no permanecer como una propuesta que no dará sus frutos por no ser ejecutada, ya que una mejora no realiza cambios en la realidad, sino que la acción de la mejora en el problema es la que transforma la realidad. De acuerdo a las acciones a proponer en este informe, se hace necesario identificar la factibilidad de implementación de la propuesta por parte de Steban Gera Creaciones Internacionales C.A.

### **5.3.1 Factibilidad Técnica**

En lo que se refiere a Factibilidad Técnica es el indicador más prominente para el tipo de mejoras propuestas por esta investigación, Steban Gera Creaciones Internacionales C.A. presenta las condiciones aptas para desarrollar la propuesta, las cuales vienen siendo fomentadas por sus colaboradores, el recurso humano el cual mediante una capacitación previa de los medios a usar, son el capital más importante para que la propuesta sea viable, este capital humano al ser capacitado, generara por su cuenta las mejoras e ideas innovadoras que la compañía necesita, para que a su vez todos los procesos administrativos y de ventas se vuelvan más eficaces y eficientes, por ende, generar mejoras que conviertan a la compañía en lo que desde un primer lugar definió en su misión y visión.

### **5.3.2 Factibilidad Operativa**

La factibilidad operativa, tiene como protagonista a los colaboradores como el talento humano necesario para que la propuesta se haga realidad, con la debida capacitación de ese capital humano, el talento, el profesionalismo, la eficacia y eficiencia serán solo un paso para conseguir la meta que se ha prometido la compañía a conseguir, además de obtener la debida capacitación el capital humano que posee la compañía, ya es autocrítica, genera puntos de vista ideales para transformar los procesos correspondientes para así lograr que las estrategias propuestas generen positivamente las cualidades de lo que el departamento de ventas y compañía desea ser.

De este modo, la implementación de la propuesta es una mejora viable desde la perspectiva organizacional y operativa, ya que mediante la observación se pudo corroborar que las dinámicas y cultura de los colaboradores y gerencia, confirmando así que la compañía posee personal capacitado con posibilidad de recibir capacitación y desarrollo profesional para cumplir con todas las mejoras que se deseen implementar.

## 5.4 Desarrollo de la Propuesta

- **Segmentar el mercado para así concentrar las estrategias en los clientes potenciales Caballeros de entre 25 a 40 años adultos/adultos jóvenes.**

La segmentación es una forma de centrar las actividades publicitarias y de ventas a una población en específico, población que, debe haber sido estudiada para así lograr una conexión Marca/Consumidor duradera y confiable. La segmentación de mercado, también conocida como segmentación de clientes o segmentación de audiencias, es un método por el cual se pueden dividir a los clientes potenciales en distintos grupos, los cuales, permiten que la empresa pueda enviar mensajes personalizados a las audiencias correctas.

En Primer lugar, se procede a seleccionar clientes masculinos de edades comprendidas de 25 a 40 años que practiquen deportes, por lo que la empresa Steban Gera Creaciones Internacionales C.A, tomando en cuenta el estilo de vida de los clientes, ofrecerá en su nueva línea, ropa deportiva, como franelas, shorts, monos y chaquetas para hacer deportes, en diseños, colores actuales y precios competitivos.

Con respecto a los clientes de diferente poder adquisitivo, la empresa diseñara ropa casual tales como camisas y pantalones, considerando la mezcla de las telas, no descuidando la calidad de la prenda de vestir. En este sentido se promocionará para la venta las prendas de vestir masculina considerando la capacidad de compra del cliente, por lo que se realizará la distribución en los puntos de ventas ubicados en la zona centro y zona norte de la ciudad de Valencia.

