

REPÚBLICA DEL ECUADOR



TITULO

**IMPLEMENTACIÓN DE REDES SOCIALES COMO MEDIO DE
COMERCIALIZACIÓN Y PUBLICIDAD DE LOS PRODUCTOS QUE
OFERTA EL LOCAL COMERCIAL MUEBLES RM DE LA CIUDAD DE
TENA.**

Informe Técnico del Examen de carácter complejo práctico, presentado como requisito parcial para optar por el título de Tecnólogo Superior en Administración.

AUTORA: LESLI DALILA GREFA ANDY

TUTORA: LCDA. YAJAIRA ELIZABETH ANDI LOZADA

Tena – Ecuador

2023-IIS

ÍNDICE DE CONTENIDO

APROBACIÓN DE LA TUTORA	3
RESUMEN	4
ABSTRACT	5
1 INTRODUCCIÓN	6
Antecedente	6
Justificación	7
Problema	7
OBJETIVOS	7
Objetivo general	7
Objetivos específicos	8
2 ANÁLISIS	8
2.1 Materiales y Equipos	9
Materiales	9
Equipos	9
2.2 Línea de investigación	9
2.2.1 Sublínea de investigación	9
2.3 Delimitación	10
2.3.1 Delimitación Espacial	10
2.3.2 Delimitación Temporal	10
2.4 Beneficiarios	10
2.4.1 Directos	10
2.4.2 Indirectos	10
2.5 Metodología por cada objetivo	10
Metodología para el Objetivo 1	12
Herramienta de trabajo	12
Metodología para el Objetivo 2	13
Herramienta de trabajo	14
Metodología para el Objetivo 3	14
2.6 Resultados	16
Resultados del Objetivo 1	16

Entrevista	16
Análisis de FODA	18
Resultados del Objetivo 2.....	20
Resultados del Objetivo 3.....	22
3 PROPUESTA.....	23
4 CONCLUSIONES	37
5 RECOMENDACIONES	38
6 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA	39
7 ANEXOS	41

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Estructura de la Foda	13
--	----

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Tabla de la metodología a utilizar	11
Tabla 2: Foda Muebles RM.....	19
Tabla 3: Estructura del cuadro comparativo Redes sociales	20

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Solicitud de la inscripción en la Unidad de Integración Curricular.....	41
Anexo 2: Solicitud de autorización de a la propietaria del local comercial Muebles RM.....	42
Anexo 3: Carta de aceptación de la propietaria del local comercial Muebles RM.....	43
Anexo 4: Aceptación de dirección	44
Anexo 5: Entrevista a la propietaria	45
Anexo 6: Página Fanpage de Muebles RM	48

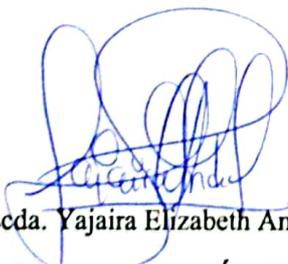
APROBACIÓN DE LA TUTORA

LCDA. YAJAIRA ELIZABETH ANDI LOZADA
DOCENTE DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA.

CERTIFICA:

En calidad de Tutor Examen de carácter complejo práctico denominado: IMPLEMENTACIÓN DE REDES SOCIALES COMO MEDIO DE COMERCIALIZACIÓN Y PUBLICIDAD DE LOS PRODUCTOS QUE OFERTA EL LOCAL COMERCIAL MUEBLES RM DE LA CIUDAD DE TENA, de autoría de la señorita LESLI DALILA GREFA ANDY, con CC. 150104577-5 estudiante de la Carrera de Tecnología Superior en Administración del Instituto Superior Tecnológico Tena, CERTIFICO que se ha realizado la revisión prolija del Examen de carácter complejo práctico antes citado, cumple con los requisitos de fondo y de forma que exigen el respectivo reglamento e institución.

Tena, 19 de enero de 2024



Lcda. Yajaira Elizabeth Andi Lozada

TUTORA DEL EXÁMEN DE CARÁCTER COMPLEXIVO PRÁCTICO

RESUMEN

El presente trabajo de investigación referente a implementar redes sociales como medio de comercialización y publicidad de productos que oferta el local muebles RM de la ciudad Tena, tuvo como objetivo encontrar y mejorar en forma las deficiencias del local para que esta pueda ser más competitiva en el mercado.

Es por esta razón la presente investigación se enfocó en realizar un amplio análisis situacional del uso de redes sociales de Muebles RM, con el fin de establecer estrategias que permitan incrementar las ventas del local.

El local comercial Muebles RM se ha dedicado a la producción y comercialización de muebles durante 5 años, tiempo en cual ha experimentado las fases de crecimiento, actualmente el producto que se vende más son las camas, por lo tanto, fue indispensable la implementación de nuevo canal que dé a conocer todas las líneas de productos que oferta Muebles RM.

Así la propuesta resultante de la investigación me direccionó implementar la red Social como medio de comercialización y publicidad para sus productos, a través de venta directa como un local propio y página web, siendo estas actividades encaminadas a facilitar la rotación y venta de forma esperada por los propietarios y vendedores de muebles RM.

Palabras claves: Implementar, publicidad, indispensable, página web.

ABSTRACT

The present research work referring to implementing social networks as a means of marketing and advertising products offered by the RM furniture commercial premises in the city of Tena, aimed to find and improve the deficiencies of the premises so that it can be more competitive in the market.

It is for this reason that this research focused on carrying out a broad situational analysis of the use of social networks by Muebles RM, in order to establish strategies that allow increasing sales of the store.

The Muebles RM commercial establishment has been dedicated to the production and marketing of furniture for 5 years, during which time it has experienced growth phases. Currently, beds are the product that sells the most, therefore, it was essential to implement them again. channel that publicizes all the product lines offered by Muebles RM.

Thus, the proposal resulting from the research directed me to implement the Social Network as a means of marketing and advertising for its products, through direct sales as its own store and website, these activities being aimed at facilitating the rotation and sale of the product. in the manner expected by RM furniture owners and sellers.

Keywords: Implement, advertising, essential, website.


Lcda. Ana Carolina Romero Alava, Mgs

1313245217

1 INTRODUCCIÓN

Antecedente

Antes de la popularidad de las redes sociales, las estrategias de marketing se llevaban a cabo principalmente en los llamados medios tradicionales. De esta forma, la radio, la televisión, los periódicos en papel, los folletos y otros canales se utilizan para comunicarse con el público. Con la popularidad de las redes sociales, las empresas pueden tener sus propios canales de comunicación. Hoy en día, cualquiera puede crear una cuenta y hacer videos en YouTube.

Por su parte (Gómez, F., 2010) define las redes sociales como una herramienta que promueve la interacción entre las personas, la cual permite establecer nuevas relaciones o fortalece las relaciones ya existentes. Antes de la popularidad de las redes sociales, las estrategias de marketing se llevaban a cabo principalmente en los llamados medios tradicionales. Con la popularidad de las redes sociales, las empresas pueden tener sus propios canales de comunicación.

Hoy en día, el marketing en redes sociales se ha convertido en una parte indispensable del negocio de muchas empresas, especialmente en el ámbito de los bienes de consumo, casi todas las empresas tienen por lo menos un perfil en alguna red social. Por lo tanto, es necesario que las empresas deban encontrar plataformas relevantes y agregarles contenido interesante. Las empresas suelen tener experiencia específica en relaciones públicas.

Justificación

El presente trabajo de investigación se desarrolla en la ciudad de Tena, provincia de Napo con el objetivo principal de implementar las redes sociales como estrategia de marketing para el local comercial de Muebles RM, y proponer soluciones efectivas que permitan mejorar la experiencia y satisfacción de los clientes, con la intención de ofrecer un mejor servicio cubierto a las necesidades de los usuarios.

