



! POSGRADOS !

MAESTRÍA EN --- ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

RPC-SO-30-No.502-2019

OPCIÓN DE
TITULACIÓN:

PROYECTOS DE DESARROLLO.

TEMA:

POSICIONAMIENTO DE LA
EMPRESA RETINA PUBLICIDAD
CORPORATIVA EN EL MERCADO
DIGITAL A NIVEL PICHINCHA
DESDE EL 2022 AL 2024

AUTORES:

JONATHAN MAURICIO ERAZO CAYAN

DIRECTOR:

ANDRES RICARDO MOLINA CORDOVA

QUITO - ECUADOR

2023

Autor:



Jonathan Mauricio Erazo Cayan.

Ingeniero en Contabilidad y Auditoría

Candidato a Magíster en Administración de Empresas: Mención

Gestión de Mercado por la Universidad Politécnica Salesiana

jerazoc@est.ups.edu.ec

Dirigido por:



Andrés Ricardo Molina Córdova

Ingeniero Comercial con Mención en Marketing

Magister en Marketing.

amolina@ups.edu.ec

Todos los derechos reservados.

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación de esta obra para fines comerciales, sin contar con autorización de los titulares de propiedad pública y transformación intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual. Se permite la libre difusión de este texto con fines académicos investigativos por cualquier medio, con la debida notificación a los autores.

DERECHOS RESERVADOS

©2023 Universidad Politécnica Salesiana.

QUITO-ECUADOR – SUDAMÉRICA

JONATHAN MAURICIO ERAZO CAYAN

PROYECTOS DE DESARROLLO POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA RETINA

PUBLICIDAD CORPORATIVA EN EL MERCADO DIGITAL A NIVEL PICHINCHA

DESDE EL 2022 AL 2024.

RESUMEN

La ubicación para una organización en el mercado digital es fundamental para su éxito e influencia y el poder mantenerse en la era digital. Para lograrlo y conseguir un mayor alcance la empresa debe acrecentar estrategias efectivas, para distinguirse de la competencia y llegar a las audiencias orientado a objetivos de manera relevante y persuasiva.

RETINA Publicidad Corporativa es una empresa ecuatoriana que busca destacar en el mercado digital iniciando a nivel Pichincha a través del proyecto RETINACADEMY. Estableciendo estrategias de posicionamiento las mismas que se han basado en ofrecer servicios integrales de cursos mediante una plataforma virtual generando con ello un posicionamiento dentro del mercado digital, a la vez dando un impulso al crecimiento de RETINA Publicidad Corporativa respecto a la rotulación e imagen corporativa que se ofrece a diferentes empresas a nivel nacional.

RETINACADEMY destaca en el mercado gracias a su enfoque en la creatividad y la innovación. Cuentan con un equipo de profesionales altamente capacitados y creativos que generan ideas frescas y originales. Esto permite desarrollar un amplio segmento en el mercado digital, capturando la atención de la audiencia en diversos entornos. El objetivo es diferenciarse y destacar, ofreciendo soluciones únicas y atractivas para sus clientes.

La posición de la empresa en un mercado digital requiere combinaciones de estrategias efectivas que incluyen una propuesta de valor clara y diferenciada, RETINA Publicidad Corporativa ha logrado posicionarse en el mercado físico exitosamente, ahora mediante el presente proyecto busca alcanzar un mayor posicionamiento a través del mercado digital con RETINACADEMY gracias a su enfoque en la creatividad e innovación.

ABSTRACT

An organization`s position in the digital Marketplace is critical to its success and influence and to its ability to sustain itself in the digital age. To achieve this and achieve greater reach the company must increase effective strategies to distinguish itself from the competition and reach target audiences in a relevant and persuasive way.

RETINA Publicidad Corporativa is an Ecuadorian company that seeks to stand out in the digital market starting at the Pichincha level through the RETINACADEMY project. Establishing positioning strategies that have been based on offering comprehensive services of courses through a virtual platform thereby generating a positioning within the digital market, while giving an impetus to the growth of RETINA Publicidad Corporativa regarding the signage and corporate image offered to different companies nationwide.

RETINACADEMY stands out in the market thanks to its focus on creativity and innovation. They have a team of highly trained and creative professionals who generate fresh and original ideas. This allows them to develop a broad segment in the digital market, capturing the attention of the audience in various environments. The goal is to differentiate and stand out, offering unique and attractive solutions for its clients.

The company`s position in a digital market requires combinations of effective strategies that include a clear and differentiated value proposition, RETINA Publicidad Corporativa has managed to position itself successfully in the physical market, now through this Project it seeks to achieve greater positioning through the digital market with RETINACADEMY thanks to its focus on creativity and innovation.

ÍNDICE DE CONTENIDO

1	INTRODUCCIÓN	1
1.1	Situación Problemática.....	1
1.2	Antecedentes.....	3
1.3	Formulación del Problema.....	5
1.4	Justificación Teórica.....	5
1.5	Justificación Practica.....	6
1.6	Objetivos	7
1.6.1	Objetivo General.....	7
1.6.2	Objetivos Específicos	7
1.7	Principales resultados	7
2	MARCO TEÓRICO	8
2.1	Marco Conceptual	8
2.2	Fundamentos teóricos. Análisis de perspectivas de diversos estudiosos en el campo.....	10
3	METODOLOGÍA	12
3.1	Unidad de análisis.....	12
3.1.1	Cuantitativa:	12
3.1.2	Cualitativa:.....	12
3.2	Métodos para emplear.	13
3.2.1	Variable Independiente: Estrategias Digitales	13
3.2.2	Variables Dependientes: Posicionamiento en el mercado digital	13
3.2.3	Hipótesis:	13
3.3	Determinación de los requerimientos de información. Fuentes de información primarias o secundarias.....	15
3.4	Métodos de evaluación de los procesos.....	15
3.5	Recursos utilizados para analizar e interpretar la información recopilada.	15
4	RESULTADOS	16
4.1	Propuesta de ideas innovadoras basadas en las siguientes modalidades:.....	32
4.1.1	Procesos altamente innovadores.....	32

4.1.2	Optimización de procesos previamente establecidos.....	33
4.2	Evidencias tecnológicas	34
4.3	Análisis de factibilidad.....	34
4.3.1	Técnico:.....	34
4.3.2	Económico:.....	35
4.3.3	Financiero	39
4.3.4	Legal.....	42
4.3.5	Social.....	43
4.3.6	Comercial	44
4.4	Plan de implementación del proceso.....	45
5	CONCLUSIÓN.....	49
6	RECOMENDACIONES.....	50
7	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	52
8	ANEXOS	55

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1. INFORMACIÓN NECESARIA PARA EL CÁLCULO DE LA MUESTRA.	14
TABLA 2. EQUIPOS POR USAR PARA LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDO Y DESARROLLO DE PLATAFORMA VIRTUAL.....	36
TABLA 3. INFRAESTRUCTURA, INSUMOS Y USO DE INSTRUMENTOS DIGITALES PARA EL DESARROLLO DEL PROYECTO.....	36
TABLA 4. ARRENDAMIENTOS MENSUALES DE ESPACIO FÍSICO PARA EL DESARROLLO DE PRODUCCIÓN DE CONTENIDO, ACTIVIDAD PRESENCIAL Y MOVILIZACIÓN.	37
TABLA 5. VALORES POR PRESTACIÓN DE SERVICIOS.....	37
TABLA 6. RUBROS PARA VIÁTICOS Y MOVILIZACIÓN A DIFERENTES PUNTOS DE LA PROVINCIA DE PICHINCHA PARA IMPULSO, DESARROLLO Y NEGOCIACIONES DEL PROYECTO.....	37
TABLA 7. VALOR DE CURSOS A OFERTAR E INVERSIÓN EN MARKETING PARA EL DESARROLLO DEL PROYECTO.	38
TABLA 8. ESTADO DE RESULTADO DEL 01/01/2022 AL 31/12/2022 DE LA EMPRESA RETINA PUBLICIDAD CORPORATIVA.....	41

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1. RANGO DE EDAD ENCUESTADOS.....	16
ILUSTRACIÓN 2. GÉNERO DE LOS ENCUESTADOS.....	17
ILUSTRACIÓN 3. ESTABILIDAD LABORAL.....	18
ILUSTRACIÓN 4. SECTOR EN QUE DESARROLLA LA OCUPACIÓN PRINCIPAL.	19
ILUSTRACIÓN 5. OCUPACIÓN LABORAL ACTUAL.....	20
ILUSTRACIÓN 6. RANGO DE INGRESOS ECONÓMICOS MENSUALES.	21
ILUSTRACIÓN 7. SECTOR DE RESIDENCIA NACIONAL.....	22
ILUSTRACIÓN 8. FAMILIARIDAD CON EL PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO QUE SE OFERTARA EN EL MERCADO.....	23
ILUSTRACIÓN 9. INDAGACIÓN DE LA MARCA EN EL MERCADO NACIONAL.	24
ILUSTRACIÓN 10. RECONOCIMIENTO DE LA COMPETENCIA EN EL MERCADO.	25
ILUSTRACIÓN 11. OPCIÓN DE EMPRENDIMIENTO COMO FUENTE DE INGRESO PRINCIPAL.....	26
ILUSTRACIÓN 12. ADQUIRIR CONOCIMIENTO NECESARIO PARA LLEVAR A CABO UN EMPRENDIMIENTO COMO OPCIÓN DE CRECIMIENTO PERSONAL.	27
ILUSTRACIÓN 13. VALOR MONETARIO QUE LOS CLIENTES ESTARÍAN DISPUESTOS A INVERTIR EN CURSOS EN LÍNEA.....	28
ILUSTRACIÓN 14. IMPORTANCIA DE CONOCER MARCAS CORPORATIVAS.	29
ILUSTRACIÓN 15. ACEPTACIÓN DE CURSO EN LÍNEA EN TEMA DE ROTULACIÓN Y PUBLICIDAD.	30
ILUSTRACIÓN 16. TEMAS DE CONSIDERACIÓN PARA SOBRESALIR ANTE LA COMPETENCIA.	31

1 INTRODUCCIÓN

Luego de que el mundo se detuviera dado que la dificultad sanitaria incitada por el COVID-19, las PYMES sufrieron un impacto económico en sus ventas e ingresos ordinarios y extraordinarios, miles de personas fueron despedidas de sus empleos, cientos de empresas dieron por finalizado sus actividades económicas, pero sin embargo este evento adelantó el crecimiento tecnológico y digital y a su vez nacieron nuevas oportunidades; tal es el caso de RETINACADEMY, un proyecto que nace con la convicción de posicionamiento comercial y expansión empresarial con la finalidad de originar ingresos mediante sus productos actuales juntamente con la creación generada de nuevos productos digitales.

1.1 Situación Problemática

El actual estado del país ha motivado a muchas organizaciones ecuatorianas a adentrarse en el mercado digital. Las difíciles etapas que se han atravesado a nivel mundial han acelerado la adopción de la era digital tanto para usuarios como para empresas. Esto ha llevado a que las organizaciones busquen constantemente innovaciones que les permitan generar valor para competir y liderar en su mercado.

Es fácil poder visualizar que hoy en día los planeamientos de negocios ya no son solamente cibernéticos o físicos, actualmente son híbridos y amerita de capacidad para un uso focalizado en innovación y eficiencia, constantemente con un enfoque de perfeccionamiento y estructuración para la serie de actualizaciones que un mercado lo amerita.

Ecuador incremento con éxito las conexiones originadas por los usuarios en un 12%, Google tiene una media de dos máquinas para el acceso a sus plataformas y prestaciones digitales, percibiendo el 20% de alza promedio en canales digitales (e-commerce). Las ofertas híbridas de medios y marcas seguirán siendo precursores en el futuro, estableciendo para generar una contribución a la sociedad digital y ser parte de una sociedad cibernética. (Ponce, 2022)

En Ecuador, aproximadamente el 90% de las compañías existentes operan en el sector de las pequeñas y medianas compañías. En el presente, estas empresas se enfrentan a un entorno emprendedor donde deben demostrar sus habilidades para evolucionar estrategias comerciales que generen un impacto positivo y sostenible en el mercado. En resumen, las herramientas digitales, especialmente las redes sociales, desempeñan un papel primordial, ya que la mayoría de estas empresas están vinculadas a estos medios de comunicación. (Ponce, Mentinno Innovation, 2022)

Tras examinar el amplio uso de las diferentes opciones digitales, es verídico que en las últimas temporadas las redes sociales han dejado de ser solamente un ámbito para el uso personal y las publicaciones, tornándose en una valiosa herramienta laboral para el desarrollo y progreso de numerosos negocios. Esta variación ha brindado a emprendedores y empresas la oportunidad de sondear nuevos mercados y

adaptarse a las demandas del entorno digital actual, estableciendo empresas que impulsen la independencia económica.

Se puede determinar que el mercado digital es un gran modelo de negocio, dentro de la pandemia que a nivel mundial se atravesó fue de suma importancia para que muchos emprendimientos y empresas puedan mantenerse dentro del mercado. Aunque se considera que en Ecuador dicha opción aún no se ha posicionado del todo debido a que aún hay cierta desconfianza de estafas o el desconocimiento del consumidor ante las grandes opciones que el mercado digital hoy por hoy lo ofrece. A pesar de que todavía prevalece el hábito de realizar compras en persona, el mercado digital ha experimentado un crecimiento significativo como resultado de diversas particularidades políticas, económicas y de salud que afectan al país. Cada vez más, se ha convertido en una opción para el establecimiento de emprendimientos y un factor clave en el crecimiento empresarial.

Del mismo modo, la mayoría de las empresas en Ecuador tienen filiales ubicadas en diferentes regiones del país, lo que significa que gran parte de sus ingresos se originan de transacciones realizadas en persona. No obstante, también han implementado páginas web como una alternativa para que los consumidores puedan efectuar compras desde la comodidad de sus hogares. Es importante enfatizar que son escasos los comercios electrónicos que no disponen de una ubicación física para llevar a cabo sus operaciones y dependen exclusivamente de internet y dispositivos electrónicos para funcionar. (Velasco, 2021)

En los años 2020 – 2021, la pandemia tuvo un efecto directo que exacerbó un problema preexistente relacionado con la falta de empleo y la drástica caída del mercado laboral. El desempleo se ha convertido en un reto persistente en las economías latinoamericanas, lo que ha acarreado a la puesta en marcha de diplomacias públicas destinadas a abordar este problema y reducir su incidencia. Abordar el desempleo implica analizar diversas situaciones en profundidad.

Por otro lado, existen dos asuntos que generan preocupación tanto entre los trabajadores, empresarios como las autoridades: el desempleo y la precarización laboral. Estos son desafíos que requieren una gestión inteligente, políticas claras y regulaciones modernas acordes a la era en la que la digitalización está avanzando en el ámbito laboral y empresarial. (Lideres, 2019)

El mercado digital y las diferentes plataformas digitales ha llegado a convertirse en una fuente de empleo para los trabajadores de la provincia de Pichincha, la cual ha pasado a considerarse una de las capitales de América Latina con un mayor porcentaje de trabajadores en este tipo de ambiente y aplicaciones.

Se puede afirmar que el entorno y mercado digital no solo ha impulsado empresas y emprendimientos, sino que también ha promovido considerablemente la educación y la formación en línea. Esta tendencia se ha convertido en una fuerza significativa para el desarrollo profesional y la adquisición de habilidades personales en el contexto actual, y se espera que aumente su relevancia en el futuro.

La educación y formación en línea han percibido un crecimiento considerable y se encuentran en constante evolución. Este campo de conocimiento ha brindado a muchas personas que enfrentan problemas de desempleo la oportunidad de explorar opciones educativas y de capacitación digital para adquirir nuevos conocimientos o aprender habilidades que les permitan emprender y generar sus propias fuentes de ingresos.