- **Introducir nuevas estrategias de marketing al departamento de ventas para así generar una reivindicación de la marca en su nuevo lanzamiento de la colección de prendas de vestir masculino año 2022.**

Al introducir nuevas estrategias de marketing al departamento de ventas, se logrará, un cambio drástico en la cultura de la organización y de como esta se

desenvuelve operacionalmente. Por ende, la eficiencia y eficacia entra en juego a la compañía para mejorar e incrementar los números de ventas y publicidades, generando así el posicionamiento en el mercado deseado.

En este sentido, en primer lugar, se propone implementar el marketing interactivo, ya que constituye un conjunto de prácticas y técnicas destinadas a fomentar la interacción del público con tu empresa. Es decir, es una estrategia extremadamente efectiva para aumentar el engagement y, así, permitir la optimización de tus acciones de Marketing. Para ello la confección de ropa de vestir a la medida y personalizada, permitirá la fidelidad de la marca; para el desarrollo de esta estrategia se requieren las siguientes herramientas: Las redes sociales, Email **marketing** o mailing, Blogs y Móvil.

Por otra parte, la empresa Steban Gera Creaciones Internacionales C.A., podrá desarrollar campaña publicitaria para promover descuentos utilizando cupones, es una herramienta que se utiliza como estrategia de promoción en un negocio. Su objetivo es incrementar las ventas de un producto o servicio y debe contener información clara y sencilla sobre cómo puede utilizarse y los beneficios que brinda al consumidor, en este caso se podrá utilizar diferentes medios para poder promocionar los cupones: diseñar un banner en la página de inicio, hacer email marketing, publicar en las redes sociales, hacer publicidad online, aprovechar la tienda física o showroom.

- **Establecer estrategias de marketing digital a través de las redes sociales, para dar a conocer la nueva colección de prendas de vestir masculino año 2022.**

La introducción de un producto o servicio en el mundo virtual, ofrecido en el marketing 5.0 es una manera de preocuparse por el bienestar del consumidor, que a su vez facilita la cercanía de la marca con el consumidor o cliente potencial sin necesidad de que estos salgan de la comodidad de sus hogares, teniendo como beneficio estar a solo clics o toques en la pantalla/teléfono inteligente.

Ahora bien, la promoción en redes sociales, es un tipo de campaña para generar gran interacción con la comunidad y pone en contacto a la empresa con sus seguidores, a la vez se le muestra a los followers, que su opinión es importante y se valora la opinión sobre la marca.

Se utilizarán las diferentes redes sociales existentes como instagram, twitter, Facebook, con la finalidad de dar a conocer el producto y llegarle a ese público que día a día utiliza este medio, logrando crear una comunicación más directa con el público.

Por otra parte, es importante implementar la estrategia de Ecommerce, el e-commerce o comercio electrónico consiste en la distribución, venta, compra, marketing y suministro de información de productos o servicios a través de Internet

Así mismo, se propone la creación de una página web, uno de los factores más importantes de un sitio (y más si es una tienda online) es la imagen que proyecta. Si tu sitio inspira confianza y seguridad, ya has ganado la mitad de la batalla. Todos los días somos bombardeados con mala información y somos víctimas de intentos de estafa en algunos sitios. Hoy más que nunca debes proyectar solidez y dejar en claro cuál es la propuesta de valor que te separa de todos los demás, demostrando que eres una empresa seria.

Además de la confianza, también es necesario enfocarte en la experiencia de compra del cliente, la cual inicia con una tienda online sencilla, fácil de entender y en la que toda la información está clara y a la mano.

Dentro de los principales aspectos a considerar en el sitio web serían:

### **1. La imagen corporativa**

Para la empresa **Steban Gera Creaciones Internacionales C.A** el sitio de E-commerce debe ser congruente con la **imagen corporativa de la empresa**. La marca es lo máspreciado y el sitio en la web es un reflejo de ella. Así como el usuario lo percibe, también

percibe a la empresa. Los colores y la tipografía, deben ser congruentes con tu marca y su uso debe seguir los lineamientos de tu empresa Steban Gera Creaciones Internacionales C.A.