Problema

De acuerdo a las necesidades que se ha encontrado se ha propuesto implementar una nueva estrategia en seleccionar una red social para el local comercial Muebles RM, así poder ofertar los productos con buena atención que les favorezca a cada uno de los usuarios que tengan que ser bien atendidos, la competitividad del mercado se le ve que se puede lograr que estos sean accesibles para personas de cualquier estrato socioeconómico.

Como experiencia de otras empresas recomiendan el uso de las redes sociales como estrategia de marketing ya que estas pueden aumentar las ventas de forma gratuita además de llegar a una mayor cantidad de personas y más aún permite a las empresas estar comunicadas con sus clientes.

OBJETIVOS

Objetivo general

Implementar Redes Sociales como medio de comercialización y publicidad para los productos que oferta el local comercial Muebles RM de la ciudad de Tena.

Objetivos específicos

- Realizar un análisis situacional del uso de redes sociales del local comercial de Muebles RM de la ciudad de Tena.
- Seleccionar la red social para el local comercial de Muebles RM de la ciudad de Tena.
- Implementar una red social como medio de comercialización y publicidad de los productos que oferta el local Comercial Muebles RM de la ciudad de Tena.

2 ANÁLISIS

Según (M, Amezcua, 2002) define el análisis como el proceso a través del cual vamos más allá de los datos para acceder a la esencia del fenómeno de estudio, es decir, a su entendimiento y comprensión; el proceso por medio del cual el investigador expande los datos más allá de la narración descriptiva. Al margen de esta definición de partida, el término “análisis” se mueve entre unos márgenes muy amplios, existiendo cierta ambigüedad al respecto. Así, diferentes autores hacen distintas propuestas no existiendo un consenso sobre lo que el término significa, ni sobre las técnicas y estrategias para llevarlo a cabo.

Desde hace 5 años el local comercial Muebles RM, se encuentra ubicada en la ciudad de Tena, actualmente se dedica a la producción y comercialización de muebles, los bienes que ofrece son de madera COPAL, el local comercial brinda variedades de productos en la que durante los años de experiencia en ventas aquí en la ciudad de Tena se ha visto la comercialización muy baja dado esto que los usuarios no tienen conocimiento de la existencia de local por falta de publicidad de los productos que ofrece, se plantea la

necesidad de comprender sus falencias ligados a la configuración de nuevas estrategias a partir de las tecnologías y la existencia de estos medios sociales se da a llevar encamino la coordinación que permitan entender una mejor amplitud por medio de redes sociales así dar conocer a la comunidad de usuarios quienes puedan adquirir los productos y tener el conocimiento de las variedades que oferta y permitan incrementar las ventas del local.

2.1 Materiales y Equipos

Materiales

- Internet
- Impresiones
- Cuaderno para apuntes
- Esferos y lapiz

Equipos

- Laptop (HP AMD Ryzen 5000 series)
- Celular (Redmi Note 11 PRO)
- Impresora (EPSON L220)
- USB

2.2 Línea de investigación

Administración de Empresas.

2.2.1 Sublínea de investigación

Aseguramiento de la Calidad de las Empresas Públicas y Privadas.

2.3 Delimitación

2.3.1 Delimitación Espacial

Provincia: Napo

Cantón: Tena

Ciudad: Tena

Parroquia: Tena

2.3.2 Delimitación Temporal

La investigación se desarrolla en el Ciclo académico 2023-IIS

2.4 Beneficiarios

2.4.1 Directos

- El local comercial Muebles RM
- Clientes locales

2.4.2 Indirectos

- Proveedores

2.5 Metodología por cada objetivo

La metodología conlleva varios métodos y técnicas que se aplican durante el proceso de la investigación, para alcanzar los objetivos generales y específicos planteados, con el propósito de obtener un resultado mediante la teoría, aplicando varios aspectos de investigación.

Tabla 1: Tabla de la metodología a utilizar

METODOLOGÍA POR CADA OBJETIVO			
OBJETIVOS	Métodos de la investigación	Tipos de investigación	Herramientas de investigación
Realizar un análisis situacional del uso de redes sociales del local comercial de Muebles RM de la ciudad de Tena.	Método cualitativo	Investigación descriptiva	❖ Entrevista ❖ FODA.
Seleccionar la red social para el local comercial de Muebles RM de la ciudad de Tena.	Método descriptivo	Investigación Empírica	❖ Cuadro comparativo.
Implementar una red social como medio de comercialización y publicidad de los productos que oferta el local Comercial Muebles RM de la ciudad de Tena.	Método inductivo	Investigación descriptiva	❖ Facebook. ❖ Informe.

Elaborado por: Lesli Grefa (2023)

Metodología para el Objetivo 1

Objetivo 1: Realizar un análisis situacional del uso de redes sociales del local comercial de Muebles RM de la ciudad de Tena.

Para realizar el análisis situacional al local comercial se va utilizar las herramientas de entrevista con el fin de recopilar información y FODA de manera precisa para comprender las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que tiene el local comercial Muebles RM de la ciudad de Tena, así proponer acciones y estrategias para una directriz acorde a las necesidades y falencias que posee el local comercial.

Herramienta de trabajo

Entrevista

(Abarca, 2013) , “es posible entender la técnica de la entrevista como: el procedimiento de recolección de información basado en una interacción entre dos personas o más, a través de la conversación como herramienta principal” (p. 100).

Las entrevistas personales o en grupo posibilitan la recolección de información cualitativa y adquirir un entendimiento más profundo de las vivencias y puntos de vista de los clientes. Las entrevistas pueden llevarse a cabo tanto con clientes individuales como con profesionales expertos en atención al cliente, con el propósito de obtener conocimientos valiosos.

FODA

El análisis FODA es una técnica que se usa para identificar las fortalezas, las oportunidades, las debilidades y las amenazas del negocio o, incluso, de algún proyecto

específico. Si bien, por lo general, se usa muchísimo en pequeñas empresas, organizaciones sin fines de lucro, empresas grandes y otras organizaciones; el análisis FODA se puede aplicar tanto con fines profesionales como personales (Raeburn, 1 de Julio de 2021).

Figura 1: Estructura de la Foda



Elaborado por: Lesli G (2023)

A más del análisis FODA se realizará una entrevista con preguntas abiertas dirigida a la propietaria del local comercial Muebles RM, con la finalidad de recopilar información en relación a la situación del negocio y conocer la necesidad de implementar una red social como nueva estrategia en fortalecer al local comercial.

Metodología para el Objetivo 2

Objetivo 2: Seleccionar la red social para el local comercial de Muebles RM de la ciudad de Tena.

Para proceder con la selección de la red social, se provendrá a investigar algunas plataformas que permitan realizar la publicidad de los productos que oferta el local comercial Muebles RM, para ello se realizará un cuadro comparativo de cinco redes sociales más utilizadas en la actualidad, observando sus características, ventajas y desventajas; de esta información se analizará y se elegirá a la más idónea de acuerdo a los objetivos del negocio.

Herramienta de trabajo

Plataformas digitales

Según (Sutherland, 2018) es un modelo de negocios habilitado por la tecnología que crea valor al facilitar intercambios entre dos o más grupos interdependientes nos referimos al espacio virtual en el que se almacena una aplicación o programa que permitirá que las personas realicen múltiples tareas para satisfacer sus necesidades.

Cuadro comparativo

Para (Munch, 2016) Es una herramienta gráfica que sirve para comparar dos o más elementos de manera organizada. Nos permite vincular y establecer las características, diferencias o similitudes que existe entre dos o más conceptos, fenómenos o temas de investigación.