La globalización, en conjunto con los progresos tecnológicos, ha conseguido reducir las distancias, disminuir las diferencias culturales y también mejorar las economías y los negocios. Como resultado, los emprendedores han aprovechado el acceso sencillo a nuevas herramientas digitales para fortalecer sus empresas y alcanzar a clientes nuevos, que no solo se limitan a nivel local, sino que a menudo se expanden a nivel nacional e incluso internacional. (Grandon, s.f.)

1.2 Antecedentes.

Se puede afirmar que el surgimiento del marketing digital ha estado estrechamente ligado al aumento del comercio en línea. Con el paso del tiempo, las estrategias de marketing han logrado ajustarse a cada plataforma disponible. Al mismo tiempo, han surgido nuevas tácticas de marketing que se basan en los canales de comunicación en línea, como las redes sociales. (S., 2021)

Hemos observado como el mercadeo en redes sociales y el mercadeo de blogs han adquirido una relevancia cada vez mayor. En la contemporaneidad, las diversas formas de mercadotecnia de contenido desempeñan un papel destacado. No obstante, el concepto de marketing en línea o mercadeo digital engloba todas las estrategias de mercadotecnia implementadas a través del ciberespacio. Las campañas de mercadotecnia en línea se emplean para incrementar la demanda, el tráfico y la visibilidad. (S., economia3.com, 2021)

Desde 1990 hasta 2003, se dio paso a lo que se conoce como la web tradicional, donde surgieron los primeros motores de búsqueda junto con las iniciales plataformas de intercambio de archivos. En este momento, las organizaciones comenzaron a disfrutar esta innovación para favorecer sus marcas y extender información sin depender de la interacción directa del consumidor. Al mismo tiempo, se dieron los primeros indicios de sitios web de comercio electrónico y las empresas se encontraron en la necesidad de repensar sus estrategias. (S., economia3.com, 2021)

Aparecen profesionales especializados y se abren nuevas perspectivas para las empresas, quienes empiezan a reconocer una vía de diálogo más directa y competente con los usuarios. Comienzan a concebir campañas publicitarias más enfocadas, identificando de manera precisa al público objetivo al que se dirigen. El mercadeo empieza a ser visto como una táctica más personalizada y directa para conseguir los propósitos deseados. Esta novedad conduce a la aparición de nuevas técnicas de marketing y marca la introducción del Mercadeo 2.0 a principios de los años 2000. (S., economia3.com, 2021)

Entre los años 2004 y 2008, se produce un cambio significativo con la aparición de las redes sociales, la razón colectiva y la participación de los beneficiarios. Esto permite la comunicación directa entre las marcas y otros usuarios en línea, captando la atención de novedosos internautas que interactúan con las marcas. (S., economia3.com, 2021)

A partir de 2009, la colectividad se ha vuelto más vinculada en todos los entornos cibernéticos. Actualmente, el término “marketing digital” cita a los métodos y prácticas de mercadotecnia disponibles en internet. A continuación, se presentan las fechas más relevantes en la historia del mercadeo digital:

1990: Aparece por primera vez el término “Marketing Digital”.

1998: Nace Google y Microsoft lanza el motor de búsqueda MSN.

2001: Se realiza la primera campaña de mercadotecnia móvil por parte de Universal Music.

2009: Google lanza las consecuencias en tiempo real en su motor de búsqueda.

2014: El uso de internet desde dispositivos móviles supera al uso desde computadoras personales.

2015: Se observa un aumento en el uso de la analítica predictiva, las tecnologías portátiles y el mercadeo de contenidos. (S., economia3.com, 2021)

La historia de la publicidad tiene sus raíces en los primeros anunciantes que ocupaban espacios en los periódicos. En aquel entonces, no solo se ofrecía un servicio, sino que también se buscaba destacar mediante diseños más o menos innovadores.

Al dirigirnos a un auditorio específico, se produce una fracción basada en diferentes criterios como la edad, el género, la ideología, el territorio, la posición económica y los gustos. Por lo tanto, es fundamental conocer los medios más efectivos o más utilizados en Ecuador para impulsar productos y servicios. Con ese fin, presento un breve informe al respecto. En Ecuador, la publicidad sigue consolidada en la televisión, siendo el medio con mayor conmoción en general, ya que llega a un número considerable mayor de personas en comparación con la radio, por ejemplo. De hecho, en 2016, la financiación publicitaria en televisión representó el 84,2% del total, seguido por los periódicos con un 8,8%, la radio con un 5,4% y las revistas con un 1,6%. La impresión que la televisión tiene en sus vidas como usuarios es sumamente interesante, por lo tanto, se debe reconocer la importancia de los mensajes que se transmiten. (NEUROMARKETERS, 2022)

La empresa RETINA Publicidad Corporativa comenzó su funcionamiento en 2014 en Quito, Ecuador, a cargo de Agustín Calvache Santamaria. Su objetivo principal es proporcionar servicios relacionados con la rotulación, señalización y creación de identidad corporativa.

Gracias a su firme compromiso con la puntualidad, la calidad y la innovación, el crecimiento se hizo inevitable, lo que llevo a expandir su cartera de clientes a nivel nacional. Además, se logró optimizar los

plazos de entrega y acrecer la satisfacción de todos los consumidores mediante la implementación de soluciones integrales.

En busca de brindar una solución más integral y expansión de nuevos productos para los clientes, en noviembre de año 2018 se constituyó la Compañía, bajo la razón social de VENTVEVO S.A de esta forma se inician actividades como una empresa constituida legalmente en Ecuador, pero con la expertiz de un legado emprendedor y con fines de seguir con el crecimiento previsto manteniendo su nombre comercial RETINA Publicidad Corporativa.

La limitada liquidez que atravesó la empresa producto de la pandemia COVID-19, hace que los socios accionistas decidan generar un apalancamiento comercial a través del medio digital creando así RETINACADEMY, buscando con este proyecto el posicionamiento de la empresa en el medio publicitario y generando un ingreso a través de la venta del know-how con cursos en línea direccionados a nuevos emprendedores, logrando de esta manera que las ventas de la empresa no se vean drásticamente afectadas en caso de existir un nuevo paro económico.

1.3 Formulación del Problema

Problema: Incidencia de estrategias de posicionamiento de la empresa RETINA Publicidad Corporativa en el mercado digital a nivel Pichincha.

El planteamiento del problema permite abordar las siguientes interrogantes:

- ¿La empresa RETINA Publicidad Corporativa está utilizando las estrategias de mercadotecnia digital más efectivas para ingresar al mercado digital?
- ¿Es viable aplicar estrategias de posicionamiento en el mercado digital a la empresa RETINA Publicidad Corporativa, con el objetivo de lograr una aceptación adecuada en dicho mercado?
- ¿Es factible posicionar a la empresa RETINA Publicidad Corporativa en el mercado digital mediante las estrategias de mercadotecnia que se pretenden plantear?

1.4 Justificación Teórica.

El objetivo del proyecto es analizar la relevancia del mercado digital y las redes sociales en la actualidad como una estrategia para posicionar las pequeñas y medianas compañías (PYMES), logrando resultados exitosos a lo largo del proceso y brindando un impacto a los emprendedores emergentes.

En Ecuador, el 89% de los usuarios de internet se encuentran distribuidos en 12 jurisdicciones siendo el 30% en las jurisdicciones del Guayas, el 22% en Pichincha, el 12% en Azuay y el 36% en el resto del país. Un total de 14,3 millones de cuentas activas en diversas redes sociales, Ecuador cuenta con una alta penetración, destacando especialmente en la red social principal, Meta: Facebook, además de consumidores dispersos en otras plataformas populares. (Ponce, Mentinno Innovation, 2022)

Las redes sociales son plataformas en línea donde las personas pueden compartir información personal y contenido multimedia. En el contexto del mercado digital, han mejorado la interacción entre las empresas y los clientes, permitiendo que los clientes accedan fácilmente a información sobre productos y servicios cercanos a su ubicación geográfica a través de la segmentación del mercado. Según Zikmund y Babin (2008), el mercadeo es una herramienta globalmente utilizada por las organizaciones para promocionar productos o servicios, fortalecer su posición en el mercado y generar rentabilidad. Internet y los medios digitales han tornado el panorama del mercadeo, gracias a los avances tecnológicos recientes que han generado cambios significativos tanto en el mercado como en los consumidores. (Mera Carmen, 2022).

VENTEVEO S.A. con su nombre comercial RETINA Publicidad Corporativa, empresa ecuatoriana ubicada en Quito, en el sector la Floresta, cuya actividad económica es la rotulación e imagen corporativa de emprendimientos, pequeña, mediana y grandes empresas a nivel nacional, con 8 años en el mercado publicitario e imagen corporativa. Ante el sin número de opciones que el mercado digital en la actualidad ofrece, RETINA Publicidad Corporativa cual es la empresa que se tomó para el desarrollo del trabajo de titulación, se desarrolló el proyecto de crear RETINACADEMY, mediante el cual se busca posicionar a la empresa en el mercado digital partiendo desde su zona geográfica, para paso a paso ir la posicionando a nivel nacional e internacional a toda Hispanoamérica.

Ante varias situaciones que se han ido presentado con el pasar del tiempo, y después de la pandemia, RETINA Publicidad Corporativa ve la necesidad de posicionarse en el mercado digital ante un análisis donde se puede verificar que actualmente la gente busca y se empieza a relacionar más con el mercado digital, en especial con cursos y negocios digitales. RETINACADEMY es un ambiente virtual donde los consumidores, nuevos emprendedores y empresarios pueden interactuar y aprender del campo de rotulación e imagen corporativa. Accediendo a cursos tanto virtuales como presencial, videos tutoriales, servicios y productos que oferta la empresa, de tal modo ganando mayor segmento de mercado y marcando la diferencia ante la competencia. Siendo un impulso ante la experiencia que han adquirido para los nuevos emprendedores.

1.5 Justificación Práctica

El presente proyecto se desarrolló a través del análisis interno y externo del mercado digital a nivel de Pichincha, planteando: fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de forma general y aplicando a todos los emprendedores y empresas acorde a los factores de macro y microentorno.

En el análisis interno, se realizó un análisis DAFO a través de procesos metodológicos como: comparativo, cualitativo, cuantitativo y deductivo. La información que se recopiló se resumirá en la aplicación de las matrices de valuación factores (MEFE) y de valuación de factores internos (MEFI).

Respecto al análisis externo se formuló las preguntas de tipo mixto que serán utilizadas en la encuesta a realizar, con el método de medición escala de intervalos y likert.

Es importante resaltar que el mercado digital es una herramienta de gran relevancia que beneficia tanto a directivos como a colaboradores, ya que contribuye al mejoramiento del rendimiento dentro de la organización a través de ambientes interactivos, redes sociales y diversos aspectos comerciales, como el precio, el segmento de servicios y productos, la distribución digital y la comunicación inmediata. Estas características resultan de gran utilidad para el crecimiento empresarial.

1.6 Objetivos

1.6.1 Objetivo General

Delimitar y desarrollar las estrategias de marketing y posicionamiento en el mercado digital que sean adecuadas para implementar en la empresa RETINA Publicidad Corporativa.

1.6.2 Objetivos Específicos

- Generar una comunidad atraída por el tema digital, para el desarrollo de nuevas negociaciones y apertura de mercado.
- Establecer un incentivo a la comunidad y nuevos emprendedores al manejo de ambientes digitales para el posicionamiento de mercado.
- Generar opciones de trabajo local a través del aprendizaje y crecimiento empresarial.

1.7 Principales resultados

- Mantener un flujo de ventas continuo
- Expansión y crecimiento de RETINA Publicidad Corporativa en el mercado publicitario
- Posicionamiento de RETINACADEMY y RETINA Publicidad Corporativa en el mercado digital
- Desarrollo de un enfoque innovador para el modelo empresarial.
- Atracción y retención de clientes.
- Incorporación de nuevos colaboradores al equipo de trabajo de la compañía.
- Incrementar un mínimo del 30% en la facturación mensual
- Estandarización de procesos internos en la empresa RETINA Publicidad Corporativa.
- Generación de oportunidades laborales tanto dentro como fuera de la organización.

2 MARCO TEÓRICO.

2.1 Marco Conceptual

Posicionamiento de mercado: Se define como la imagen que los usuarios tienen de una marca, nombre comercial o empresas en comparación con sus competidores. El objetivo es claro; alcanzar que los usuarios prefieran esa marca por encima de las demás, debido a que es la primera que les viene a la mente al cavilar en un bien o servicio que necesiten. (Galeano, 2022)

El poder conocer sobre el posicionamiento de mercado ha brindado la posibilidad de distinguir el producto o servicio y vincularlo con las necesidades y atributos deseados por el consumidor. Es importante tener una comprensión clara y precisa de la opinión del cliente sobre lo que la empresa ofrece, así como de lo que se desea que los clientes perciban en comparación con las ofertas de la competencia.

Marketing o mercado digital: Conocido también como marketing en línea o mercadotecnia online, se caracteriza por utilizar los medios y canales publicitarios tecnológicos y digitales, como internet, dispositivos móviles y el internet de las cosas (IoT). Aprovechando el poder de la tecnología, esta forma de marketing permite crear experiencias personalizadas y únicas, así como realizar un seguimiento detallado de las interacciones con el fin de abonanzar la experiencia del beneficiario. (Fuente, 2022)

El marketing o mercado digitales se refiere al uso de estrategias de comercialización adaptadas al entorno digital, aprovechando tecnologías y plataformas como sitios web, aplicaciones web y medios sociales.

Estrategia de marketing digital: Una estrategia de mercadotecnia digital implica la elaboración de un plan de acción para alcanzar objetivos específicos utilizando canales en línea. Esto abarca actividades como la creación y propagación de contenidos a través de sitios web y medios sociales, la administración de correos electrónicos, blogs y otros elementos relacionados. (Silva, 2022)

Dentro de las estrategias de marketing digital, los medios sociales han adquirido una relevancia significativa y se han evolucionado en un escenario fundamental para atraer a la audiencia.

Educación virtual: La educación en línea, también conocida como enseñanza virtual, se refiere a la implementación de un desarrollo de enseñanza – aprendizaje realizado de manera virtual. En este formato educativo, tanto los profesores como los estudiantes pueden interactuar de manera diferente a la tradicional presencial. (GCFGLOBAL, s.f.).

En la era actual, la educación virtual o en línea ha surgido como una alternativa popular para la formación profesional y la capacitación en diversas áreas y temas, brindando conocimientos valiosos para aquellos que deseen emprender nuevos proyectos.

Google Trends: Se trata de una herramienta de acceso gratuito que posibilita el seguimiento y análisis de la variación en el volumen de búsquedas de una palabra clave específica a lo largo del ciclo. (STATION, 2020).

Esta plataforma es altamente beneficiosa para el marketing digital, ya que ofrece acceso a una amplia base de datos que brinda información sobre los temas más populares y las búsquedas más recientes en un periodo de 30 días, entre otras opciones. Esta valiosa información permite comprender lo que los consumidores están buscando en relación con los temas en los que se desea incursionar o emprender, lo cual permite diseñar estrategias efectivas para captar la atención de los consumidores.

Google Forms: Se trata de una herramienta ofrecida por Google que facilita la inventiva y publicación de formularios, los cuales resultan útiles para llevar a cabo encuestas, exámenes, registros de asistencia en cursos o capacitaciones, entre otros usos. Asimismo, brinda la capacidad de visualizar los resultados de manera gráfica. (Guzman, 2021)

Aplicación simple, útil y fácil de usar, que engloba un gran sistema para el ingreso de información, ayudando de ese modo en la automatización de procesos, además colabora para la publicación de formularios. A si mismo el poder generar una encuesta para el estudio de alguna investigación y obtener datos y resultados sea de manera más sencilla y útil.

Segmento de Mercado: Implica la subdivisión del mercado en grupos más específicos en función de características comunes y uniformes. Una definición precisa de fragmentación de mercado considera al mercado no como una entidad única e indivisible, sino como una agrupación de individuos con intereses y menesteres diferentes. (Botin, 2022).

La segmentación de mercado es el procedimiento mediante el cual una compañía divide un mercado en subgrupos y segmentos de clientes según características específicas, con el objetivo de alcanzar una ventaja competitiva a través de actividades de mercadotecnia dirigidas de manera precisa.