## **2. Calidad de imágenes**

Este es un punto muy importante y en el que debes buscar un balance entre la calidad de imagen y el peso de las mismas. Las imágenes de tus productos deben resaltar los atributos de tus productos, así como sus detalles. De ser posible, también agrega algunas imágenes en las que pongas el producto en un contexto de la vida diaria del cliente, para que el usuario tenga claro para qué sirve o cómo se utiliza.

## **3. Todo a la mano**

Dentro de tu sitio de comercio electrónico, todo debe poder encontrarse con facilidad. Por este motivo, es importante que incluyas un buscador que permita que el cliente pueda encontrar lo que requiera. Probablemente el cliente no se sepa el título completo de un post o el nombre tal cual, de un producto, así que recuerda que cualquier palabra relacionada en el título, descripción, en los nombres de las imágenes o en las etiquetas debe funcionar.

## **4. No más de dos clics**

Un buen sitio es aquél que es sencillo de entender. Esto también aplica a la navegación y sobre todo al diseño del menú que utilice. De ser posible, no debe existir parte alguna de tu sitio que esté a más de dos clics de distancia de tu página de inicio. También es muy importante que tu sitio no tenga errores, especialmente enlaces rotos.

## **5. El producto es la estrella**

En un sitio de comercio electrónico, el tema central son tus productos. Por este motivo es importante que estos siempre estén visibles. El portal de E-commerce es un autoservicio virtual. Así como en una tienda física, los productos están a la vista y

con una excelente presentación, así que también deben estarlo en tu tienda virtual. No hay excepción, debe seguir los mismos principios. Hay que recordar, lo que no se ve no se vende.

## **6. Facilidad de pago**

Siempre que hablo de este tema pienso en la experiencia de compra. De eso se trata la venta en línea. Me viene a la mente la experiencia de compra de Apple. Sin importar el canal de esta marca en el que realices alguna compra, la experiencia es similar, sin embargo, uno de los aspectos más relevantes, es la forma de pagar. Simplemente es muy fácil. Así debe ser en tu tienda. La parte más sencilla de tu sitio debe ser la forma de pago. Debe ser clara, fácil y sin contratiempos. Una forma de pago complicada es el principal motivo de abandono de un carrito de compras online.

## **7. Multiplataforma**

Internet es cada vez más móvil. Los clientes pueden llegar a tu sitio ya sea mediante una Tablet, un smartphone o por medio de su computadora. El sitio debe ser versátil y adecuarse a la plataforma que sea. La experiencia de compra debe ser parecida en cualquiera de ellas. Un sistema responsivo da una buena imagen y hace sentir bien a los clientes. Un cliente feliz, es un cliente que compra y regresa a tu sitio.

## **8. Sitio optimizado**

Un sitio optimizado es un sitio “sano”, la parte que más contribuye al peso de un sitio son las imágenes por lo que es importante buscar un balance entre calidad y peso. Reduce al máximo el tamaño de los archivos sin sacrificar su calidad. Realiza pruebas hasta que tu sitio cargue rápidamente. Los usuarios dejan un sitio si este se tarda en cargar. Hay que asegurar que por lo menos una parte de él (el logo y el menú) sea lo primero que cargue (de preferencia en el primer segundo) y posteriormente el resto del sitio en secuencia de arriba a abajo.

## **9. Datos de empresa y políticas**

Este aspecto es muy importante y en demasiadas ocasiones es omitido. Todo sitio de E-commerce debe tener los datos de la empresa, su domicilio, el teléfono y un correo de contacto. Como compradores, todos deseamos saber con quién estamos tratando. Si eres una empresa seria, con un sitio de E-commerce serio, ¿cuál sería el motivo para no publicar esta información?

De igual forma es obligatorio (por ley) publicar un aviso de privacidad y términos de uso del sitio, para que al comprador le quede claro cómo son tratados los datos personales que deja en el sitio y la información que obtienes mediante las cookies.