Metodología para el Objetivo 3

Objetivo 3: Implementar una red social como medio de comercialización y publicidad de los productos que oferta el local comercial de Muebles RM de la ciudad de Tena.

Del análisis realizado en el objetivo 2, y con la elección de la red social más idónea para el local comercial Muebles RM, se procederá con la creación del perfil, tomando en cuenta el siguiente proceso:

1. Acceder a la plataforma Facebook
2. Ingresar a páginas
3. Crear una nueva página
4. Configurar el resto de los pasos
5. Horario comercial
6. Agregar imágenes (Foto de perfil y portada)
7. Proporcionar la información del negocio y ubicación.
8. Agregar número (WhatsApp)
9. Invitar a clientes ideales
10. Crear nombre del usuario y finaliza ya creado el Fanpage

Y finalmente para evidenciar la implementación de la red social seleccionada, se levantará un informe del proceso realizado con capturas de pantalla, mismo que contendrá lo siguiente:

- Carátula
- Misión y visión
- Introducción
- Antecedente
- Objetivos
- Desarrollo

➤ Conclusiones

2.6 Resultados

Resultados del Objetivo 1

Objetivo 1: Realizar un análisis situacional del uso de redes sociales del local comercial de Muebles RM de la ciudad de Tena.

Entrevista

La entrevista realizada a la propietaria del local comercial Muebles RM, permitió conocer la necesidad que tiene el local comercial de implementar una red social como nueva estrategia así poder ofertar los productos con buena atención que les favorezca a cada uno de los usuarios, para lo cual se elaboró un cuestionario de 7 preguntas, las repuestas fueron las siguientes:

ENTREVISTA PARA RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN

- 1. ¿Qué falencias existe en su local en relación a la comercialización y publicidad de los productos que oferta?**

Falencias como en poco conocimiento del público referente al local comercial y no contar con alguna estrategia como medio de publicidad.

- 2. ¿Cuáles han sido los medios por los cuales usted oferta sus productos?**

Solo en el local.

- 3. ¿Ha recibido comentarios por parte de tus clientes actuales o potenciales que indiquen un interés en seguir o interactuar con Muebles RM a través de redes sociales?**

Si habido clientes que en algunas ocasiones me han recomendado que se publique por medio de redes sociales.

- 4. ¿Podrías compartir tu opinión sobre la relevancia de tener presencia en redes sociales en tu negocio?**

Mi opinión sobre la presencia de redes sociales en mi negocio sería de gran ayuda una estrategia para poder ofertar mis productos mediante la publicidad y así tener mayores ventas.

- 5. ¿Cómo visualizas que la presencia en redes sociales podría fortalecer la imagen de Muebles RM y su relación con los clientes?**

Lo visualizo que con la presencia de redes sociales localizaría al público y sus necesidades de manera más accesible a los productos que oferto y así brindar mejores servicios a disposición de cada uno de los usuarios.

- 6. ¿Tienes alguna preferencia sobre las plataformas de redes sociales que consideras más adecuadas para Muebles RM?**

Si tengo una, la plataforma Facebook ya que es una red social por excelencia, en la que prácticamente cualquier empresa está o quiere estar.

7. ¿Le gustaría que se implementara una red social como medio de comercialización y publicidad para los productos que oferta el local comercial?

Sí, porque lo veo que es una estrategia que me ayudaría en fortalecer la imagen del local y así me relacionaría con mis clientes en dirigir mis productos o servicio al público indicado.

Análisis

De las preguntas realizadas a la propietaria del local comercial Muebles RM con la finalidad de recopilar informaciones de la situación y las necesidades que tiene el local, se analiza según las respuestas que se dio a conocer, que dado a las falencias que trae el local las redes sociales son las mejores estrategias para las actividades que se realiza en el local y a la vez se vio que es necesario implementar las redes sociales como medio de comercialización y publicidad de productos que oferta el local comercial con el fin de obtener nuevas tácticas para el buen crecimiento del establecimiento, dado esto ayudaría en dar una buena atención y servicio a los clientes de las respuestas recopiladas se levanta el análisis FODA.

Análisis de FODA

Mediante el FODA se pudo observar las principales debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de local comercial Muebles RM, por lo que se propone buscar estrategias acordes a las necesidades y falencias que posee el local comercial, para determinar aspectos importantes que el establecimiento busca para mejorar la

competitividad y así establecer las estrategias de Marketing Digital que aumenten la cuota de mercado, este análisis se presenta a continuación en la siguiente.

Tabla 2: Foda Muebles RM

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ubicación estratégica en el centro de la ciudad Tena. ➤ Que el cliente elija el mueble a su gusto (color, tamaño, diseño) ➤ Cuenta con la provisión suficiente de materia prima en el local. ➤ Fidelización del cliente en servicio post venta, a través del mantenimiento correctivo de los muebles. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Variedad y Calidad de los materiales ➤ Disponibilidad de muchos canales efectivos para atraer clientes. ➤ Varias alternativas de financiamiento (crédito directo, líneas de crédito del sector bancario). ➤ Poder expandirse a otras regiones.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Poca clientela ➤ Personal no capacitado ➤ Poco conocimiento del público referente al local comercial. ➤ La falta de innovación y la resistencia al cambio hacia otros mercados. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Los competidores más Fuertes que se encuentran ubicados muy cerca al local comercial Muebles RM. ➤ La saturación del mercado y la lucha por los precios con los demás locales. ➤ La caída de las ventas por falta de publicidad. ➤ Bajo nivel de conocimiento de las propiedades y beneficios de la madera COPAL por parte del mercado.

Elaborado por 1: Lesli Grefa (2023)

Resultados del Objetivo 2

Objetivo 2: Seleccionar la red social para el local comercial de Muebles RM de la ciudad de Tena.

Tabla 3: Estructura del cuadro comparativo Redes sociales

CATEGORÍAS Y/O TIPOS	FACEBOOK	INSTAGRAM	TWITTER	LINKEDIN	TIK TOK
Características	<p>Facebook, es mundialmente conocido como la red social líder en su estilo, funciona como cualquier otra red, en la misma se pueden subir textos, imágenes, videos y el usuario tiene la posibilidad de compartir los contenidos con otro usuario o sólo con aquellos que formen parte de su red de contactos o amigos. Esta red tiene la particularidad que ofrece aplicaciones y juegos a lo miembros, lo cual la convierte en una plataforma que trasciende el contacto social entre amigos.</p>	<p>Instagram es una red social y aplicación para subir fotos y videos. Sus usuarios también pueden aplicar efectos fotográficos como filtros, marcos, similitudes térmicas, áreas subyacentes en las bases cóncavas, colores retro y vintage (antiguo), y posteriormente compartir las fotografías en la misma red social o en otras como Facebook, Tumblr, Flickr y Twitter.</p>	<p>Twitter, es una red microblogging que permite escribir y leer mensajes en internet que no superen los 140 caracteres. Las entradas son conocidas como tweets. Cuando un usuario publica un mensaje en su página de Twitter, es enviado automáticamente a todos los usuarios que hayan escogido la opción de recibirlos. Aquí los usuarios pueden convertirse en seguidores (followers) de otros, los temas más populares suelen ser aquellos más reenviados (retweet) por los usuarios.</p>	<p>Linkedin es una de las redes sociales más populares. Digamos que es el "adulto" serio de todas las redes sociales, pero por lo mismo, los leads que puedes obtener son de una mayor calidad sobre todo para las compañías B2B. Es por mucho la red número uno para comunicarte, promocionarte y posicionarte ante los ojos de otras empresas.</p>	<p>TikTok es por mucho la red con mayor crecimiento en los últimos 3 años. La alta viralidad de sus videos y su algoritmo de descubrimiento vino a romper los esquemas de las redes dominantes. Y poco a poco ha dejado de ser la plataforma para difundir bailes y retos sin sentido; ya cada vez más empresas empiezan a generar sus campañas de contenido.</p>