Emprendimiento: Se refiere a la postura y habilidad que posee una persona para principiar un nuevo proyecto basado en ideas y oportunidades. Este término es ampliamente utilizado en el contexto empresarial, ya que está vinculado a la creación de empresas, el desarrollo de nuevos productos y la novedad en general. (Significados, s.f.).

Iniciar un negocio o actividad es lo que implica el acto de emprender. En la época actual, emprender se ha vuelto una opción muy popular para generar ingresos, como respuesta al desafío del desempleo.

2.2 Fundamentos teóricos. Análisis de perspectivas de diversos estudiosos en el campo.

“El mundo cambia de manera constante por lo que las empresas deben evolucionar y no quedarse rezagadas. Es por esto por lo que el marketing digital pone a la vanguardia a los emprendedores al momento de publicitar y mostrar sus productos o servicios. Los emprendimientos deben contar con un plan de marketing que incluya las redes sociales para lograr un impacto adecuado y de esta forma poder conocer las métricas de interacciones con los clientes para promocionarse y así analizar cuál es la mejor opción de venta” (Clarkent Mackay, 2021)

En la contemporaneidad, el mercadeo digital se ha convertido en un valioso recurso para las pequeñas y medianas empresas, así como para los emprendedores. Esta herramienta les brinda la oportunidad de incursionar en mercados más amplios tanto a nivel nacional como internacional, gracias a su accesibilidad y valor añadido que aporta a la gestión mercantil, lo que se traduce en una ventaja competitiva significativa.

En Ecuador, el mercadeo digital juega un papel fundamental en el éxito y posicionamiento de los emprendimientos. Esta estrategia de gestión y organización ha demostrado obtener resultados sobresalientes al diversificar los productos o servicios de acuerdo con las demandas y necesidades de los usuarios, logrando llegar efectivamente a su conciencia y generar un impacto significativo.

“El marketing digital desempeña un papel crucial en la dinámica comercial de un negocio, ya que permite a los clientes conocer las ofertas, promociones y nuevos productos sin necesidad de estar físicamente presentes en un establecimiento o depender del personal de ventas. En la actualidad, las empresas aprovechan ampliamente el marketing digital para mantener una comunicación constante con sus clientes, implementando estrategias que contribuyen al posicionamiento de la empresa en el mercado.

Las diversas estrategias del marketing digital se han convertido en herramientas de gran relevancia para que los usuarios estén al tanto de los procesos de compra y venta de bienes y servicios, al mismo tiempo que brindan múltiples beneficios a las empresas, como el aumento de ventas, la mejora en su posicionamiento, el aumento de su nivel de competitividad y la rentabilidad.” (Georgina Encalada, 2019).

En la contemporaneidad, las compañías reconocen la importancia de invertir en marketing digital como una opción necesaria. Esta estrategia les permite promocionar y publicitar sus productos o servicios en diversos entornos digitales, llegando así a un grupo específico de usuarios con el objetivo de conseguir una mayor eficiencia y expandir hacia un mercado más amplio. De esta manera, pueden alcanzar un mejor posicionamiento frente a la competencia y obtener un mayor alcance en el mercado.

“El posicionamiento de mercado es una de las claves que permiten asegurar el éxito y la viabilidad económica de una empresa. Cuando un emprendedor busca crear una empresa debe tener claro cuál va a ser, o cuál es el posicionamiento que quiere llegar a conseguir en el mercado, respecto a la competencia de productos y marcas que también competirán por hacerse su propio hueco. La definición del

posicionamiento en el mercado de una empresa se entiende como la posición que ocupa en la mente de un consumidor frente a la competencia que también actúa en el mismo terreno de juego, ya sea con los mismos productos o con productos sustitutivos.” (Caurin, 2017)

Es fundamental tener un conocimiento profundo del mercado y realizar un análisis exhaustivo de la competencia. Esto permite precisar los espacios que se puede ocupar o enfrentar para captar la atención del consumidor. La estrategia comercial juega un papel primordial cuando se habla de lograr un posicionamiento exitoso en el mercado, ya que es una de las tareas más importantes en cualquier plan de mercadotecnia. Es importante tener en cuenta que el posicionamiento de mercado requiere que todos los aspectos perceptibles del producto, la distribución, el precio y la promoción respalden la estrategia de posicionamiento seleccionada.

“Para conseguir tus objetivos, debes definir que estrategia de posicionamiento quieres seguir y actuar en consecuencia.” (Trenza, 2022)

Toda empresa necesita definir una estrategia de posicionamiento en el mercado tanto físico como digital. Al definir una adecuada estrategia se sabrá a ciencia cierta cual es el camino más rápido, económico que permita a las empresas o emprendimientos conseguir el cumplimiento de sus metas. Toda posición en el mercado que una empresa o emprendimiento desea alcanzar debe ser rentable, es decir pensar en una adecuada inversión publicitaria buscando impulsar la marca, dando a conocer el producto o servicio al consumidor ante sus necesidades y siendo superiores a la competencia. Se debe inferir que el posicionamiento de mercado es un proceso de perfeccionamiento en el cual incrementa el valor añadido que marcará ese plus necesario ante la competencia.

3 METODOLOGÍA

3.1 Unidad de análisis

El adjunto proyecto es investigativo y aplicativo, su propósito está al tanto del posicionamiento de la empresa RETINA Publicidad Corporativa en el mercado digital a nivel Pichincha. En el desarrollo del presente proyecto, se efectuará un estudio experimental que será parte de una recolección de datos, como el desarrollo de una encuesta (elección de una pequeña muestra aleatoria), indagaciones y experiencias, casos de aplicación reales y a la vez el uso de documentos científicos de manera cualitativa. La unidad de análisis va direccionada a nuevos emprendedores a nivel Pichincha, mismo enfoque que tiene la encuesta.

Para efecto de esta investigación, se utilizará un enfoque mixto ya que se desarrollará tanto investigaciones cuantitativas como cualitativas.

3.1.1 Cuantitativa:

La investigación cuantitativa permite determinar la información obtenida por el investigador.

La pesquisa cuantitativa es un enfoque sistemático para compendiar y considerar información proveniente de diversas fuentes. Este método utiliza herramientas estadísticas y matemáticas para mensurar el problema de investigación. En el contexto corporativo, la investigación cuantitativa puede contribuir a perfeccionar productos y servicios, así como a tomar decisiones imprescindibles e informadas que permitan alcanzar los objetivos establecidos. En términos generales, implica solicitar a las personas que compartan sus opiniones de manera estructurada, lo que permite obtener datos y padrones concretos para dirigir y obtener resultados estadísticamente confiables. (Ortega, 2019).

El procedimiento que se realizará para la investigación cuantitativa será probabilístico, mediante el uso de encuesta digital, dirigido a personas que se encuentren relacionadas con el mercado digital, rotulación e imagen corporativa a nivel Pichincha. Pretendo aplicar la encuesta a través de métodos tecnológicos, es decir mediante redes sociales, lo cual dará la opción y facilidad de recolección de datos y se llegará al mercado objetivo de manera más eficiente.

3.1.2 Cualitativa:

La pesquisa cualitativa se emplea para discernir como los individuos experimentan el mundo que los rodea. Los examinadores optan por este enfoque para interpretar y explicar el proceder, las motivaciones y las características de un grupo objetivo. En el ámbito empresarial, la investigación cualitativa también se utiliza para conocer las opiniones de un grupo específico con nuevas ideas de productos o servicios, o simplemente para catar algo. Este tipo de investigación proporciona información detallada y enriquecedora

sobre apreciaciones, emociones e interacciones entre las personas. Permite adentrarse en aspectos más profundos y obtener una comprensión más totalizante de la experiencia humana. (QuestionPro, 2019).

Para aplicar dicha investigación en el desarrollo del proyecto, se realizó entrevistas en línea con personas relacionadas o que empiezan a incursionar en el mercado digital, rotulación e imagen corporativa, de esta manera se obtuvo datos e información de que tan aceptable sería en un inicio el proyecto y el interés que el cliente le pone a los temas relacionados al objetivo de este proyecto.

3.2 Métodos para emplear.

El método de investigación que se usó es el empírico, a través de una encuesta como método complementario, lo que permitió establecer características de manera precisa y sistemática del mercado de estudio, en donde se responderá preguntas de tipo cerradas para obtener datos cuantitativos precisos y de fácil análisis a través de su descripción.

Las siguientes variables definen claramente la manera como se observó y midió cada característica del presente proyecto:

3.2.1 Variable Independiente: Estrategias Digitales

Se considera que una estrategia digital puede describirse como el conjunto de acciones que una compañía u organización lleva a cabo con el objetivo de acrecentar su presencia y significación en medios digitales, tales como redes sociales, sitios web e incluso en motores de búsqueda como Google.

3.2.2 Variables Dependientes: Posicionamiento en el mercado digital

El posicionamiento implica el proceso de lograr que una marca ocupe un lugar destacado en la mente de los clientes. Al referirse al posicionamiento digital, se dirige a la manera en que se construye una audiencia en línea.

3.2.3 Hipótesis:

La ejecución efectiva de estrategias de mercadotecnia digital jugará un papel fundamental en el posicionamiento de la empresa RETINA Publicidad Corporativa en el mercado digital, específicamente a través del proyecto RETINACADEMY a nivel Pichincha.

La fórmula matemática que se utiliza para el análisis, estudio y obtención de la muestra es:

$$\frac{N * Z^2 * p * (1 - p)}{(N - 1) * e^2 + Z * p * (1 - p)}$$

La población considerada para el estudio del proyecto será compuesta por las empresas actualmente activas y registradas a nivel Pichincha.

La provincia de Pichincha se destaca como la segunda en cuanto al mayor número de organizaciones activas en el territorio. Con alrededor de 20.500 empresas, representa aproximadamente el 32% del total de empresas ecuatorianas. (AVAL, 2019).

Se considera dicha población ya que todos los emprendimientos, pequeñas, medianas y grandes empresas requieren rotulación e imagen corporativa, a la vez la necesidad de adquirir cursos para un mayor conocimiento y mejor desarrollo en el mercado.

Tabla 1. Información necesaria para el cálculo de la muestra.

INFORMACIÓN PARA EL CÁLCULO DE LA MUESTRA	
Población N.	20500
Nivel de confianza.	95%
Parámetros crítico (Z)	1,96
Proporción de aceptación (p)	0,5
Error máximo (e)	8%
Muestra (n)	149

Fuente: Elaboración Propia

$$\frac{N * Z^2 * p * (1 - p)}{(N - 1) * e^2 + Z * p * (1 - p)}$$

$$\frac{20500 * (1.96)^2 * 0.5 * (1 - 0.5)}{(20500 - 1) * (0.08)^2 + 1.96 * 0.5 * (1 - 0.5)}$$

N= 149.51

3.3 Determinación de los requerimientos de información. Fuentes de información primarias o secundarias.

La fuente de primera mano del proyecto que se desarrolla, son los nuevos emprendedores e interesados en temas de publicidad, mercado digital, rotulación e imagen corporativa a nivel Pichincha, a los que va dirigido la encuesta. Con esta fuente permite obtener los resultados necesarios para verificar la aceptabilidad que tendría RETINACADEMY como un proyecto de formación emprendedora en la actualidad, además las estrategias que como empresa se debería tomar para incrementar el posicionamiento en el mercado digital y físico.

3.4 Métodos de evaluación de los procesos.

Para llevar a cabo el proyecto en cuestión, se emplearán las siguientes metodologías:

Encuesta: La encuesta será elaborada para empresas y emprendedores que se localizan en las redes sociales y físicamente en sus instalaciones, mediante esta técnica se conocerán las características e información más relevante que tienen los emprendedores y empresas. La encuesta se aplicará por medio digital.

Ficha de observación: Mediante el uso de esta técnica, se obtendrá mejores datos sobre la competencia, es decir información relevante sobre productos y servicios que ofrecen otras empresas dentro del mercado de rotulación e imagen corporativa referente a precio, plaza, promoción.

Sondeos: Se utilizará una sola pregunta de respuesta rápida para saber lo que puede aceptar la gente de forma inmediata y a partir de ello se podrá comparar con las respuestas de encuestas y cuestionarios para determinar la eficacia o veracidad de una respuesta.

3.5 Recursos utilizados para analizar e interpretar la información recopilada.

Herramientas digitales, que se usó para la recolección e interpretación de datos las cuales serán mediante Google trends y Google forms.

Google Trends: Ofrece acceso a una muestra de solicitudes de búsqueda reales realizadas en Google, sin filtros en su mayoría. Esta información es anónima, no identifica a las personas de manera personal, y está organizada en categorías según el tema de los asesoramientos de búsqueda. Los datos proporcionados son agregados, es decir, se presentan de forma agrupada. Mediante esta herramienta, es posible visualizar el nivel de interés que los usuarios han mostrado hacia un tema en particular, tanto a nivel global como a nivel de una ciudad específica. (GOOGLE, s.f.).

Google Forms: Google ofrece una herramienta llamada Formularios, que brinda a los usuarios la posibilidad de crear y compartir formularios de manera sencilla y económica. Estos formularios resultan útiles para llevar a cabo encuestas, exámenes y controlar la asistencia en cursos, entre otras funciones.

Además, la herramienta permite visualizar los resultados en gráficos, lo que facilita el análisis y comprensión de la información recopilada. (GUZMAN, s.f.).

4 RESULTADOS.

En este proyecto, a continuación, se presenta los efectos obtenidos durante la realización de la encuesta.

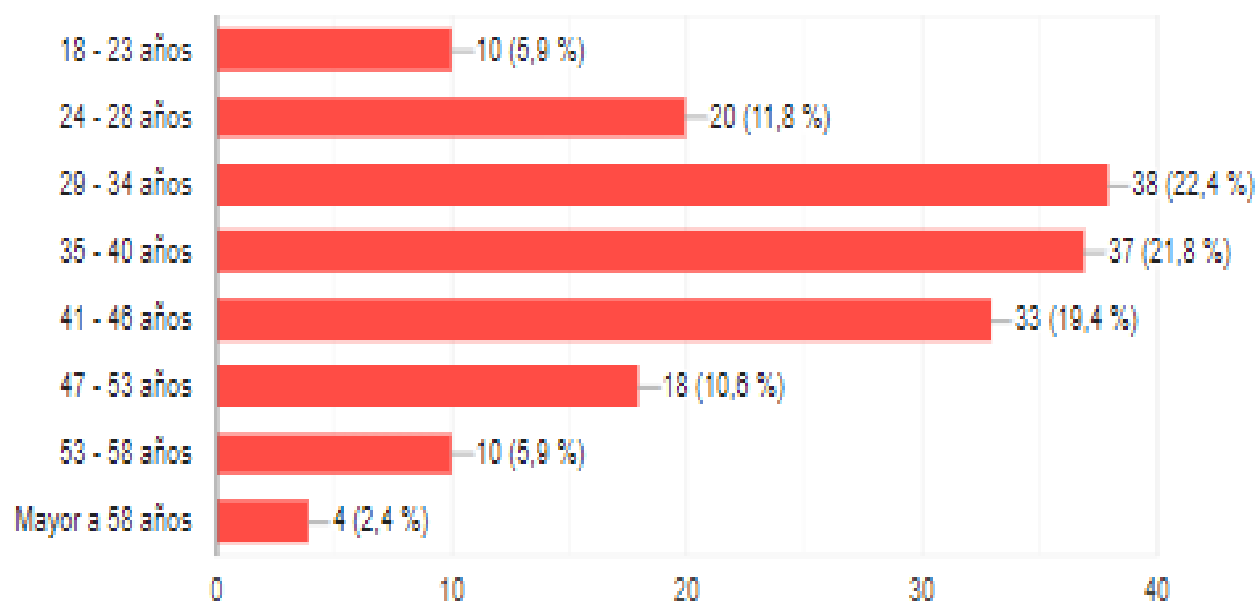
Se obtiene 149 repuestas a la encuesta publicada en Google forms, se cumple con el resultado de la muestra, de emprendimiento activos a nivel Pichincha en el mercado de rotulación y publicidad corporativa.