## **10. Certificado de seguridad**

En todo **sitio de e-commerce** debe haber intercambio de información segura. Por este motivo, es necesario que contar con un candado SSL que encripte la comunicación entre el usuario y el sitio. Al tener un candado SSL, la dirección de tu sitio cambia de http:// a https://, indicando a tu usuario que está en un sitio seguro. Ejemplo: <https://www.kauf.mx>.

## **11. Sello de confianza**

Este sello es obligatorio. Existen organismos que auditan no solo tu sitio sino validan otros datos de tu empresa. Una vez hecho esto, te otorgan un certificado o sello de confianza para ser publicado en tu página.

## **12. La prueba social**

Este es tal vez el punto más importante: la confianza. Esta se da con la prueba social y tiene su fundamento en las recomendaciones, reseñas y testimoniales honestos de los clientes. No hay nada que tenga más valor para el comprador que leer acerca de la experiencia de otros clientes que anteriormente han visitado e interactuado en el experiencia de otros clientes que anteriormente han visitado e interactuado en el

sitio. Los testimoniales acerca del servicio, las reseñas de productos o las recomendaciones de servicios son el oro molido de tu sitio de comercio electrónico.

Alguien que ha hecho de esto su piedra angular es Amazon. Ellos cuidan a quien le solicitan una reseña, revisando a fondo cada una antes de publicarlas, porque ante todo están buscando que sean de utilidad para otros clientes. Es válido pedir a los clientes que las publiquen, pero ellos deben hacerlo solos. Esta sección del sitio debe estar visible en tu página de inicio y/o debajo de cada producto.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Las conclusiones descritas en este estudio se basan en objetivos generales y específicos y se confirman con los resultados obtenidos en la herramienta utilizada, pero para formular estas conclusiones es necesario evaluar y analizar las tendencias generales del tema. Y las respuestas proporcionadas en la herramienta a su vez. Las perspectivas y antecedentes resultantes se determinan a partir de la propia experiencia del investigador, quien presencia y conduce el proceso departamental de esta investigación, lo que permite crear un verdadero estándar de resultados, para que el desarrollo de las mejoras propuestas en el estudio avance con éxito y mantenga un orden acorde con las metas previamente establecidas.

Los resultados de la investigación realizada de esta manera han generado información muy importante que complementa la fase final de esta investigación, continuando con el diagnóstico pertinente, que se define como una posible recomendación, que tiene como objetivo generar cambios beneficiosos que ayuden a sobrellevar los errores, recaudando durante la ejecución del tema Estrategias de Marketing para la Promoción de Prendas de Vestir Masculina Año 2022, Elaborada por la empresa Steban Gera Creaciones Internacionales C.A.

En el primer objetivo, se diagnostica la situación actual de la situación de la marca de la empresa Steban Gera Creaciones Internacionales C.A., en el mercado ubicado en Valencia, estado Carabobo. Las tendencias de opiniones señalaban que el cambio constante en el mercado afecto a la compañía, seguido a esto la falta de innovación de usos de nuevas estrategias de marketing le afecto enormemente sin dejar de lado la pandemia, que logro sacudir el mercado de tal forma que muchos negocios tuvieron que decidir cerrar sus puertas mientras buscaban alternativas para acercarse al consumidor. La muestra consultada expreso su opinión favorable sobre la oportunidad de implementación de las propuestas y la capacitación necesaria para

lograr una mejora organizacional como a su vez generar un indicador que multiplicara las ventas en base a su capital humano capacitado.

En el segundo objetivo, dirigido a describir y analizar las Debilidades y Fortalezas de la empresa Steban Gera Creaciones Internacionales C.A. la tendencia de opinión indica como se realizaba los procesos operativos y las faltas de conocimientos en el área de mercadeo al no poseer un departamento propio de este mismo. Generando así oportunidades para proponer las ideas de implementación de estrategias y capacitación al capital humano que posee la compañía a las cuales se le da el visto bueno de parte de la presidencia/directiva.