<p style="text-align: center;">Ventajas</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Facilita conectar con amigos, familiares o compañeros de trabajo por medio del chat. ➤ Permite conocer todo lo que pasa en la empresa o negocio que puedes enlazar noticias en tu muro y compartirlas con los demás. ➤ Una gran herramienta para vender productos o crear tu propia empresa, por ejemplo, vende zapatos, ropa, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Es totalmente gratis. Se tiene la opción de bloquear el perfil. ➤ Instagram viene con efectos, marcos, entre otras para embellecer las imágenes. ➤ Guarda automáticamente la foto. ➤ Se puede monitorizar las fotos mediante los #hashtags. ➤ Permite contactar con amigos que has perdido el contacto o de otros países. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Posible combinar la cuenta de Twitter con la cuenta de Facebook. ➤ Se puede retweetear así a este tweet lo ven también todos los seguidores del seguidor. ➤ Permite escribir todo en 140 caracteres hace que la red social sea sencilla y práctica para el pensamiento humano. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Se puede aumentar el reconocimiento de tu marca, mejorar el alcance de los contenidos y publicaciones, mejorarás el posicionamiento en Google, etc. ➤ Puede captar clientes potenciales que te encuentren a través de los filtros de búsqueda, perfiles de recomendación, visitas a tu perfil. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puedes aprender de verdad. ➤ Se puede ganar dinero. ➤ Permite promocionar tu marca personal o empresarial.
<p style="text-align: center;">Desventajas</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Una desventaja que puede ser visible en Facebook es la privacidad, ya que antes de crear tu perfil debes tener muy en cuenta. ➤ Volverse adicto a Facebook ➤ Perfiles falsos, muchas personas los hacen con el objetivo de conocer información. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ No se pueden organizar las fotos por categorías. ➤ Solo es accesible para cargar fotos a través del móvil no a través de la web. ➤ Las actualizaciones son constantes. ➤ Los usuarios pueden ser acosados o ser acosadores. ➤ Gasta muchos megas si no se está conectado a una red Wifi. ➤ Hay muchas cuentas falsas o usuarios que se hacen pasar por artistas famosos. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tener que resumir todo lo que te está sucediendo en 140 caracteres. Esto puede generar inconvenientes al tener que abreviar todo lo que pasa. ➤ Perfiles falsos, una persona cualquiera puede crear una cuenta de un famoso. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Es solo para demandantes de empleo o empresas que quieran mejorar su presencia al mismo tiempo que establecer relaciones comerciales y profesionales con otros usuarios o empresas. ➤ Si es cierto que requiere de bastante atención y trabajo para mantenerse al día. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Contenido sin valor. ➤ Puede ser una mala influencia. ➤ Genera adicción a largo plazo.

Elaborado por: 1 Leslie Grefa (2023)

El resultado de haber elaborado el cuadro comparativo he investigado de las redes sociales es con el propósito de ver cuál es la red social más viable para el local comercial Muebles RM, en la que en este caso se vio a Facebook que es la red social más utilizada el cual se pudo observar que el 69% de números de usuarios a nivel mundial en el año 2023 lo utiliza como una gran oportunidad de generar negocios.

Por lo que fue seleccionada para cumplir con las nuevas estrategias de marketing que ayude a mejorar en la comercialización y publicidad de productos que oferta el local comercial Muebles RM, este red se eligió porque en este medio las personas recurren al ocio y a compartir posts de contenidos mixtos; memes, historias, videos, y la interaccionan, por lo que los grupos y las fanpage son los sitios ideales para iniciar un negocio con una buena temática, cuenta con una amplia variedad de aplicaciones con las que puedes conectar tus otros perfiles sociales y alta capacidad de conectar con un gran número de clientes potenciales.

Resultados del Objetivo 3

Objetivo 3: Implementar una red social como medio de comercialización y publicidad de los productos que oferta el local comercial de Muebles RM de la ciudad de Tena.

FACEBOOK

Facebook es una red social que fue creada para poder mantener en contacto a personas, y que éstos pudieran compartir información, noticias y contenidos audiovisuales con sus propios amigos y familiares. (Pino, 2018).



INSTITUTO SUPERIOR
TECNOLÓGICO TENA
Tecnología, Innovación y Desarrollo

INFORME TÉCNICO

**“IMPLEMENTACIÓN
DE REDES
SOCIALES COMO MEDIO DE
COMERCIALIZACIÓN
Y PUBLICIDAD
PARA LOS PRODUCTOS
QUE OFERTA
EL LOCAL COMERCIAL
MUEBLES RM
DE LA CIUDAD DE TENA”**



2024/02/02

Administración Quinto “B”

Autora:

Lesli Grefa

ÍNDICE DE CONTENIDO

MISIÓN.....	25
VISIÓN	25
1 INTRODUCCIÓN	26
2 ANTECEDENTES.....	27
3 OBJETIVOS	27
Objetivo general	27
Objetivos específicos	28
4 DESARROLLO	28
5 CONCLUSIONES	36
6 RECOMENDACIONES	36

TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Paso 1 Acceder a la plataforma Facebook.....	29
Ilustración 2: Paso 2 Ingresar a Páginas	29
Ilustración 3: Paso 3 Crear una página.....	30
Ilustración 4: Paso 4 Configurar el resto de los pasos	30
Ilustración 5: Paso 5 Horario comercial	31
Ilustración 6: Paso 6 Agregar imágenes (Foto de perfil y portada)	31
Ilustración 7: Paso 7 Proporcionar la información del negocio y ubicación.....	32
Ilustración 8: Paso 8 Agregar número (WhatsApp)	32
Ilustración 9: Paso 9 Invitar a clientes ideales	33
Ilustración 10: Paso 10 Crear nombre del usuario y finaliza ya creado el Fanpage.....	33

MISIÓN

Ofrecer a los clientes, productos y servicios en muebles de calidad y gran variedad, precios competitivos, asesoría, entrega puntual y servicios postventa, apoyados en una excelente plataforma humana y tecnológica, garantizando la satisfacción del cliente y la rentabilidad de la empresa.

VISIÓN

Posicionarse en el mercado local y provincial como una empresa líder y de continuo crecimiento que se distinga por la calidad de sus productos y servicios.

1 INTRODUCCIÓN

El objetivo principal de este proyecto es implementar una red social como medio de comercialización y publicidad de los productos que oferta el local comercial Muebles RM, ubicada en la ciudad Tena, provincia del Napo. Esta red social se crea como una evolución tecnológica que no solo busca mejorar la publicidad y comercialización de los productos sino también aprovechar las oportunidades que la era digital ofrece para cautivar y expandir su clientela. Para alcanzar este objetivo, se han seguido diversas metodologías. En primer lugar, se realizó un análisis situacional del local comercial Muebles RM utilizando la herramienta FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas). Este análisis estratégico proporcionó una visión detallada que orienta la planificación y ejecución de una red social para el local. Posteriormente, se abordó a la selección de red social, considerando la importancia de adaptarse a las tendencias tecnológicas y proporcionar a los clientes una experiencia interactiva y fácil de usar. La elección de la red social adecuada fue concluyente, y se llevó a cabo una comparación detallada entre cinco redes sociales más utilizadas en la actualidad: Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn y Tik tok. En este proceso, la elección de Facebook es porque en este medio las personas recurren al ocio y a compartir posts de contenidos mixtos; memes, historias, videos, y la interaccionan, por lo que los grupos y las fanpage, da facilidad de uso, y su capacidad para cumplir con los objetivos del proyecto. Finalmente, se detalla la metodología para la implementación de la red social, que implica una serie de pasos clave, desde el análisis de productos. El informe final de implementación contendrá una visión detallada de la ejecución del proyecto, incluyendo la carátula, resumen, introducción, misión, visión, desarrollo y conclusiones. Con esta implementación, no solo busca mejorar la eficiencia de publicidad y obtener

mejores ventas, sino también consolidar la presencia digital de Muebles RM y obtener clientes en línea.