RETINACADEMY es un ambiente virtual donde los consumidores, nuevos emprendedores y empresarios pueden interactuar y aprender del campo de rotulación e imagen corporativa. Este proyecto surge con la determinación de lograr un posicionamiento sólido en el mercado y expandir el alcance empresarial con el objeto de generar ingresos tanto a través de los productos existentes como mediante la inventiva de nuevos productos digitales.

A continuación, se detalla cada pregunta realizada en la encuesta y el resultado obtenido en tabulación de respuestas.

¿Qué rango de edad tienes?

Ilustración 1. Rango de edad encuestados.

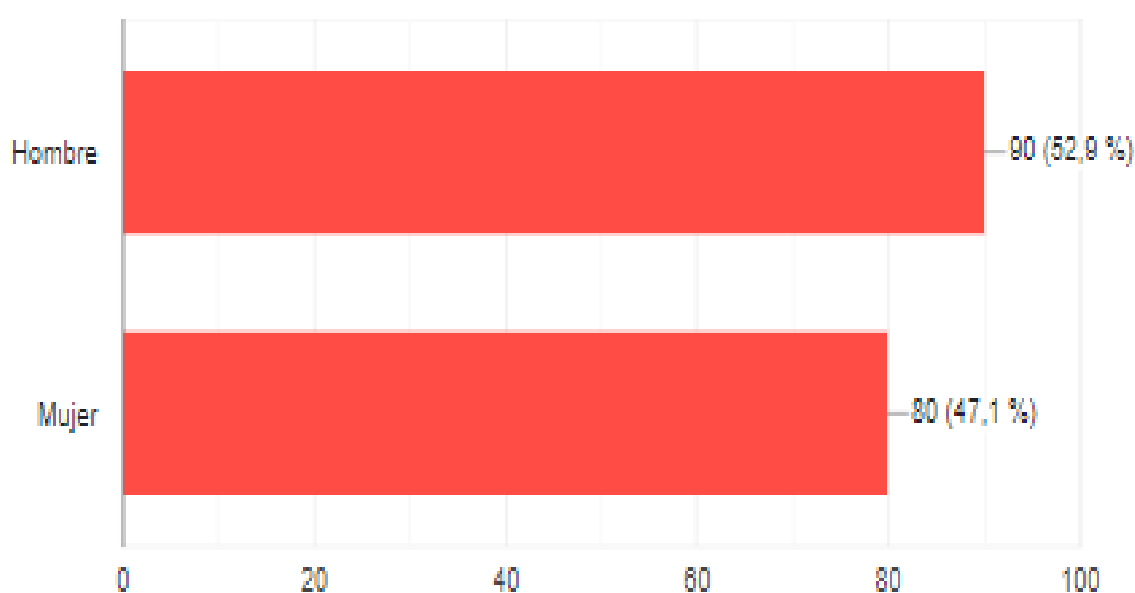


Elaborado por: Jonathan Erazo, 2023

Interpretación: Del análisis de 149 encuestas realizadas, se determinó que el 22.4% corresponde a individuos con edades comprendidas entre 29 y 34 años, lo que equivale a aproximadamente 38 personas dentro de ese rango. Esta información resulta valiosa para comprender la distribución de edades en la muestra encuestada. El análisis de estos datos proporciona información relevante que facilita la toma de decisiones fundamentadas para el proyecto, el cual se enfoca específicamente en este grupo etario.

¿Con qué género te identificas?

Ilustración 2. Género de los encuestados.

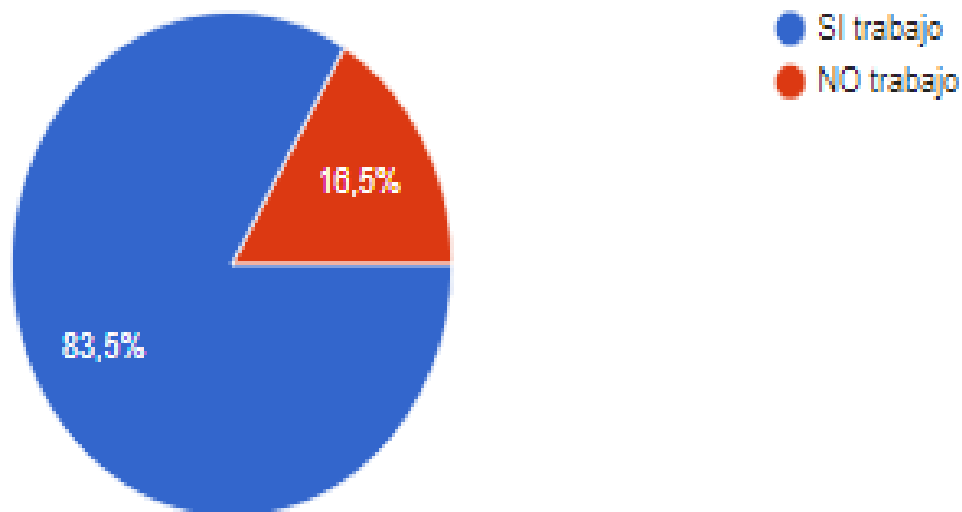


Elaborado por: Jonathan Erazo, 2023

Interpretación: El resultado indica que, de las 149 personas encuestadas, el 52.9% de ellas son del género masculino que participan en actividades relacionadas con la rotulación y publicidad corporativa. Es decir, de las 149 personas encuestadas, aproximadamente 90 son hombres involucrados en este tipo de actividades. Esta información es útil para comprender mejor la participación de género en el campo de la rotulación y publicidad corporativa y puede ser útil para orientar los esfuerzos de marketing y publicidad en el proyecto a desarrollar.

¿Actualmente mantienes un trabajo estable?

Ilustración 3. Estabilidad Laboral.

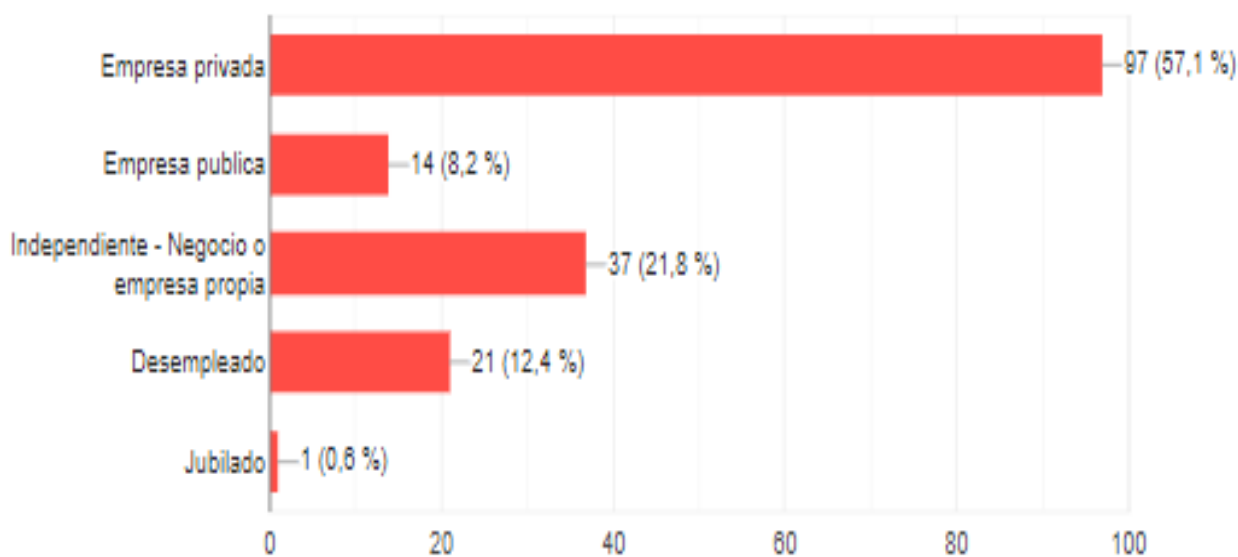


Elaborado por: Jonathan Erazo, 2023

Interpretación: El resultado obtenido por las 149 encuestas a nivel nacional, 83,5% tienen un trabajo fijo. En otras palabras, de 149 personas que respondieron la encuesta, alrededor de 142 tienen un trabajo estable. Este resultado permite identificar una mejor comprensión de la situación laboral de la población estudiada y puede ser un indicador general de la coyuntura económica nacional. Sin embargo, importante señalar el resultado solo aplica a la muestra estudiada y no puede extrapolarse a la población general del Ecuador. En general, un trabajo estable se considera un trabajo que ofrece cierta seguridad laboral y beneficios, como un contrato de trabajo a largo plazo, seguro de salud, beneficios.

¿En qué sector se encuentra tu ocupación principal?

Ilustración 4. Sector en que desarrolla la ocupación principal.

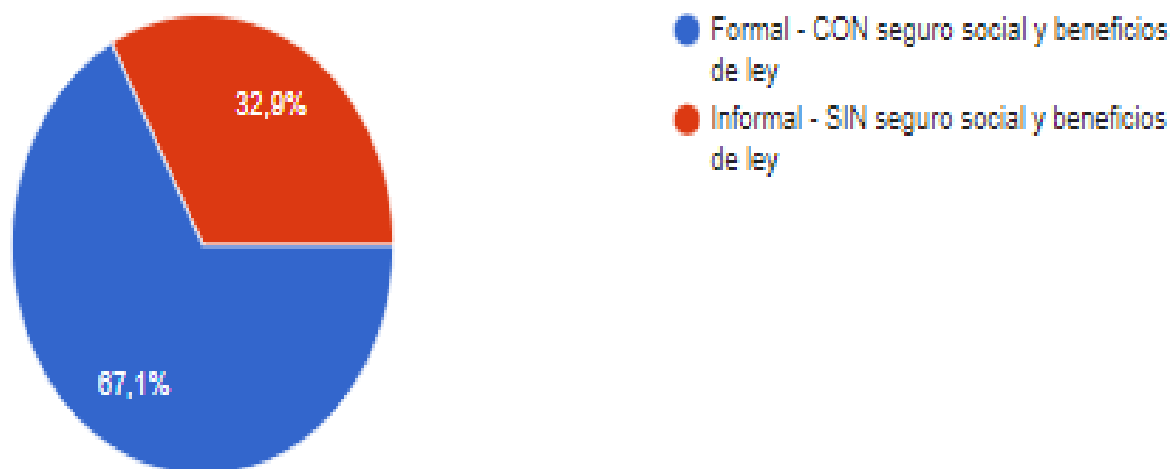


Elaborado por: Jonathan Erazo, 2023

Interpretación: El resultado indica que, de las 149 encuestas obtenidas a nivel nacional, el 57.10% de las personas trabajan en empresas privadas a nivel nacional. Es decir, las 149 personas que participaron en la encuesta, aproximadamente 97 laboran en el sector privado del país. Es de suma utilidad, para comprender mejor la distribución de empleo entre el sector público y privado ecuatoriano y puede ser un indicador de la economía del país. Además, es importante considerar que el sector privado puede ser muy diverso, y las empresas pueden variar en tamaño, industria, y nivel de desarrollo. Por lo tanto, el resultado puede no reflejar las condiciones laborales específicas en diferentes tipos de empresas privadas.

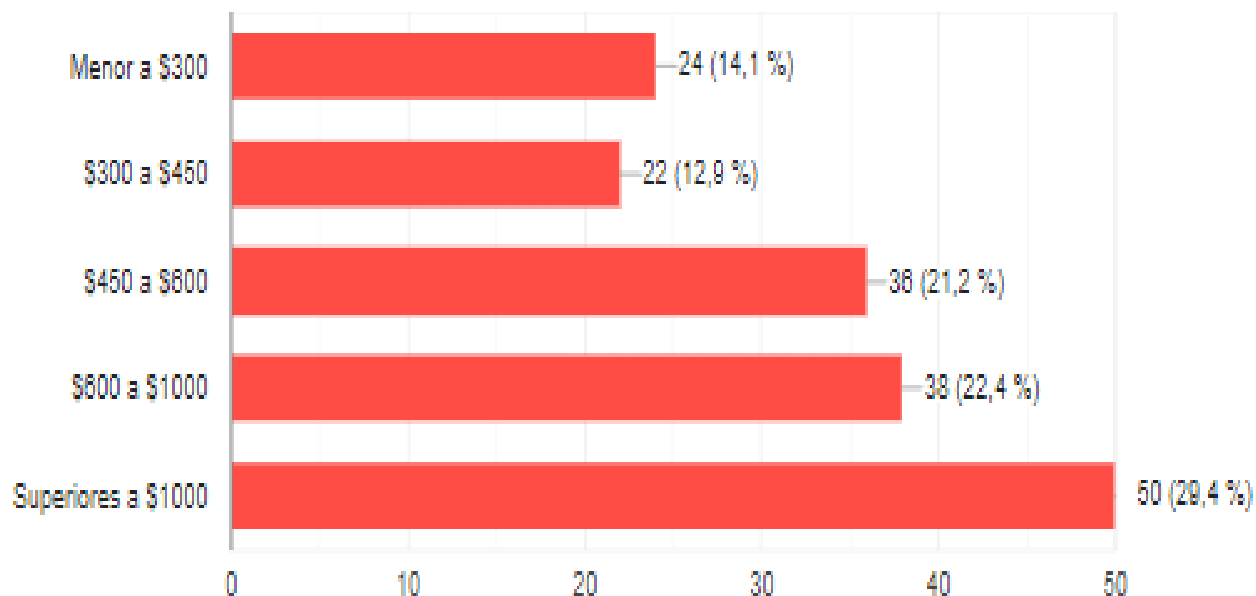
Su empleo actual es:

Ilustración 5. Ocupación laboral actual.



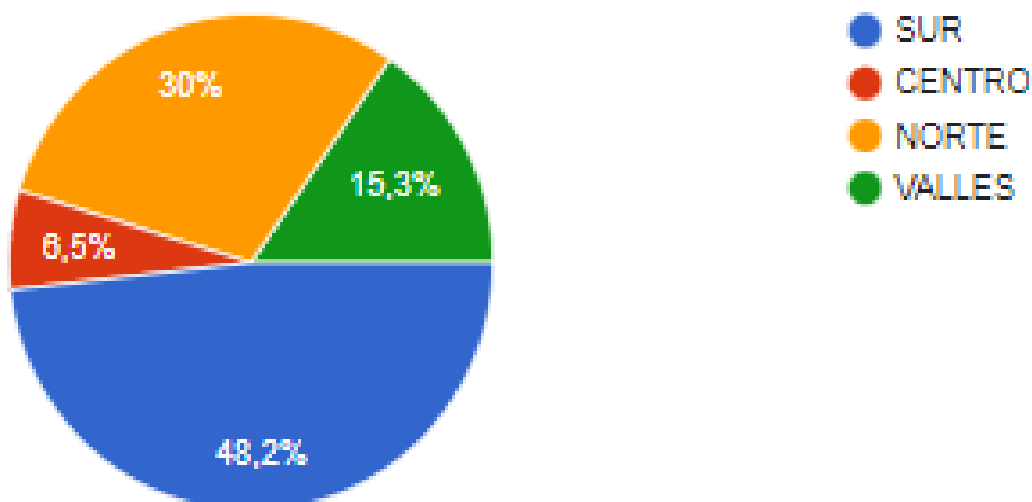
Elaborado por: Jonathan Erazo, 2023

Interpretación: El análisis de 149 encuestas a nivel nacional revela que el 67.10% de los encuestados cuenta con empleo formal, el cual incluye seguridad social y prestaciones legales. En contraste, el 32.9% trabaja en empleos informales sin estas protecciones laborales. Estos resultados indican que la mayoría de los encuestados tienen empleos formales que les brindan beneficios como seguridad social y otros incentivos empresariales. Sin embargo, es importante destacar que una parte significativa de los encuestados trabaja en empleos informales que carecen de estas protecciones laborales. Cabe resaltar que estos resultados son aplicables solo a la muestra estudiada y no pueden extrapolarse a la población nacional en su totalidad. No obstante, si la muestra es representativa y fue seleccionada al azar, los resultados de la encuesta pueden ofrecer una imagen precisa de la situación laboral a nivel nacional. Es relevante señalar que acceder a empleos formales, con seguridad social y beneficios legales, es fundamental para garantizar la seguridad económica y el bienestar de las personas, mientras que trabajar en la economía informal puede exponer a los trabajadores a la falta de importantes protecciones laborales. Estos hallazgos pueden ser de gran utilidad para informar políticas y estrategias destinadas a mejorar las condiciones laborales y reducir el trabajo informal a nivel nacional, dentro del marco del proyecto en desarrollo.