En relación al tercer objetivo, referido a Diseñar las estrategias de marketing para la promoción de la línea de prendas de vestir masculino año 2022 de la empresa Steban Gera Creaciones Internacionales C.A. las tendencias sugieren la aplicación de las estrategias de marketing adecuadas para lograr el éxito de la colección y así el resurgimiento de la compañía en el mercado.

En síntesis, luego de determinar la factibilidad de la propuesta en estudio, se determinó el diseño de las estrategias de marketing a usar para la promoción de la línea de prendas de vestir masculina año 2022 de la empresa Steban Gera Creaciones Internacionales C.A. se encontró que la compañía cuenta con el personal calificado para recibir la capacitación y así lograr llevar a cabo los cambios a realizar un refrescamiento de conocimiento para la puesta en marcha de las estrategias de marketing.

Las recomendaciones están determinadas en base a los resultados que generaron los instrumentos de recolección de datos, tomándose para cada una de ellas criterios como parte de la metodología empleada permitiéndose con ello alcanzar calidad y utilidad en la información ya que fueron analizados a fines de que Steban Gera Creaciones Internacionales C.A., pueda establecer fundamentos para las mejoras que estas propuestas producirán en su organización según la información de los

procesos referidos en el presente informe. Luego de las conclusiones presentadas se generaron las siguientes recomendaciones:

1. A la organización implementar los cambios descritos para así lograr un desarrollo de personal profesional capacitado para efectuar las debidas habilidades y resolver las problemáticas presentes en la compañía.
2. Implementar con el pasar del tiempo actualizaciones de las estrategias dependiendo de las situaciones que presente la compañía, ya que esto le facilitara competir en el mercado que es un rubro que cambia constantemente.
3. Mantener actualizada la tecnología para lograr el desenvolvimiento del personal ya calificado en los análisis de mercado y manejo de estrategias para lograr un indicador positivo de los cambios que pueden generar el mantener las actualizaciones tecnológicas y de los conocimientos adquiridos.

La factibilidad de la propuesta procura ser posible en términos técnicos, y operativos, debido a que contempla la disponibilidad de los recursos, sin embargo, todo dependerá en que la alta gerencia de la organización tenga a bien la disposición y se pudo evidenciar que, si existe esa determinación, a implementar cada una de las fases del proceso desde el momento en que se crea un nuevo producto.

## REFERENCIAS

La Factoría (2021 "Estrategia de Marketing mix: ¿qué es y cómo crear una?", [Sitio en Internet] Disponible en: <https://www.lafactoriacreativa.com/blog/marketing-online/marketingmix/>

UNIR "La universidad en internet (2021) ¿Qué es el marketing estratégico? Beneficios y ejemplos de estrategias" [Sitio en internet] Disponible en: <https://ecuador.unir.net/actualidad-unir/marketing-estrategico/#:~:text=El%20marketing%20estrat%C3%A9gico%20engloba%20a,el%20mercado%20y%20el%20consumidor.>

Endor (2020) "4 Estrategias de marketing para resaltar en el mundo de la moda" [Sitio en internet] Disponible en <https://www.grupoendor.com/marketing-estrategias-mundo-moda/>

CEF Centro de Estudios Financieros (2020) "Concepto de marketing estratégico" [Sitio en internet] Disponible en <https://www.marketing-xxi.com/concepto-de-marketing-estrategico-15.htm>

A. Lee Ivester y John D. Neefus (2015) Cap. 89. Industrias textiles y de la confección [Archivo PDF] Disponible en: <https://www.insst.es/documents/94886/161971/Cap%C3%ADtulo+89.+Industria+de+productos+textiles#:~:text=La%20industria%20de%20la%20confecci%C3%B3n,XVIII%20y%20principios%20del%20XIX.>