2 ANTECEDENTES

Muebles RM es un pequeño local comercial ubicada en la ciudad de Tena, cuyo objetivo principal es brindar completa satisfacción a las personas que tienen posibilidad de adquirir cualquiera de nuestros más hermosos productos en muebles a través de los modernos sistemas de fabricación que nos permiten brindar el mejor diseño con base en excelentes materiales para la fabricación de los mismos que finalmente tiene la intención del volver el espacio del hogar un lugar más agradable, cómodo y moderno.

Esto es posible gracias al apoyo del buen capital humano con que se cuenta y a los excelentes proveedores que nos respalda, los cuales son capaces de hacer realidad todo lo que al cliente se le antoje dejando a un lado las limitaciones, es por eso, que nuestro lema es “No queremos forzar a nuestros clientes, sino simplemente hacer lo que desean” ya que lo que pensaban que no era posible ahora en Muebles RM lo es.

3 OBJETIVOS

Objetivo general

Presentar el informe de la implementación de la Red Social Facebook como medio de comercialización y publicidad para los productos que oferta el local comercial Muebles RM de la ciudad de Tena.

Objetivos específicos

- Diseñar el proceso de ejecución de la red social Facebook para el local comercial Muebles RM.
- Dar el funcionamiento de la red social Facebook implementado para el local comercial Muebles RM.
- Elaborar un informe como evidencia de la implementación de la red social Facebook para el local comercial Muebles RM como medio de comercialización y publicidad de los productos que oferta.

4 DESARROLLO

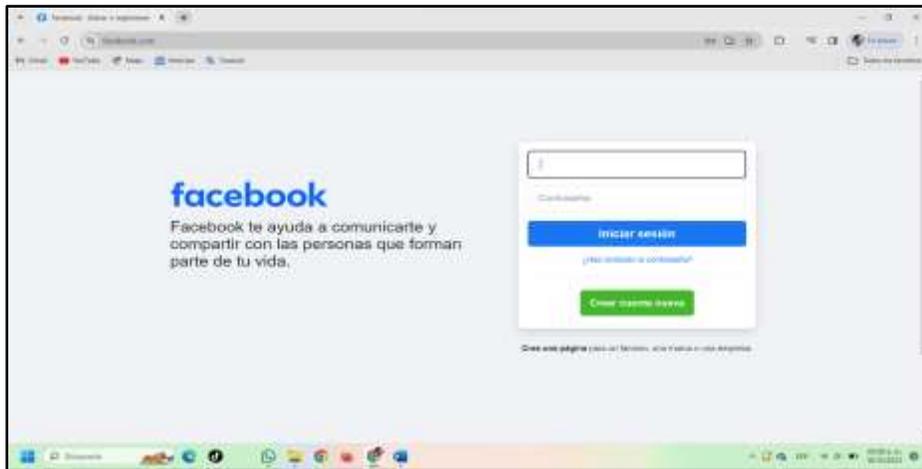
De los resultados obtenidos del objetivo 1 y del objetivo 2 se viene al tercer objetivo que es la implementación de la red social Facebook para el local comercial Muebles RM, reuniendo datos o informaciones de la propietaria, para la creación de la página como medio de comercialización, la presencia óptima el cual permitirá mejorar la comunicación con los clientes, aumentar las ventas y crear mayor visibilidad para la comercialización y publicidad que el establecimiento ofrece.

Se procede con la creación del perfil, tomando en cuenta el siguiente proceso:

Paso 1: Acceder a la plataforma Facebook

- Inicia sesión en cuenta personal.

Ilustración 1: Paso 1 Acceder a la plataforma Facebook

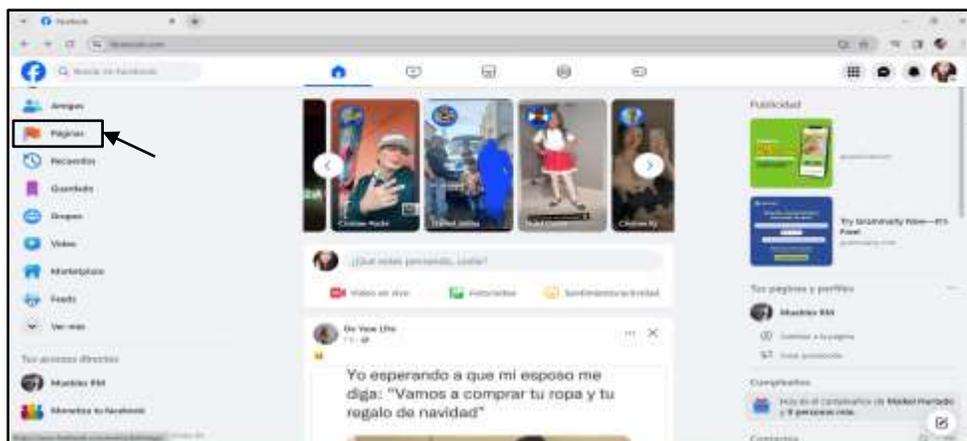


Elaborado por: Lesli G, (2023)

Paso 2: Ingresar a Páginas

- Al ingresar en la cuenta personal ir a lado derecho, clic en el botón "Páginas", y Crear una nueva página para el negocio.

Ilustración 2: Paso 2 Ingresar a Páginas

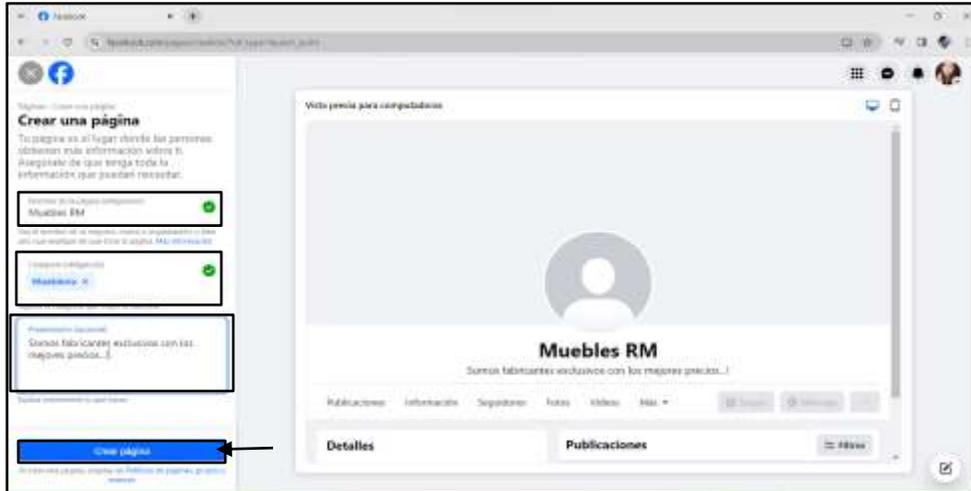


Elaborado por: Lesli G, (2023)

Paso 3: Crear una página

- Se procede a ingresar los datos como categoría y descripción del negocio
“Clic” en crear página