Sus ingresos mensuales van entre: (Valores en dólares americanos)*Ilustración 6. Rango de ingresos económicos mensuales.*

Elaborado por: Jonathan Erazo, 2023

Interpretación: El resultado refleja que, de las 149 encuestas realizadas mediante Google forms a nivel nacional, el 29.4% de las personas que llenaron la encuesta se encuentran en el rango de ingresos económicos mensuales superiores a 1000 dólares americanos. Esto significa que aproximadamente 50 personas de la muestra encuestada tienen ingresos económicos mensuales superiores a 1000 dólares americanos. Este resultado puede ser interpretado como que una minoría de la población encuestada cuenta con un nivel de ingresos relativamente alto. Además, es importante considerar que la situación económica del país puede ser compleja y que el resultado de la encuesta puede no reflejar las condiciones económicas de todos los grupos demográficos. A pesar de que el país enfrenta un panorama económico desafiante, es posible que algunas personas y empresas hayan sido menos afectadas por la crisis que otras. En general, este resultado puede proporcionar una imagen parcial de la situación económica en Ecuador y puede ser útil para tomar decisiones y activar estrategias con el objetivo de regenerar la distribución de ingresos y disminuir la brecha económica, que es el propósito que se persigue con la ejecución del proyecto denominado RETINACADEMY en el ámbito del mercado digital.

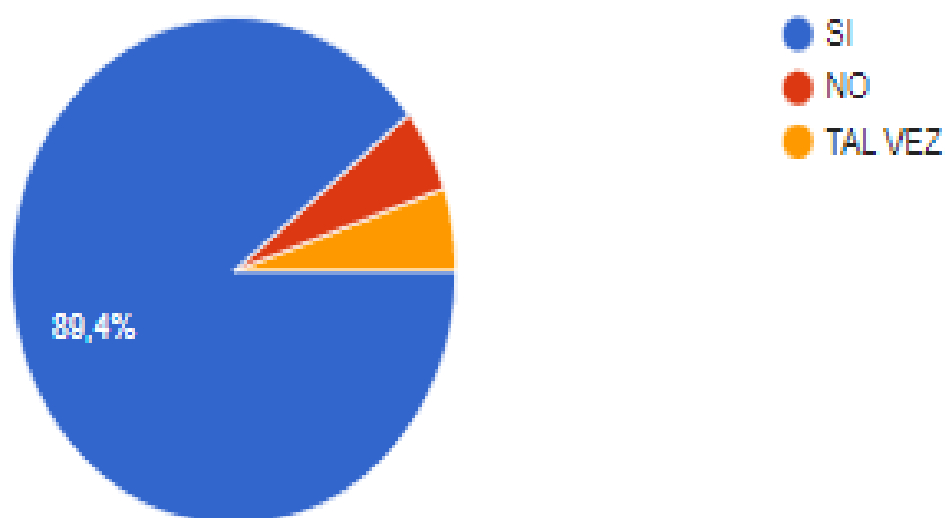
Sector de la ciudad donde reside:*Ilustración 7. Sector de Residencia nacional.*

Elaborado por: Jonathan Erazo, 2023

Interpretación: El resultado muestra que, de 149 personas encuestadas a nivel nacional, 48,2% viven en las regiones del sur de Quito. Esto significa que aproximadamente 82 personas participantes en el estudio viven en zonas sur de la zona. Este resultado puede interpretarse como que una parte importante de la población estudiada vive en el sur del territorio. Además, es importante considerar que el resultado del estudio puede no reflejar las condiciones sociales, económicas o culturales de todas las regiones del país, debido a que puede haber diferencias importantes en diferentes partes a nivel nacional. En general, este resultado puede ser muy útil para comprender mejor la distribución geográfica de la población estudiada y puede usarse para generar estrategias dentro del mercado digital que tengan en consideración las necesidades y punto de vista de los individuos que residen en el sur de la ciudad, y de esa manera poder seguir generando el posicionamiento de la empresa RETINA Publicidad Corporativa a nivel Pichincha mediante el proyecto a desarrollar denominado RETINACADEMY dentro del mercado digital.

¿Considera usted que conocer el modo de fabricación de un producto genera más confianza en el cliente final?

Ilustración 8. Familiaridad con el proceso de producción del producto o servicio que se ofertará en el mercado.



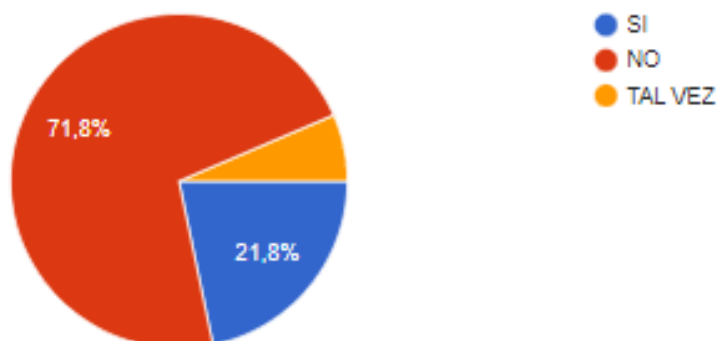
Elaborado por: Jonathan Erazo, 2023

Interpretación: El resultado muestra que el 89,4% de 149 encuestados a nivel nacional, consideran que es necesario saber cómo se elabora un producto o servicio para aumentar la confianza en la marca. Esto significa que aproximadamente 131 de los encuestados creen que saber cómo se produce un producto o servicio es importante para generar confianza en la empresa la cual la está ofertando. Este resultado puede interpretarse como que la gran mayoría de los encuestados considera importante conocer cómo se produce un producto o servicio para originar una mayor credibilidad y confianza. Es probable que los encuestados entiendan que conocer los detalles de cómo se fabrica un producto o servicio les permite tomar decisiones más informadas y les da una mayor sensación de control y seguridad en el proceso de compra. Dentro del mercado digital en el cual se desarrollará el presente proyecto, la ventaja de hacer un producto o servicio es saber que se podrá aumentar la seguridad del cliente en el mercado y en el producto o servicio. Al proporcionar información detallada sobre cómo se fabrica lo que se ofrece en el mercado hacia el cliente potencial y nuevos clientes, la empresa puede manifestar su compromiso con la calidad y la transparencia, lo que puede contribuir a atraer y conservar a los clientes. Además, al generar confianza en el cliente, la empresa RETINA Publicidad Corporativa, puede construir una imagen de marca sólida y mantener la fidelidad del cliente a largo plazo. En conclusión, el resultado obtenido sugiere que conocer cómo se produce un producto o servicio es valioso para la mayoría de los encuestados y puede tener

importantes beneficios en el mercado digital y físico al cual se pretende alcanzar a nivel nacional ya que puede aumentar la confianza del cliente y mejorar el concepto de la empresa.

¿Conoce usted o ha escuchado hablar de la empresa RETINA Publicidad Corporativa?

Ilustración 9. Indagación de la marca en el mercado nacional.



Elaborado por: Jonathan Erazo, 2023

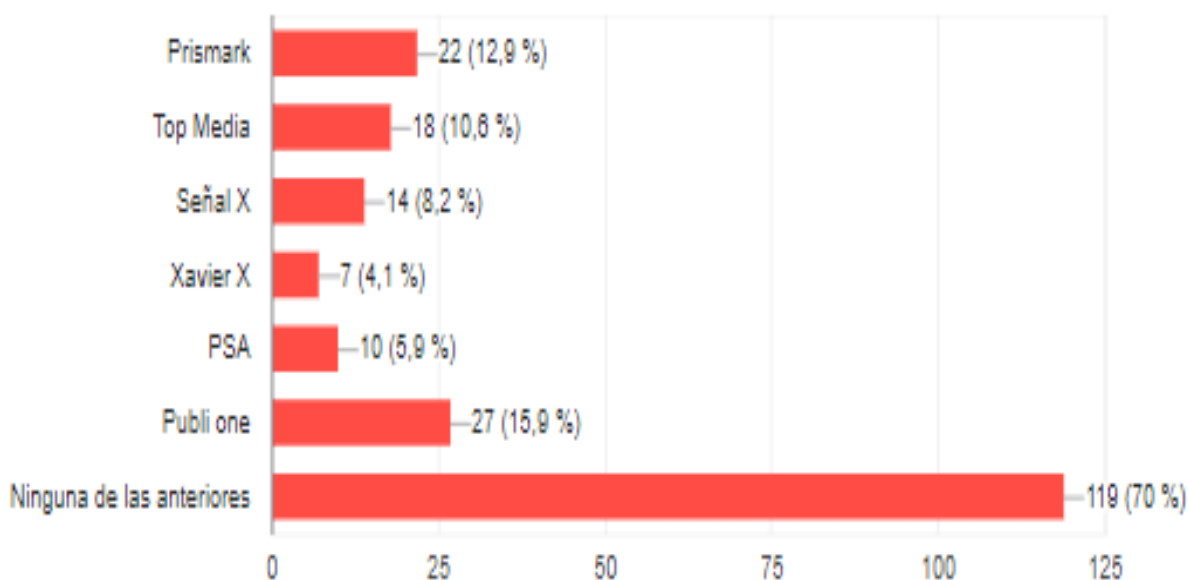
Interpretación: El resultado obtenido indica que la generalidad de las personas encuestadas que representa el 71.8%, no conocen sobre la empresa RETINA Publicidad Corporativa. Esto puede deberse a varios factores, como una falta de publicidad efectiva, falta de presencia en ambientes digitales, o simplemente una falta de reconocimiento de la marca. El aumento del posicionamiento de la empresa en el mercado físico y digital a nivel nacional, se sugiere algunas estrategias:

- **Campañas publicitarias:** Es posible implementar una estrategia de mercadotecnia y publicidad digital o en medios de comunicación tradicionales para acrecentar la visibilidad de la marca. Es importante que la publicidad sea clara y se centre en los beneficios que ofrece la empresa a sus clientes, a la vez se puede anclar al proyecto que se desarrolla en el presente trabajo.
- **Presencia digital:** Es importante que la empresa tenga una presencia sólida en ambientes digitales, mediante la inventiva de una página web bien diseñada y disposición en redes sociales ya que es lo que hoy en día está dando un mayor impulso a las empresas y nuevos emprendimientos. Esto permitirá a la empresa alcanzar a un público más vasto y aumentar su visibilidad en el mercado digital.
- **Alianzas estratégicas:** La empresa podría considerar establecer alianzas con otras empresas del sector para ofrecer paquetes de servicios más completos y así alcanzar a un público más amplio.

Se considera, para perfeccionar el posicionamiento de RETINA Publicidad Corporativa en el mercado ecuatoriano, es importante llevar a cabo una estrategia integral que incluya publicidad efectiva y una mayor presencia en el mercado digital.

¿Cuál de estas empresas de rotulación y publicidad conoce usted o ha escuchado hablar alguna vez?

Ilustración 10. Reconocimiento de la competencia en el mercado.



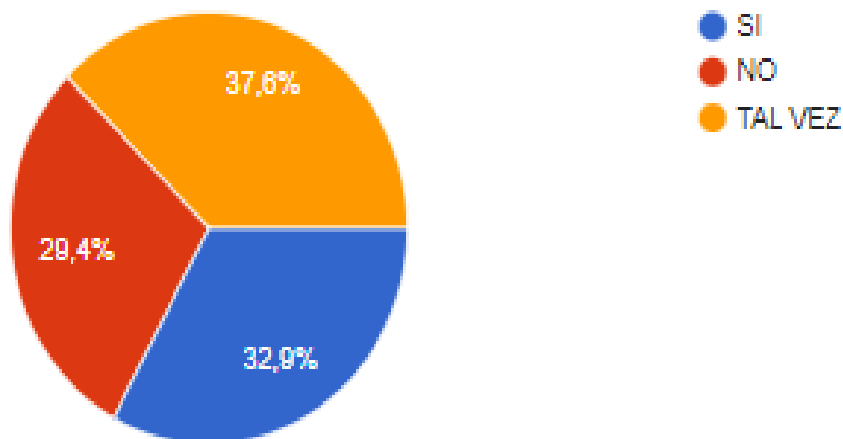
Elaborado por: Jonathan Erazo, 2023

Interpretación: El efecto de la encuesta muestra que la mayoría de los encuestados en un 70% no conocen ninguna empresa de rotulación y publicidad detallada en la pregunta analizada. Esto puede indicar que el mercado carece de conocimiento de alternativas, o que las empresas no están haciendo lo suficiente para promocionarse y darse a conocer. Por otro lado, se puede interpretar como una información de análisis que el 15,9% de los encuestados conocen o han oído hablar de Publi one. Esto refleja que Publi one ha logrado crear un cierto nivel de entendimiento de su marca y servicios dentro del mercado nacional.

Sin embargo, es importante tener en cuenta que conocer Publi one 9/15 deja a la gran mayoría de las personas sin conocer esta empresa en particular o cualquier otra marca y empresa publicitaria. Por lo tanto, las empresas en el campo tienen la oportunidad de desarrollar su estrategia de marketing y publicidad para conseguir a una audiencia más amplia y agrandar el conocimiento de sus servicios. En general, este resultado sugiere que las empresas ecuatorianas de rotulación y publicidad pueden beneficiarse de una estrategia de marketing más positiva y una mayor inversión en publicidad y promoción de ventas para mejorar su visibilidad y conocimiento en el mercado.

¿En base al factor socioeconómico actual del país estaría usted dispuesto a abandonar su trabajo por emprender su propio negocio?

Ilustración 11. Opción de emprendimiento como fuente de ingreso principal.



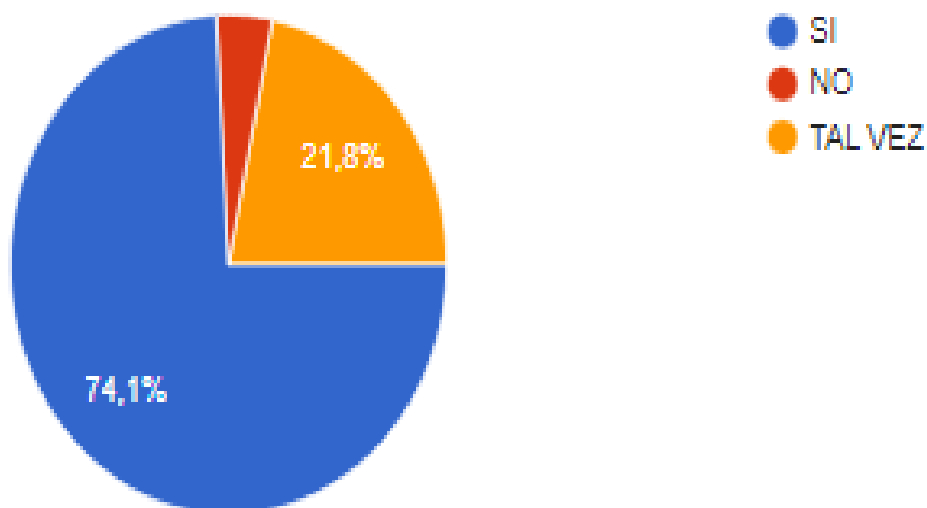
Elaborado por: Jonathan Erazo, 2023

Interpretación: Del 100% de encuestados un 37.6% de 149 personas encuestadas estarían considerando emprender como una opción ante los factores socioeconómicos actuales en Ecuador. Esto representa que hay un interés significativo en el emprendimiento como posible solución a los conflictos económicos que afrontan los ecuatorianos. Sin embargo, es importante tener en cuenta que este resultado no necesariamente refleja la proporción de personas que realmente tomarán medidas para iniciar un emprendimiento. Algunas personas pueden haber respondido de manera positiva en la encuesta, pero pueden no tener los recursos o habilidades necesarias para llevar a cabo un emprendimiento exitoso.