Ilustración 3: Paso 3 Crear una página

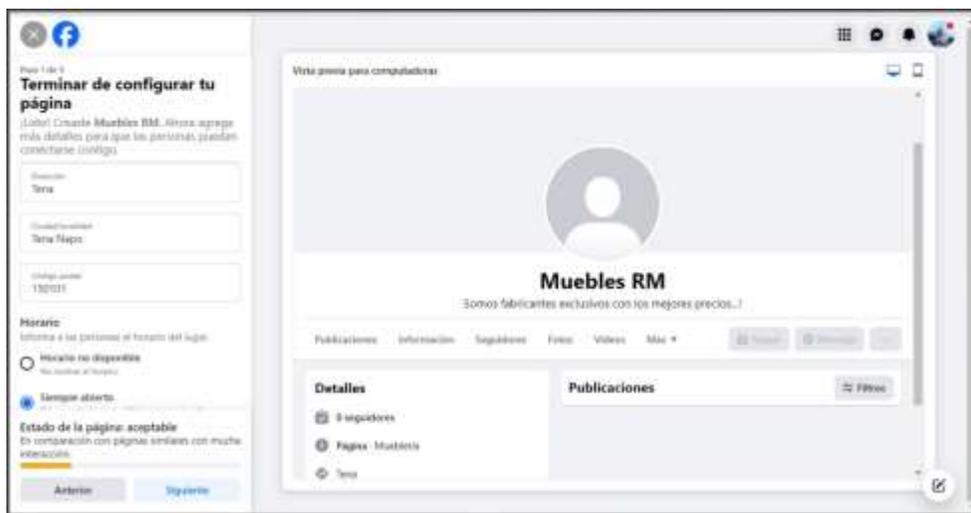


Elaborado por: Lesli G, (2023)

Paso 4: Configurar el resto de los pasos

- Se da a configurar la dirección, ciudad/localidad código postal.

Ilustración 4: Paso 4 Configurar el resto de los pasos

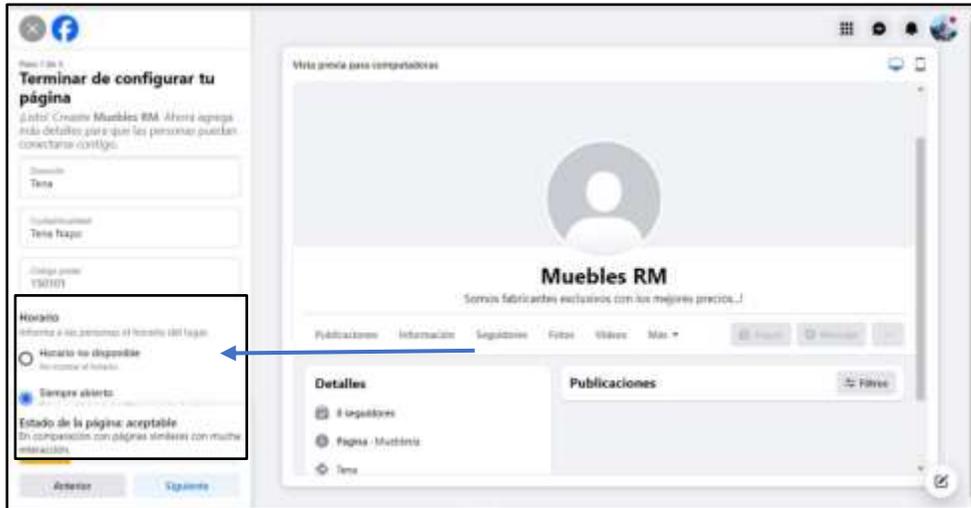


Elaborado por: Lesli G, (2023)

Paso 5: Horario comercial

- Ingreso del horario de atención del negocio.

Ilustración 5: Paso 5 Horario comercial



Elaborado por: Lesli G, (2023)

Paso 6: Agregar imágenes (Foto de perfil y portada)

- Se coloca las imágenes referentes al negocio.

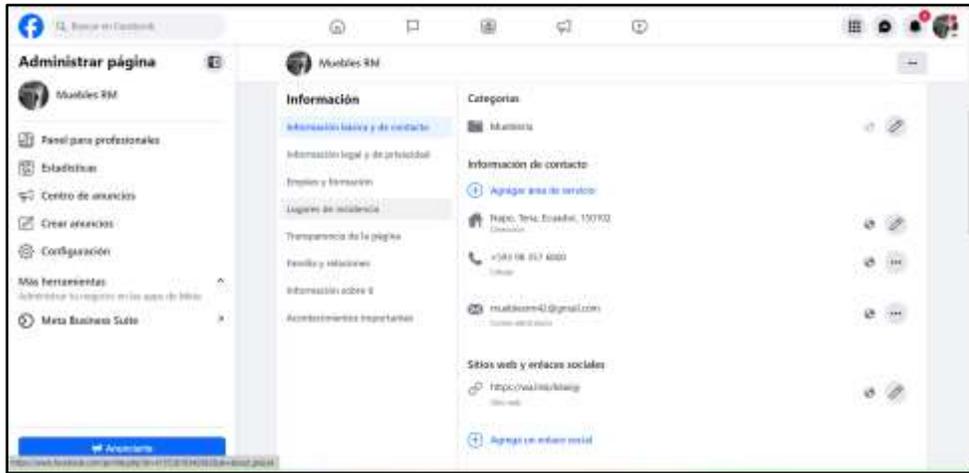
Ilustración 6: Paso 6 Agregar imágenes (Foto de perfil y portada)



Elaborado por: Lesli G, (2023)

Paso 7: Proporcionar la información del negocio y ubicación.

Ilustración 7: Paso 7 Proporcionar la información del negocio y ubicación.



Elaborado por: Lesli G, (2023)

Paso 8: Agregar número (WhatsApp)

- Se coloca el número de celular de la propietaria y a la vez el link de whatsApp.

Ilustración 8: Paso 8 Agregar número (WhatsApp)



Elaborado por: Lesli G, (2023)

Paso 9: Invitar a clientes ideales

- Buscar clientes e invitar amigos de la lista

Ilustración 9: Paso 9 Invitar a clientes ideales



Elaborado por: Lesli G, (2023)

Paso 10: Crear nombre del usuario y finaliza ya creado el Fanpage

- Ingresar nombre del usuario, el nombre al público del local comercial.

Ilustración 10: Paso 10 Crear nombre del usuario y finaliza ya creado el Fanpage



Elaborado por: Lesli G, (2023)

Dar el funcionamiento de la red social Facebook implementado para el local comercial Muebles RM.

Dado a la implementación de la red social Facebook para el local comercial Muebles RM, se observa que es una página bastante amigable con los clientes la mayoría de personas están conectados para encontrar todo tipo de productos, además de encontrar amistades y sugerencias, una herramienta poderosa para comercializar productos de toda índole, pero en esta herramienta también se puede segmentar y enviar a ciertos clientes de nuestro nicho de mercado. Se consigue a través de los like que nuestros seguidores dan visita constantemente a la página de manera continua.

La implementación de una red social para el local comercial Muebles RM, ha demostrado ser una decisión estratégica acertada para mejorar la experiencia de los clientes y aumentar la comercialización. La plataforma elegida, Facebook, ha facilitado la creación de una página muy familiariza, permitiendo a los clientes explorar de manera intuitiva la amplia variedad de productos con solo acceder a la red social y visualizar de los productos que oferta Muebles RM. La colocación de imágenes de alta calidad, descripciones detalladas y funciones de búsqueda ha mejorado significativamente la presentación de los productos y ha facilitado a los consumidores la toma de decisiones informadas.

Es por lo cual se da a entregar a la propietaria del local comercial Muebles RM, la página ya implementada en correcto funcionamiento para su respectivo uso como medio de publicación y comercialización de los productos que ofrece su local.

Beneficios esperados con la Implementación de red social en el local comercial

Muebles RM.

- Promocionar productos que ofrece el local comercial.
- Interacción de los clientes.
- Generar clientes potenciales.
- Impulsar las ventas.
- Atención y Servicios a los clientes de manera rápida.

Código QR de la página de Fanpage Facebook



Link de la página de Facebook

https://bit.ly/Muebles_rm

5 CONCLUSIONES

- Se diseñó el proceso de la ejecución de la red social y se llegó a la conclusión que fue un paso muy importante para la creación de la página para el local comercial, dicho esto se realizó con éxito el proceso de la implementación de la red social Facebook para el local comercial Muebles RM.
- Como resultado de la implementación de la red social se dio a dar la última revisión de la página y se procede a entregar a la propietaria del local para que de su respectivo funcionamiento.
- Se elaboró el informe técnico donde se encuentra recopilado todos los procesos que se llevó a cabo de la implementación de la red social y el funcionamiento respectivo que se da a la red social para el local comercial Muebles RM.

6 RECOMENDACIONES

- Se recomienda que la propietaria del local comercial Muebles RM, revise el tiempo necesario el diseño de la plataforma de la red social Facebook para su respectiva visualización hacia los clientes.
- Se sugiere que se haga su respectivo funcionamiento a la página el cual servirá de mucha ayuda para el local y la comunidad clientela.
- Se aconseja tomar en cuenta los resultados del informe sobre el proceso de implementación de la red social y el funcionamiento respectivo.

4 CONCLUSIONES

- A través de la aplicación de la entrevista dirigida a la propietaria del local comercial Muebles RM, se pudo levantar la FODA y conocer la situación actual, reconociendo de esta manera las fortalezas y debilidades del negocio, donde una de sus debilidades que se encontró fue poco conocimiento del público referente al local comercial, siendo esta una de las falencias se consideró que este negocio necesita de implementar una red social para brindar información relevante acorde a las necesidades de los clientes.
- Acorde del resultado del objetivo 1, se realizó un cuadro comparativo de los medios sociales para la selección de plataforma más idónea para el local, la que en este caso fue elegida Facebook como una red social más conocida y factible que ayude como medio de comercialización y publicidad de los productos que oferta el local comercial Muebles RM.
- En conclusión, se llega a la implementación la red social Facebook tomando en cuenta con información correspondiente de la propietaria y el local, fue éxito la creación de la página y a la vez se elaboró el informe técnico donde se muestra recopilado todos los datos importantes de la implementación de la red social Facebook para el local comercial Muebles RM de la ciudad de Tena.

5 RECOMENDACIONES

- Se recomienda tomar los datos cualitativos que se han obtenido por medio de la aplicación de la entrevista y el análisis FODA que se aplicó en el local comercial Muebles RM, con la finalidad de crear estrategias para llevar siempre delante de los demás negocios las fortalezas de este y a su vez sea digno de crear competencias en el mercado, que se realice periódicamente un análisis situacional de la página de Facebook del establecimiento dando actualizaciones que deba efectuar y estar a la mira a las necesidades que pueda tener los clientes o la comunidad que accede para el mejoramiento de este.
- Se sugiere tomar en cuenta el plan de implementación que se propuso y que se ve ilustrado en el local comercial de Muebles RM, el cual servirá de mucha ayuda para la propietaria y la comunidad que accede a compra de los productos.
- Se aconseja tomar en cuenta los resultados de la implementación de la red social y verificar el cumplimiento de la red social establecido en este negocio para así mantener en bien el orden y a su vez brindar un mejor servicio a los clientes.

6 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA

- Richard L. Daft Lourdes Munch. (2016). Formales de cuadro comparativo.
- Abarca, A. S. (2013). Entrevista segun los autores.
- Arellano Marketing. . (2014). El Marketing Digital a través de Redes Sociales, Revistas.
- Arias. (2020). Los tipos de investigación objetivo de obtener información absoluta.
- Arteaga, J. C. (2018). Influencia del marketing digital en el desarrollo.
- Bogan, T. y. (1986). La entrevista De una posición neutral al compromiso político. Obtenido de <https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=entrevista+segun+autores>
- Boletín DIEE . (2021).
- Gómez, F. (2010). El pequeño libro de las redes sociales. Parangona.
- Guerrero. (2014). Gestion de la experiencia investigacion investigacion-descriptiva.
- Hernandez Sampieri. (1997). Compendio-Metodologia-de-la-Investigacion. Obtenido de <https://www.uv.mx/apps/bdh/investigacion/unidad1/investigacion-tipos.html>
- M, Amezcua. (2002). Los modos de análisis en investigación.
- Mancebo, F. (15 de Noviembre de 2012). La evolución de marketing. Obtenido de Marketing.
- Muguirra, A. (2023). Muestreo aleatorio simple: ¿Qué es y cómo realizarlo? Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/muestreo-aleatorio-simple/>
- Munch, R. L. (2016). Formales de cuadros comparativos.
- Muni.zc. (29/4/17). texto_argumentativo_modelo1.pdf. Obtenido de https://is.muni.cz/el/sci/jaro2018/JS001/um/texto_argumentativo_modelo1.pdf
- Oña, A. (2021). IMPORTANCIA DEL ANÁLISIS FODA PARA LA ELABORACIÓN DE ESTRATEGIAS EN ORGANIZACIONES AMERICANAS, UNA REVISIÓN DE LA ULTIMA DÉCADA. Obtenido de Obtenido de https://tambara.org/wp-content/uploads/2018/12/1.Foda_O%C3%B1a_final.pdf
- Pino, N. R. (2018). Qué es Facebook ni cómo funciona esta red social. Obtenido de <https://webescuela.com/facebook-que-es-como-funciona/#:~:text=Facebook%20es%20una%20red%20social,hoy%20en%20d%C3%ADa%20por%20Internet.>

Raeburn, A. (1 de Julio de 2021). Análisis FODA: qué es y cómo usarlo. Obtenido de <https://asana.com/es/resources/swot-analysis>

Sampieri, H. (2014). Investigación empírica.

Sutherland, W. a. (2018). The sharing economy and digital platforms: A review and research.

Vasilachis. (2006). ¿Qué es la investigación cualitativa?

Velásquez. (2023). ¿Cuál es la diferencia entre población y muestra?

Yin, R. K. (2002). Métodos de investigación.

7 ANEXOS

Anexo 1: Solicitud de la inscripción en la Unidad de Integración Curricular

Tena, 26 de octubre de 2023

Economista,

Carina Mendoza, Mgs

**RESPONSABLE DEL PROCESO DE TITULACIÓN DE LA CARRERA DE
TECNOLOGÍA SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN**

Presente,

De mi consideración:

Yo, LESLI DALILA GREFA ANDY, con cédula de ciudadanía No. 150104577-5 estudiante de la carrera de **Tecnología Superior en Administración**, me dirijo para saludarle y desearle éxitos en sus funciones, además muy respetuosamente solicito a usted, la Inscripción en la Unidad de Integración Curricular mediante Examen Complexivo . particular que requiero para los fines pertinentes.

Por la atención que sepa dar a la solicitud, expreso mi sincero agradecimiento.

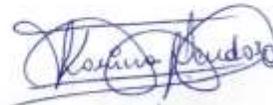
Atentamente,



Grefa Andy Leslie Dalila

Teléfono de contacto: 0962004726

E-Mail: lesli.grefa@est.itstena.edu.ec



27/10/2023

9:05

Anexo 2: Solicitud de autorización de a la propietaria del local comercial Muebles RM

Tena, 06 de noviembre de 2023.