En general, el resultado de la encuesta sugiere una oportunidad potencial para fomentar el emprendimiento y brindar apoyo a aquellos que están interesados en explorar esta opción como una alternativa de carrera o de ingresos en el contexto actual de Ecuador. RETINACADEMY es un proyecto digital enfocado a incentivar aquellos emprendedores y nuevos emprendedores que buscan el crecimiento de sus negocios o aquella ayuda necesaria para tener las directrices de como poder realizarlo, en especial es un proyecto que ayuda mediante la experiencia adquirida aquellos emprendimientos vinculados al mercado de rotulación y publicidad corporativa y aquellas personas que desean incursionar en dicho mercado.

¿Si aprende paso a paso un modelo de negocio altamente rentable estaría dispuesto a emprender?

Ilustración 12. Adquirir conocimiento necesario para llevar a cabo un emprendimiento como opción de crecimiento personal.



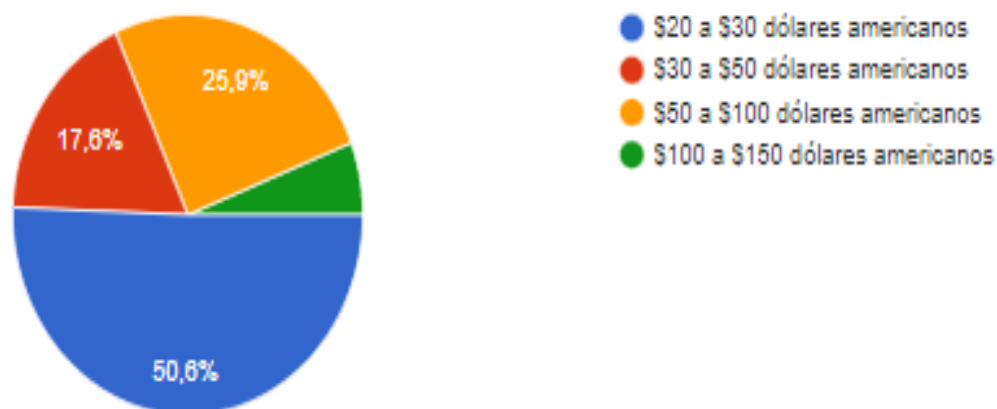
Elaborado por: Jonathan Erazo, 2023

Interpretación: El resultado de la encuesta muestra que 74.10% de las 149 personas que participaron en la encuesta, estarían dispuestas para tomar acción si tuvieran la oportunidad de aprender paso a paso un modelo de negocio muy rentable. Este resultado sugiere que existe un alto interés en aprender y adquirir ciertos conocimientos que pueden ayudar a los encuestados a tener éxito en los negocios o emprendimientos. Es importante destacar que la disposición de los encuestados a aprender paso a paso muestra una actitud positiva hacia el aprendizaje continuo y el desarrollo personal. Este es un semblante muy importante desde el enfoque del éxito empresarial, RETINA Publicidad Corporativa ante el resultado debe considerar el estar preparado para adquirir nuevas habilidades y conocimientos para seguir siendo competitivos en el mercado.

El resultado del estudio muestra la posibilidad de brindar capacitación en el tema de modelos de negocios rentables que puedan promover y apoyar el emprendimiento en estudio. Además, el resultado indica que los encuestados están listos para tomar la iniciativa y ser activos en el aprendizaje por sí mismos, la actitud hacia el éxito en el posicionamiento de la empresa RETINA Publicidad Corporativa en los mercados digitales y físicos es positiva.

¿Cuál es el valor que destinaria usted para un curso de aprendizaje virtual?

Ilustración 13. Valor monetario que los clientes estarían dispuestos a invertir en cursos en línea.

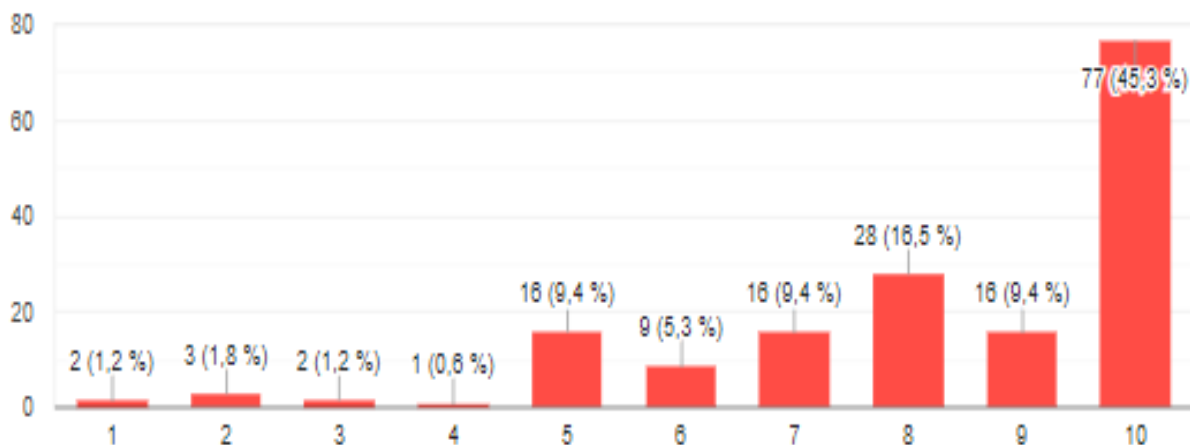


Elaborado por: Jonathan Erazo, 2023

Interpretación: La consecuencia de la encuesta indica aproximadamente la mitad de encuestados estarían dispuestos a invertir en un rango de 20 a 30 dólares americanos en cursos de aprendizaje en ambiente virtual. Esto permite a RETINA Publicidad Corporativa identificar que existe un mercado potencial para un negocio de capacitaciones virtuales en rotulación y publicidad corporativa que es lo que se busca impulsar mediante el presente proyecto RETINACADEMY a nivel Pichincha, y que un precio en ese rango podría ser atractivo para una parte significativa de los consumidores. Sin embargo, para determinar la factibilidad de la rentabilidad del negocio en proceso referente a las capacitaciones virtuales en rotulación y publicidad corporativa, es necesario considerar otros factores además del interés de los encuestados y el precio que estarían de acuerdo con pagar. Algunos de estos factores pueden incluir la competencia palpable en el mercado, la calidad y relevancia de los cursos ofrecidos, los costos de producción y distribución, y las estrategias de marketing y promoción utilizadas para atraer y retener clientes además de obtener una aceptable interacción con la plataforma que se ofrecerá.

¿Qué tan importante considera que sea el conocimiento acerca de marcas corporativas?

Ilustración 14. Importancia de conocer marcas corporativas.

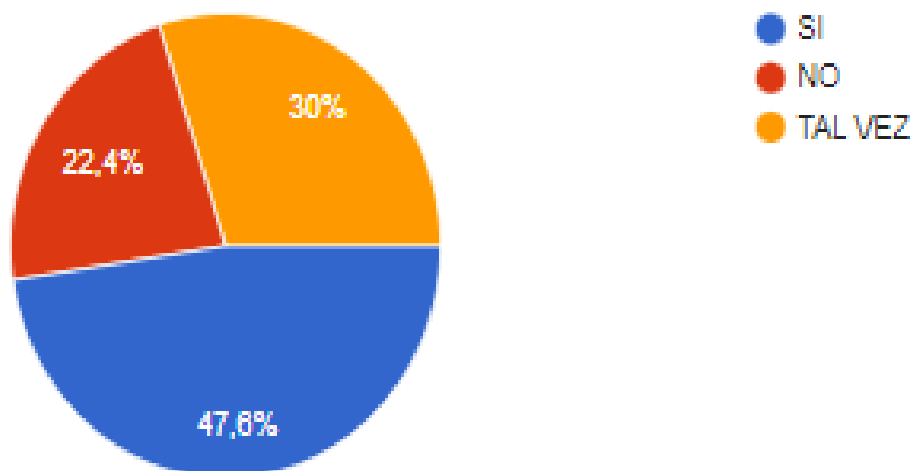


Elaborado por: Jonathan Erazo, 2023

Interpretación: Se obtiene un resultado de la encuesta en el rango de 1 a 10 siendo 1 poco importante y 10 muy importante donde indica que el 45.3% de los encuestados consideran muy importante conocer acerca de marcas corporativas. Esto refleja que un porcentaje significativo de la muestra valora la importancia de conocer sobre la imagen de marca y su impacto en el triunfo de una compañía. Esto es importante en un entorno empresarial rivalizante, donde la invención y gestión efectiva de una marca puede ser clave al diferenciarse de la competencia y atraer a los clientes nacionales. Adquirir conocimientos sobre marcas corporativas puede ser de gran ayuda para las personas al tomar decisiones informadas como consumidores, inversores o empleados. Además, resulta valioso para aquellos interesados en desarrollar habilidades en el ámbito del marketing y la gestión de marcas.

¿Tomaría usted un curso en línea para capacitarse en el área de rotulación y publicidad?

Ilustración 15. Aceptación de curso en línea en tema de rotulación y publicidad.

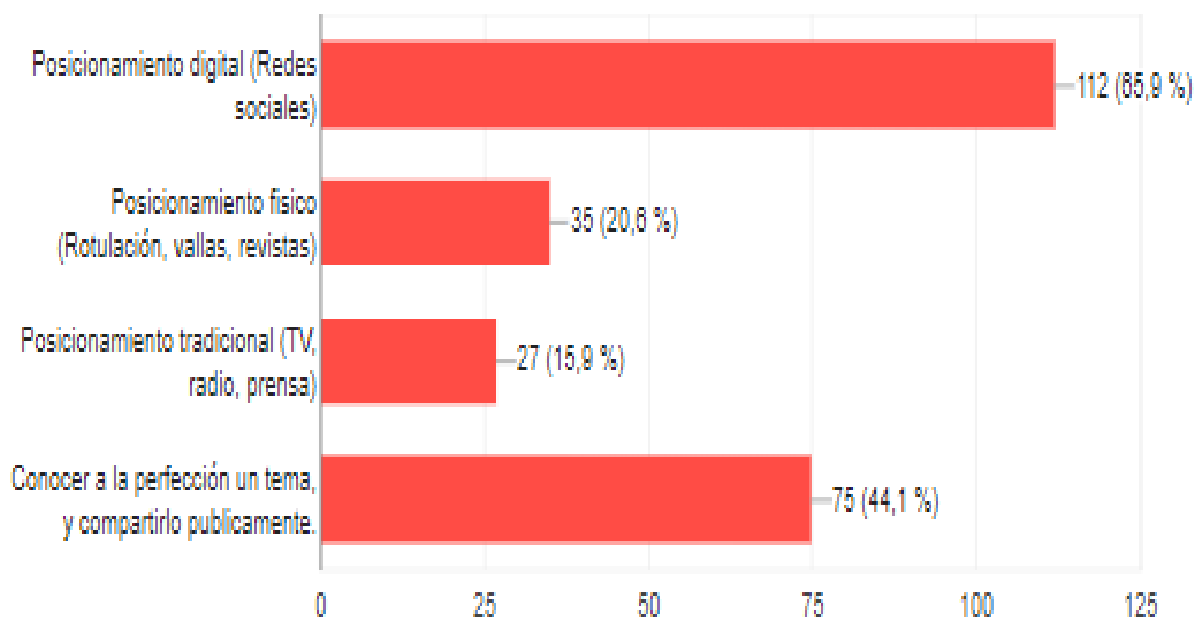


Elaborado por: Jonathan Erazo, 2023

Interpretación: El resultado que se obtiene en la encuesta muestra que el 47,6% de los encuestados estaría dispuesto a seguir cursos en línea para capacitarse y conocer temas en rotulación y publicidad a nivel Pichincha. Esto sugiere que existe un interés significativo en la educación en línea en la industria y que existe un mercado potencial para el programa RETINACADEMY que la empresa RETINA Publicidad Corporativa lleva en proceso a través del presente plan para la enseñanza en línea y los cursos publicitarios a nivel Pichincha. Este resultado también muestra que el aprendizaje en línea puede ser una opción atractiva para algunas personas, ya sea por conveniencia, flexibilidad o accesibilidad. En particular, la formación online puede ser una opción útil para aquellos que no tienen acceso a cursos presenciales o que quieren aprender a su ritmo desde la correlación de su casa u oficina, además con la disponibilidad de su tiempo.

¿Qué considera usted que debe tener una empresa, para ser referente de su mercado?

Ilustración 16. Temas de consideración para sobresalir ante la competencia.



Elaborado por: Jonathan Erazo, 2023

Interpretación: El resultado de la encuesta muestra que, el 65,9% de los que respondieron consideran importante una posición digital, particularmente en el entorno de las redes sociales, para que la compañía sea un punto de referencia en su mercado. Esto sugiere que la mayoría de los encuestados ven las redes sociales como un instrumento valioso donde las empresas aumentan su existencia en línea y lleguen a su público objetivo. Se vincula con la realidad actual del mercado, donde las redes sociales son parte integral de la estrategia de marketing y comunicación de la mayoría de las empresas. Las redes sociales brindan una plataforma para que las organizaciones se anuncien a sus clientes, promuevan productos o servicios y creen una marca fuerte y coherente.

4.1 Propuesta de ideas innovadoras basadas en las siguientes modalidades:

4.1.1 Procesos altamente innovadores.

Desarrollar un programa de aprendizaje continuo en línea que posibilite a los estudiantes aprender de manera más flexible y adaptada a sus necesidades. Con varios módulos que les permita aprender a diseñar y fabricar rótulos utilizando inicialmente herramientas simples de fácil acceso, hasta herramientas y maquinaria de última generación, lo que permitiría a los estudiantes estar a la vanguardia en cuanto a la tecnología utilizada en la fabricación de rótulos.

Implementar un sistema de mentoría para los estudiantes de RETINACADEMY, en el que se asignaría a cada estudiante un tiempo a la semana con un mentor especializado que le guiará en su aprendizaje y le brindaría apoyo.

Desarrollar un canal de comunicación exclusivo para toda la comunidad, en el cual se pueda notificar nuevo contenido de las redes, nuevos cursos, y en el que los estudiantes puedan interactuar entre sí, compartir experiencias y hacer preguntas a los instructores y expertos de la industria.

Implementar nuevos cursos en línea de temáticas específicas, como, por ejemplo, "Cursos digitales y videos explicativos para la fabricación de rotulación exterior paso a paso" o "Diseño de Rótulos con Herramientas Digitales", para granjear a un público más amplio y especializado.

Desarrollo de una plataforma educativa en línea que ofrece contenido interactivo, videos explicativos y actividades prácticas. Se incluirá evaluaciones para facilitar el aprendizaje y la retención de conocimientos.

Utilizar indicadores y evaluaciones digitales para analizar datos de estudio de los estudiantes y adecuar la plataforma de enseñanza en línea para perfeccionar la experiencia de usuario y el éxito de los estudiantes.

RETINACADEMY buscará el impulso y crecimiento de su plataforma virtual donde los estudiantes puedan acceder a los contenidos de los cursos y talleres en línea. Dicha plataforma seguirá siendo de fácil uso y estará disponible para acceso en diferentes dispositivos, como computadoras, tabletas y teléfonos móviles.

Además, RETINACADEMY aprovechará las herramientas de comunicación en línea para mantener una interacción cercana con los estudiantes, como videoconferencias, chats y foros. Estas herramientas pueden usarse tanto para la enseñanza como para resolver dudas y preguntas de los estudiantes.