Señora
Adriana Ximena Pozo Garzón
PROPIETARIA DEL LOCAL COMERCIAL DE MUEBLES RM
Presente. -

De mi consideración:

Yo, **LESLI DALILA GREFA ANDY**, con C.C.I: 1501045775, estudiante de la Carrera de Tecnología Superior en Administración del INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA, del quinto semestre paralelo "B", me dirijo comedidamente a usted con la finalidad de solicitar la autorización para desarrollar el Trabajo de Titulación, bajo la modalidad del Examen Complexivo con el tema "**Implementación de redes sociales como medio de comercialización y publicidad de los productos que oferta el local comercial Muebles RM de la ciudad de Tena**".

Por la atención que sepa dar a la solicitud, expreso mi más sincero agradecimiento.

Atentamente,



Lesli Dalila Grefa Andy
ESTUDIANTE SOLICITANTE
C.C: 1501045775
CEL: 0962004726
lesliegrfa@gmail.com

Recibido
06-01-2023

Anexo 3: Carta de aceptación de la propietaria del local comercial Muebles RM

Tena, 06 de noviembre de 2023.

CARTA DE AUTORIZACIÓN

Srta.
Lesli Dalila Grefa Andy
ESTUDIANTE DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA
Presente. -

De mi consideración expreso que para mí como propietaria del local comercial de Muebles RM, es un grato honor de dirigirme a usted y hacerle conocer que de acuerdo a la solicitud presentada por su parte pidiendo realizar un trabajo de titulación dentro de nuestro negocio, le informo que estoy totalmente de acuerdo con su petición y estamos prestos a brindar toda la información que fuera necesaria.

Con saludos cordiales y a tiempo agradecer su pedido, me despido deseándole éxito.

Atentamente,


Adriana Ximena Pozo Garzon
PROPIETARIA DEL LOCAL COMERCIAL DE MUEBLES RM
C.C: 0401398300
CEL: 0983576800

Recibido
06-11-2023

Anexo 4: Aceptación de dirección

ACEPTACIÓN DE DIRECCIÓN

Tena, 10 de noviembre de 2023

Licenciada

Tania Angélica Alvarado Shiguango

COORDINADORA DE CARRERA DE TECNOLOGÍA SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN
Presente.

De mi consideración:

Reciba un fraterno y cordial saludo, en respuesta al **Memorando Nro. ISTT-UIC-2023-007-M**, emitido por el Responsable de la Unidad de Integración Curricular Eco. Carina Mendoza el 6 de Noviembre de 2023, debo responder que, acepto ser Tutora del Producto Técnico de Examen Complexivo, con el tema: **IMPLEMENTAR REDES SOCIALES COMO MEDIO DE COMERCIALIZACIÓN Y PUBLICIDAD DE LOS PRODUCTOS QUE OFERTA EL LOCAL COMERCIAL MUEBLES RM DE LA CIUDAD DE TENA**, presentado por la señorita: **GREFA ANDY LESLI DALILA**, estudiante de la Carrera de Tecnología Superior en Administración, es importante señalar que tomaré en cuenta todas las exigencias, parámetros, normas y actividades establecidas por el Reglamento de Titulación del INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA, para la realización del trabajo asignado.

Particular que comunico a usted, para los fines pertinentes.

Atentamente,



Lcda. Yajaira Elizabeth Andi Lozada
DOCENTE DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA

c.c.: Archivo

Anexo 5: Entrevista a la propietaria



ENTREVISTA PARA RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN

TEMA: IMPLEMENTACIÓN DE REDES SOCIALES COMO MEDIO DE COMERCIALIZACIÓN Y PUBLICIDAD DE LOS PRODUCTOS QUE OFERTA EL LOCAL COMERCIAL MUEBLES RM DE LA CIUDAD DE TENA.

ENTREVISTADORA: Lesli Grefa

ENTREVISTADA: Adriana Pozo

Objetivo: Explorar las implicaciones y oportunidades de implementar redes sociales en el local comercial Muebles RM, analizando cómo esta estrategia podría fortalecer la presencia digital, aumentar la visibilidad de la marca y mejorar la interacción con los clientes para impulsar el crecimiento y la fidelización.

Preguntas abiertas para la propietaria del local.

1. ¿Qué falencias existe en su local en relación a la comercialización y publicidad de los productos que oferta?

Falencias como en poco conocimiento del público referente al local comercial y no contar con alguna estrategia como medio de publicidad.

2. ¿Cuáles han sido los medios por los cuales usted oferta sus productos?

Solo en el local.

3. ¿Has recibido comentarios por parte de tus clientes actuales o potenciales que indiquen un interés en seguir o interactuar con Muebles RM a través de redes sociales?

Si habido clientes que en algunas ocasiones me han recomendado que se publique por medio de redes sociales.



4. ¿Podrías compartir tu opinión sobre la relevancia de tener presencia en redes sociales en tu negocio?

Mi opinión sobre la presencia de redes sociales en mi negocio sería de gran ayuda una estrategia para poder ofertar mis productos mediante la publicidad y así tener mayores ventas

5. ¿Cómo visualizas que la presencia en redes sociales podría fortalecer la imagen de Muebles RM y su relación con los clientes?

Lo visualizo que con la presencia de redes sociales localizaría al público y sus necesidades de manera más accesible a los productos que oferte y así brindar mejores servicios a disposición de cada uno de los usuarios

6. ¿Tienes alguna preferencia sobre las plataformas de redes sociales que consideras más adecuadas para Muebles RM?

Si tengo una la plataforma Facebook ya que es una red social por excelencia, en la que prácticamente cualquier empresa está o quiere estar.

7. ¿Le gustaría que se implementara una red social como medio de comercialización y publicidad para los productos que oferta el local comercial?

Si porque lo veo que es una estrategia que me ayudaría en fortalecer la imagen del local y así me relacionaría con mis clientes en dirigir mis productos o servicio al público indicado

Elaborado por:
 Lesli Dalila Grefa Andy ESTUDIANTE
Validado y legalizado por:
 Leda Yajaira Elizabeth Andi Lozada TUTORA Y DOCENTE DE LA ASIGNATURA DE TITULACIÓN

Anexo 6: Página Fanpage de Muebles RM

The image shows a screenshot of the Facebook fanpage for 'Muebles RM'. The page is viewed from a desktop browser. At the top, there is a search bar with the text 'Buscar en Facebook' and navigation icons for home, notifications, and messages. The left sidebar contains the 'Administrar página' (Manage Page) menu with options like 'Panel para profesionales', 'Estadísticas', 'Centro de anuncios', 'Crear anuncios', 'Configuración', 'Más herramientas', and 'Meta Business Suite'. The main content area features a large promotional image for 'MUEBLES "RM"' with the tagline '¡Ofrecemos productos exclusivos con los mejores precios!'. Below the image is a list of products offered: Camas, Colchones, Pajaritas, Comodines, Semaneros, Peinadoras, Base De Cama, and Veladores. The page profile shows the name 'Muebles RM', a profile picture of a modern interior, and statistics: '5 Me gusta • 19 seguidores'. There are buttons for 'Anunciar', 'Administrar', and 'Editar'. Below the profile, there are tabs for 'Publicaciones', 'Información', 'Menciones', 'Opiniones', 'Seguidores', 'Fotos', and 'Más'. At the bottom, there is a post creation area with a text input field containing '¿Cuál es el estado de tu mamá?' and a '¿Qué estás pensando?' prompt.