Otra opción es utilizar herramientas de gamificación para hacer que la práctica de aprendizaje en línea sea más atractiva y entretenida. Por ejemplo, RETINACADEMY puede crear juegos y retos que involucren la rotulación y la publicidad para que los estudiantes puedan colocar en práctica lo que están aprendiendo mientras se divierten.

RETINACADEMY pretende en un futuro trabajar en colaboración con otras empresas o instituciones para ofrecer cursos y talleres conjuntos en línea. Esto no solo enriquecerá la oferta de cursos de

RETINACADEMY, sino que también aumentará la visibilidad de la academia en línea y permitirá llegar a nuevos públicos.

4.1.2 Optimización de procesos previamente establecidos.

Se tomó en consideración la evolución en cada área de trabajo:

- Emplear una herramienta en línea y en tiempo real dedicada a la administración de proyectos, con el objetivo de potenciar la eficacia en la organización y el desarrollo de los proyectos de rotulación. Esto se aplicaría dentro del departamento de producción, optimizando las etapas de planificación y ejecución (Área de Producción).
- Poner en marcha un sistema de seguimiento y análisis de datos de ventas y de clientes, lo que permitiría a RETINA Publicidad Corporativa tomar decisiones informadas en cuanto a la estrategia de ventas y marketing (Área Comercial/ Marketing).
- Desarrollar un sistema de inspección de calidad más riguroso para la productividad de rótulos, lo que permitiría reducir el número de errores en la producción y aumentar la satisfacción del cliente (Área de Producción).
- Mejora en la administración de inventario: Implementar un sistema de administración de inventario que permita conocer en tiempo real los recursos de materiales y productos precisos para la productividad, con lo cual se reducirían los tiempos de espera y se podrían evitar pérdidas por falta de control. Realizar una revisión periódica del inventario para identificar esos productos que tienen una rotación tardía o que no sale a la venta, de manera que se puedan retirar del inventario para liberar espacio y recursos (Área de Administración).
- Implementar un sistema de valoración de desempeño: Con el objetivo de escandir el rendimiento laboral de los asalariados y evaluar su desempeño de manera efectiva además detectar oportunidades para mejora, con lo cual se podrían identificar áreas de la empresa que requieren atención y se podrían desarrollar planes de capacitación y mejora continua (Equipo completo).
- Establecer un protocolo de instalación: Se debe crear un protocolo de instalación detallado para cada tipo de letrero, que incluya las herramientas necesarias, los pasos a seguir, y los materiales requeridos. Esto permitirá que el equipo de instalación trabaje de manera más eficiente y efectiva, evitando errores y retrabajos. Esta misma se puede desarrollar en RETINACADEMY, para que el nuevo personal que ingrese o el personal actual lo requiera pueda revisar la capacitación las veces que sean necesarias.
- Capacitación del personal: Se debe capacitar al personal de instalación en la correcta instalación de los letreros, el uso de las herramientas y el cuidado del equipo. De este modo, se garantiza que el equipo cuente con las habilidades e intuición requeridos para llevar a cabo la instalación exitosa. Asimismo, se carga la información de forma online en RETINACADEMY.

- Monitoreo de la flota: Se puede utilizar tecnología de monitoreo de la flota para mantener un registro de la ubicación y el rendimiento de los vehículos, lo que permitirá una mejor planificación de las rutas y el mantenimiento.

4.2 Evidencias tecnológicas

- Sistema de facturación (antes y después) actualmente se usa CONTIFICO
- Implementación del software en línea para gestión de proyectos (Monday plataforma en línea operativa)
- Sistema de control de inventarios (bodega)
- Sistema de capacitación para el personal en línea (RETINACADEMY en YouTube, crecimiento del canal)
- Pruebas de inteligencia artificial (IA): la IA puede ser utilizada en publicidad para personalizar los anuncios y mejorar la segmentación de audiencia. La plataforma RETINACADEMY ofrece la oportunidad de adquirir destrezas en el aprovechamiento de herramientas de IA, lo cual contribuye a potenciar la efectividad de los anuncios publicitarios.
- Pruebas de analítica web: RETINACADEMY ofrece la oportunidad de adquirir habilidades en la implementación y utilización de herramientas de análisis web, con el propósito de medir el tráfico de sitio web, el comportamiento de los usuarios y evaluar el rendimiento de los anuncios de manera efectiva.
- Implementación de chatbots para mejorar la solicitud del cliente y la decisión de problemas en tiempo real, además de ayudar como un filtro en el embudo de ventas con leads calificados.
- Equipamiento de nueva maquinaria, para que la transformación manual, se lo ejecute de una manera más presurosa y sobre todo precisa.
- Uso de drones para inspección en áreas de muy difícil acceso.

4.3 Análisis de factibilidad

4.3.1 Técnico:

Plataforma tecnológica: La plataforma de RETINACADEMY debe estar diseñada para ser fácilmente accesible y usable tanto para los empleados de RETINA Publicidad Corporativa, como para los nuevos emprendedores en rotulación. También se debe considerar la seguridad de la plataforma y la capacidad de mantener y actualizar los contenidos de los cursos.

Contenido del curso: el contenido del curso debe ser adecuado para cubrir las necesidades de entrenamiento de los empleados de RETINA Publicidad Corporativa y para atraer a nuevos emprendedores en rotulación. El contenido debe estar actualizado y ser relevante para la industria de la rotulación.

Equipo y herramientas: Se deben proporcionar los equipos e implementos necesarios para la realización de cursos. RETINA Publicidad Corporativa puede aprovechar sus propios recursos, como sus instalaciones, herramientas y equipos para apoyar la implementación de RETINACADEMY.

Desarrollo de capacitación: El diseño del programa de capacitación debe orientarse a asegurar que los empleados de RETINA Publicidad Corporativa obtengan el máximo provecho y aprendizaje de dicho desarrollo. Esto puede incluir un plan de estudios bien definido, evaluaciones regulares y un sistema de observación y monitoreo de la progresión de los empleados. Además, el proceso de capacitación debe ser diseñado para ser eficiente y permitir la realización de los cursos sin interferir con las operaciones diarias de RETINA Publicidad Corporativa.

Soporte técnico: RETINACADEMY debe ofrecer un soporte técnico adecuado para afianzar la operatividad de la plataforma y la realización de cursos.

En general, la implementación de RETINACADEMY tiene un alto potencial para mejorar la cabida técnica y la cualidad de los trabajos relacionados a rotulación de RETINA Publicidad Corporativa, así como para originar nuevas fuentes de ganancia a través de la venta de cursos a nuevos emprendedores en rotulación.

4.3.2 Económico:

Costos: Se deben considerar los costos totales de implementación de RETINACADEMY, incluyendo el progreso y la activación de la plataforma, la producción de contenido, los costes de marketing y publicidad, y los costos incurridos en personal. Además, se deben considerar los costos continuos, como el sustento de la plataforma y la modernización del contenido.

Esto implica los siguientes rubros:

Tabla 2. Equipos por usar para la producción de contenido y desarrollo de plataforma virtual.

EQUIPOS		
CANTIDAD	DETALLE	VALOR
1	Iphone 14	1.400,00
2	Iphone X	500,00
3	Juegos de luces	135,00
3	Micrófono corbateros	90,00
1	Micrófono condensador con brazo	75,00
1	Estabilizador MOVO PR1	125,00
1	Estabilizador DJI OSMO 5	210,00
1	Dron DJI MINI 3 PRO	660,00
1	Tripode de 60 pulgadas	52,00
1	Tripode de 1.30 mts	25,00
1	MacBook PRO de 13 pulgadas	1.200,00
1	Tripode araña	25,00
TOTAL		4.497,00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 3. Infraestructura, insumos y uso de instrumentos digitales para el desarrollo del proyecto.

INFRAESTRUCTURA		
ITEM	DETALLE	VALOR
1	Branding corporativo y rotulación	750,00
2	Escritorio	120,00
3	Silla	60,00
4	Construcción de página web	1.200,00
5	Pago de servicios básicos e internet	60,00
6	Adquisición de nube en línea mensual	11,00
7	Hosting y dominio anual	75,00
8	Pizarrón	45,00
9	KIT de bienvenida (x100)	500,00
1	Plataforma y mantenimiento (anual)	2.280,00
10	Insumos de oficina	40,00
TOTAL		5.141,00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 4. Arrendamientos mensuales de espacio físico para el desarrollo de producción de contenido, actividad presencial y movilización.

ARRENDAMIENTO		
ITEM	DETALLE	VALOR
1	Estudio de grabación (mensual)	270,00
2	Aulas de clase para cursos presenciales (mensual)	270,00
3	Vehículo (mensual)	250,00
TOTAL		790,00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 5. Valores por prestación de servicios.

PRESTADORES DE SERVICIO		
CANTIDAD	DETALLE	VALOR
1	Editor de video (valor por edición)	35,00
1	Diseñador gráfico (mensual)	500,00
5	Instructores (por hora clase)	20,00
TOTAL.		555,00

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 6. Rubros para viáticos y movilización a diferentes puntos de la provincia de Pichincha para impulso, desarrollo y negociaciones del proyecto.

VIATICOS - MOVILIZACIÓN		
CANTIDAD	DETALLE	VALOR
1	Desplazamiento a diferentes puntos de la provincia de Pichincha	1.200,00
TOTAL		1.200,00

Fuente: Elaboración Propia

Ingresos: Se deben valorar todas las raíces de ingresos potenciales, incluyendo la venta de cursos a terceros y la publicidad y promoción de productos relacionados con la rotulación. Se debe realizar una estimación realista de los ingresos generados por cada fuente y se deben considerar circunstancias como el tamaño del mercado y la competencia.

La fuente de ingreso principal o el producto estrella como tales los cursos que se ofertaran mediante RETINACADEMY, a través del cual es enseñar a personas a mejorar sus procesos de trabajo, sin embargo, también aportará al crecimiento de RETINA Publicidad Corporativa.

Tabla 7. Valor de cursos a ofertar e inversión en marketing para el desarrollo del proyecto.

VALOR DE CURSOS E INVERSIÓN EN MARKETING		
Nº	DETALLE	VALOR
1	Curso digital	2.500,00
2	Curso presencial	3.500,00
3	Curso para colaboradores de RETINA Publicidad y RETINACADEMY	0,00
4	Inversión en publicidad y promoción	1.500,00
TOTAL		7.500,00

Fuente: Elaboración Propia

Se proyecta a generar la venta de 120 a 150 cursos entre digitales y presencial a nivel de la provincia de Pichincha durante el primer año de realización del presente proyecto.

Para los colaboradores de RETINA Publicidad Corporativa y RETINACADEMY no tendría costo, sin embargo, se estaría segmentando el área específica en la que requieran capacitación.

Beneficios: Se deben analizar los beneficios económicos generados por el proyecto a largo plazo, como el aumento de los ingresos de RETINA Publicidad Corporativa debido al perfeccionamiento de los procesos internos y la expansión de su alcance de mercado, el acrecentamiento de la rentabilidad y la mejora de la reputación de la compañía.

Indagación de sensibilidad: Se debe realizar un análisis de sensibilidad para evaluar cómo diferentes suposiciones sobre costos e ingresos afectarán los resultados económicos del proyecto. Esto permitirá a los inversionistas y a los responsables de la toma de resoluciones para comprender mejor el riesgo asociado al proyecto y tomar medidas para minimizar los riesgos.

Periodo de recuperación de la financiación: Se debe estatuir el tiempo que se retrasará en recobrar la inversión inicial en el proyecto y si es aceptable para los inversores y la empresa.

Evaluación de riesgos: Se deben identificar los riesgos asociados con el proyecto y se deben evaluar sus posibles impactos en los costos y los ingresos. Esto consentirá a la empresa optar medidas para minimizar los riesgos y garantizar la viabilidad a largo plazo del proyecto.

El análisis económico debe proporcionar una evaluación detallada de la viabilidad financiera del proyecto y una comprensión clara de los riesgos y beneficios asociados con la implementación de RETINACADEMY.

4.3.3 Financiero

El análisis financiero se encamina en valuar la viabilidad financiera del plan de implementación de RETINACADEMY en RETINA Publicidad Corporativa. Para ello, se examina los flujos de efectivo, los costos y los ingresos proyectados durante un período de tiempo. A continuación, se describe un resumen de los principales aspectos del análisis financiero:

- **Costos de implementación:** Se deben identificar y estimar los costos necesarios para poner en marcha RETINACADEMY en RETINA Publicidad Corporativa. Estos pueden incluir gastos de tecnología, contratación de personal, marketing y promoción, entre otros.
- **Costos operativos:** También es importante considerar los costes recurrentes agregados con la operación y conservación de RETINACADEMY, como el pago de servidores, licencias de software, salarios y otros gastos relacionados con la formación y capacitación de empleados.
- **Ingresos:** Los ingresos proyectados pueden provenir de la venta de cursos de RETINACADEMY a clientes externos, así como de la reducción de costos internos de formación para RETINA Publicidad Corporativa. Además, se deben considerar los ingresos adicionales que se pueden generar a través del perfeccionamiento en la cualidad de los productos y servicios que ofrece RETINA Publicidad Corporativa.
- **Flujos de efectivo:** El análisis financiero también debe considerar los flujos de efectivo esperados a lo largo del tiempo. Es importante identificar el punto de equilibrio y el tiempo necesario para restablecer la inversión inicial.
- **Evaluación de riesgos:** Es importante evaluar los riesgos financieros asociados con la implementación de RETINACADEMY. Se deben considerar factores externos que puedan afectar los ingresos o los costos, como cambios en la demanda de cursos o aumentos en los precios de la tecnología.
- **Plan de financiamiento:** Finalmente, se debe determinar cómo se financiará el proyecto de implementación de RETINACADEMY en RETINA Publicidad Corporativa. Esto puede incluir la obtención de financiamiento externo, la reinversión de ganancias internas o la búsqueda de socios inversionistas.

Con esto, el análisis financiero busca valorar la rentabilidad y la factibilidad financiera del proyecto de implementación de RETINACADEMY en RETINA Publicidad Corporativa, identificando los costos, ingresos y flujos de efectivo proyectados a lo largo del tiempo, así como los riesgos y oportunidades financieras asociadas al proyecto.

A continuación, se detalla el Estado de Resultados de la empresa RETINA Publicidad Corporativa del 01/01/2022 al 31/12/2022.

Y se realiza la implicación del Estado de Resultados para el primer periodo de desarrollo del presente proyecto RETINACADEMY, juntamente con las actividades de RETINA Publicidad Corporativa.

Cabe recalcar que dicha información es elaborada por mi persona, ya que me desarrollo como Contador General de RETINA Publicidad Corporativa y el presente proyecto.

Tabla 8. Estado de Resultado del 01/01/2022 al 31/12/2022 de la empresa RETINA Publicidad Corporativa.

RETINA PUBLICIDAD y RETINACADEMY			
Estado de Resultados Comparativo			
2022-2023			
		RETINA Publicidad	RETINA Publicidad y RETINACADEMY (Proyectado)
		2022	2023
4	Ingresos.	213.180,42	562.612,34
4.1	Ingresos de Actividades Ordinarias.	213.180,42	562.612,34
4.1.1	Ventas (RETINA Publicidad)	213.180,42	260.612,34
4.1.2	Venta de: Cursos Virtuales RETINACADEMY	0,00	295.000,00
	Venta de: Cursos Presenciales		
4.1.3	RETINACADEMY	0,00	7.000,00
4.2	Otros Ingresos de Actividades Ordinarias.	0,00	0,00
4.3	Otros Ingresos Financieros.	0,00	0,00
5	Costos y Gastos.	191.642,63	358.365,32
5.1	Costos de Venta y Producción.	71.114,60	152.628,15
5.1.1	Materiales Utilizados o Productos Vendidos	32.880,43	58.054,47
5.1.1.3	Materia Prima	32.880,43	58.054,47
5.1.2	Mano de Obra Indirecta	38.234,17	94.573,68
	Prestadores de Servicio (Mano de Obra		
5.1.2.1	Indirecta)	38.234,17	94.573,68
5.1.4	Costos Indirectos de Fabricación	0,00	0,00
5.2	Gastos	120.528,03	205.737,17
5.2.1	Gastos de Actividades Ordinarias	120.528,03	205.737,17
5.2.1.1	Ventas	31.948,76	72.722,69
5.2.1.2	Administrativos	88.202,50	131.887,96
5.2.1.3	Gastos Financieros.	376,77	1.126,52
5.2.1.3.2	Comisiones por servicios financieros	376,77	1.126,52
5.2.2	Gastos No Operacionales.	0,00	0,00
5.2.3	Gastos de Operaciones Descontinuadas.	0,00	0,00
	Utilidad del Ejercicio Antes de Impuestos	21.537,79	204.247,02
	Impuesto a la Renta	4.738,31	44.934,34
	Utilidad del Ejercicio	16.799,48	159.312,68

Fuente: Elaboración Propia

Se proyecta a generar la venta de 120 cursos entre digitales y presencial a nivel Pichincha durante el primer año de realización del presente proyecto, juntamente con las actividades que RETINA Publicidad Corporativa siga desarrollando ya que se busca alcanzar un impulso mutuo.

4.3.4 Legal

En el análisis legal se deben considerar varias cuestiones importantes para garantizar que la implementación de RETINACADEMY en RETINA Publicidad Corporativa cumpla con las leyes y regulaciones relativas y los derechos de autor de la empresa. Algunos de los aspectos legales que se considerarán son los siguientes:

- Propiedad intelectual: Es importante asegurarse de que todo el contenido creado para RETINACADEMY esté amparado por derechos de autor y propiedad intelectual. Se deben tomar medidas para proteger la propiedad intelectual y asegurarse de que nadie más pueda utilizar, copiar o distribuir el contenido sin permiso.
- Patentes: Si hay algún proceso o tecnología innovadora que se haya desarrollado durante la implementación de RETINACADEMY, se debe considerar la posibilidad de patentarla para protegerla de la competencia. Esto ayudará a asegurar que RETINA Publicidad Corporativa tenga un beneficio competitivo en el mercado.
- Contratos de empleados: Es importante establecer cláusulas reservadas en los contratos de trabajo de los nuevos dependientes que se contraten para RETINACADEMY, a fin de evitar que puedan robar ideas o propiedad intelectual de la empresa y llevarla a otras empresas.
- Derechos de autor: Todo el contenido creado para RETINACADEMY debe efectuarse con las leyes de derechos de autor. La empresa tiene que asegurarse de que todos los contenidos sean originales o se tengan los permisos necesarios para utilizar el material de terceros.
- Política de privacidad: RETINACADEMY debe tener una política de privacidad clara y transparente que cumpla con las regulaciones aplicables en materia de intimidad y protección de datos personales.

En general, se deben tomar medidas para garantizar que todo lo relacionado con RETINACADEMY cumpla con las leyes y regulaciones aplicables y que se proteja la propiedad intelectual y los derechos de autor de la empresa.

4.3.5 Social

El análisis social es un aspecto elemental en cualquier proyecto empresarial, pues permite evaluar el impacto que puede tener la empresa en la sociedad y en su entorno. En el caso de RETINA Publicidad Corporativa y RETINACADEMY, es importante considerar el siguiente análisis social:

- Impacto en la formación de nuevos profesionales: RETINACADEMY permitirá la formación de nuevos expertos en el área de rotulación y publicidad, lo que puede tener un impacto positivo en la creación de empleo y el desarrollo de nuevos acometimientos.
- Contribución al desarrollo de la industria publicitaria: RETINA Publicidad Corporativa, a través de RETINACADEMY, puede coadyuvar al desarrollo y crecimiento de la industria publicitaria en el país, fomentando la innovación y la inventiva en el diseño y producción de letreros y publicidad exterior.
- Mejora el atributo de los servicios: la implementación de nuevas tecnologías y procesos innovadores puede perfeccionar la calidad de los servicios de RETINA Publicidad Corporativa, lo que puede llevar un mayor agrado de los clientes y una mejora en su imagen en la sociedad.
- Responsabilidad social y ambiental: RETINA Publicidad Corporativa puede adoptar políticas y prácticas de incumbencia social y ambiental en su operación, contribuyendo al confort de la colectividad y al cuidado del medio ambiente. Por ejemplo, puede utilizar materiales reciclados o implementar prácticas de ahorro energético en sus procesos.
- Promoción de la cultura empresarial: RETINA Publicidad Corporativa puede promover una cultura empresarial basada en la innovación, la inventiva y la formación continua, lo que puede inspirar a otras empresas y emprendedores a seguir el mismo camino.
- Contribución a la imagen del país: RETINA Publicidad Corporativa, como empresa líder en su sector, puede cooperar a mejorar la imagen del país a nivel territorial e internacional, a través de la calidad de sus servicios y su responsabilidad social y ambiental.

El análisis social de RETINA Publicidad Corporativa y RETINACADEMY destaca su potencial para contribuir al desarrollo de la industria publicitaria, la formación de nuevos profesionales, el perfeccionamiento en la calidad de los servicios, la responsabilidad social y ambiental, el fomento de la cultura empresarial y la contribución a la imagen del país.

4.3.6 Comercial

RETINACADEMY ofrece una gran oportunidad para RETINA Publicidad Corporativa de extender su alcance en la industria de rotulación. El accionamiento de una plataforma en línea para la capacitación de sus empleados y para la venta de cursos a otros emprendedores y empresas del mismo giro de negocio, permite a RETINA Publicidad Corporativa ofrecer un servicio de alta calidad y diferenciado en el mercado.

Además, RETINACADEMY puede aumentar el entendimiento de la marca RETINA Publicidad Corporativa en el mercado. Al ser una de las pocas empresas de rotulación que ofrecen una academia en línea, RETINA Publicidad Corporativa puede destacar en el mercado y diferir de la competencia. Además, la venta de cursos a otros emprendedores y empresas de rotulación puede llevar a un mayor conocimiento de la marca en un mercado más amplio.

Al ofrecer capacitación en línea a sus empleados, RETINA Publicidad Corporativa puede perfeccionar la calidad de sus prestaciones de rotulación y ofrecer un servicio más consistente a sus clientes. También puede ser más eficiente al evitar el tiempo y los costos de la capacitación presencial y el transporte de los empleados.

La venta de cursos en línea a otros emprendedores y empresas de rotulación puede generar un flujo de ingresos adicional para RETINA Publicidad Corporativa. La venta de cursos puede ser una fuente de ingresos más estable en comparación con los proyectos de rotulación, que pueden ser más estacionales y volátiles en términos de ingresos.

Además, la implementación de RETINACADEMY puede llevar a una mayor efectividad en los procesos de producción e instalación de RETINA Publicidad Corporativa. La capacitación en línea puede ayudar a los empleados a entender mejor los procesos y herramientas necesarias para llevar a cabo los proyectos de forma más eficiente. Esto puede reducir los tiempos de fabricación y adicionar la satisfacción del cliente al proporcionar proyectos de rotulación de alta calidad en menos tiempo.

RETINACADEMY puede facilitar una gran cantidad de beneficios para RETINA Publicidad Corporativa en términos de expansión del mercado, aumento de la calidad de los servicios, flujo de ingresos adicional y eficiencia en los procesos. Esto puede llevar a un crecimiento a largo plazo para la empresa y una mayor satisfacción del cliente.

Después de haber realizado un análisis técnico, económico, financiero, legal, social y comercial, se puede concluir que el proyecto de implementar RETINACADEMY en RETINA Publicidad Corporativa es factible.

En cuanto al análisis técnico, se ha evaluado la viabilidad de las nuevas tecnologías y procesos que se utilizarán, así como la posibilidad de mejorar los procesos ya existentes en RETINA Publicidad Corporativa. Se considera que el proyecto cuenta con una base sólida para mejorar la eficiencia y rendimiento de la empresa.

El análisis económico indica que el proyecto tiene un potencial de generación de ingresos significativo a largo plazo, tanto a través de la capacitación de empleados de RETINA Publicidad Corporativa como de la venta de cursos a nuevos emprendedores en rotulación. Además, la implementación de RETINACADEMY puede reducir los costos de transporte y tener un impacto ambiental positivo.

El análisis financiero argumenta que el proyecto es viable y rentable a largo plazo, con un retorno de inversión esperado en un periodo razonable de tiempo. Además, la implementación de RETINACADEMY podría ayudar a aminorar los costos operativos y acrecentar los ingresos.

En cuanto al examen legal, se ha considerado el resguardo de la propiedad intelectual y la necesidad de implementar medidas de seguridad para proteger la información confidencial. Se ha evaluado la posibilidad de obtener patentes para los nuevos procesos y tecnologías que se utilicen en RETINA Publicidad Corporativa.

El análisis social muestra que la implementación de RETINACADEMY puede tener un efecto positivo en la colectividad, al proporcionar capacitación a nuevos emprendedores en rotulación y mejorar las habilidades de los empleados de RETINA Publicidad Corporativa. Además, puede contribuir al establecimiento de empleos y prosperar la calidad de vida de la comunidad.

En cuanto al análisis comercial, se ha evaluado la capacidad de RETINA Publicidad Corporativa para expandirse y mejorar sus servicios, así como para originar ingresos adicionales a través de la venta de cursos en línea. Se ha considerado la posibilidad de aumentar la contribución en el mercado y mejorar la idea de la marca.

En conclusión, el proyecto de implementación de RETINACADEMY en RETINA Publicidad Corporativa es viable y factible, y tiene el condicional de generar beneficios reveladores para la empresa, sus colaboradores y para la industria en general.

4.4 Plan de implementación del proceso

La implementación de una academia en línea es una oportunidad invaluable para el aumento y difusión de una empresa de manufactura, especialmente en una industria altamente concurrente como la de la rotulación. RETINA Publicidad Corporativa, líder en el mercado de rotulación, ha decidido dar el siguiente paso en su evolución empresarial a través de la creación de RETINACADEMY. Este proyecto innovador no solo permitirá a RETINA Publicidad Corporativa mejorar la capacitación de sus colaboradores y aumentar su eficiencia operativa, sino que también brindará una oportunidad única para que emprendedores y empresas del mismo giro puedan adquirir conocimientos y habilidades en rotulación a través de cursos en línea.

En este plan de implementación se detallará cómo RETINA Publicidad Corporativa llevará a cabo la creación y lanzamiento de RETINACADEMY, así como los beneficios que esto aportará a la empresa y a su entorno. Además, se presentará una guía detallada de las acciones infaltables para llevar a cabo este

proyecto, incluyendo la planificación, la implementación y la valorización del proyecto. Este plan está diseñado para ser una hoja de ruta que acceda a RETINA Publicidad Corporativa llevar a cabo la implementación de RETINACADEMY de manera efectiva y eficiente.

Definir el equipo responsable de la implementación:

Se debe definir un equipo encargado de liderar y llevar a cabo la implementación de RETINACADEMY en RETINA Publicidad Corporativa.

Este equipo debe hallarse formado por miembros de diversas áreas de la empresa, tales como recursos humanos, tecnología, operaciones y finanzas, entre otros.

Se debe designar un líder de proyecto que tenga experiencia en liderar proyectos similares y que tenga la capacidad de coordinar y comunicarse efectivamente con todos los miembros del equipo.

Definir el plan de capacitación:

Se debe fabricar un plan de capacitación para los colaboradores de RETINA Publicidad Corporativa que cubra los temas clave necesarios para su trabajo diario, así como para las habilidades técnicas y empresariales necesarias para el éxito en la industria de la rotulación.

El plan de capacitación debe incluir una mezcla de contenido en línea y presencial, que se adapte a las necesidades de aprendizaje de los empleados.

Se debe considerar la posibilidad de ofrecer incentivos a los empleados que completen la capacitación.

Desarrollar contenido de RETINACADEMY:

Se debe desarrollar contenido en línea de alta calidad que cubra los temas incluidos en el plan de capacitación.

El contenido debe ser alcanzable desde cualquier dispositivo y ser aprovechable en diferentes formatos, como video, audio y texto.

Se debe incluir la opción de realizar evaluaciones y pruebas en línea para medir el progreso y el conocimiento de los empleados.

Implementar la plataforma de RETINACADEMY:

Se debe implementar una plataforma en línea que permita a los empleados acceder al contenido de RETINACADEMY y realizar evaluaciones y pruebas.

La plataforma debe ser fácil de emplear y accesible desde cualquier dispositivo.

Se debe considerar la posibilidad de integrar la plataforma con otros sistemas de la empresa, como el plan de gestión de capital humanos o el sistema de gestión de aprendizaje.

Realizar pruebas y ajustes:

Es necesario llevar a cabo pruebas en las páginas de e-learning para garantizar un funcionamiento óptimo y a bajo costo tanto para la plataforma como para el contenido de RETINACADEMY. Estas pruebas permitirán verificar que todo funcione correctamente de manera rápida y eficiente.

Se debe realizar una evaluación continua del contenido para asegurarse de que esté actualizado y sea relevante.

Se deben hacer ajustes en la plataforma y el contenido según los comentarios de los empleados y los resultados de las evaluaciones y pruebas.

Lanzamiento RETINACADEMY:

Una vez que se hayan completado todas las pruebas y ajustes necesarios, se debe lanzar RETINACADEMY para todos los empleados de RETINA Publicidad Corporativa.

Se debe proporcionar capacitación y apoyo para los colaboradores que necesiten ayuda para acceder al contenido o para usar la plataforma.

Se debe promocionar la plataforma y el contenido de RETINACADEMY para fomentar su uso y asegurarse de que los colaboradores estén conscientes de los beneficios que ofrece.

Ofrecer cursos de RETINACADEMY a emprendedores de la industria de rotulación:

Se deben ofrecer cursos de RETINACADEMY a emprendedores de la industria de rotulación para generar ingresos adicionales para la empresa.

Es necesario desarrollar una estrategia de marketing y ventas que permita promocionar de manera efectiva los cursos.

De esta forma, el presente plan de implementación para la integración de RETINACADEMY en RETINA Publicidad Corporativa es una propuesta sólida y bien estructurada para mejorar los procedimientos de instrucción y formación de los colaboradores, así como para difundir la presencia de la compañía en el mercado. A través de un enfoque estratégico y detallado, se ha diseñado un plan que toma en cuenta los aspectos técnicos, económicos, financieros, legales, sociales y comerciales, con el motivo de afianzar la factibilidad y el éxito del proyecto.

La implementación del plan se llevará a cabo en un ciclo de seis meses, durante el cual se realizarán diversas actividades y acciones clave. Estas incluyen la creación y publicación de los cursos en línea, la instalación de los equipos e instrumentos necesarios para la capacitación, el reclutamiento de personal capacitado y experimentado, y la promoción de los cursos a través de diversas plataformas de marketing.

Además, se ha establecido un monitoreo continuo y una evaluación periódica para medir la efectividad del plan y realizar ajustes necesarios en caso de ser requeridos. En definitiva, se espera que la ejecución de este plan de acción resulte en una mejora significativa de la productividad, eficiencia y rentabilidad de RETINA Publicidad Corporativa, permitiéndole consolidar su postura como líder en la industria de la rotulación y expandir su comparecencia en el mercado nacional e incluso transnacional.

5 CONCLUSIÓN.

El proyecto de Posicionamiento de la Empresa Retina Publicidad Corporativa en el mercado digital a través de RETINACADEMY es una iniciativa estratégica que tiene como objetivo afianzar la existencia de la empresa a nivel Pichincha y a futuro a nivel territorial e internacional a la vez, convertirse en un referente en el ámbito del aprendizaje de la rotulación. Durante el desarrollo de este proyecto, se ha llevado a cabo un análisis exhaustivo del mercado digital en la provincia, identificando las necesidades y demandas de los potenciales clientes. Se detectó una creciente demanda de cogniciones y aptitudes en el campo de la rotulación, y la empresa RETINA Publicidad Corporativa busca aprovechar esta oportunidad para establecer su liderazgo y generar nuevas fuentes de ingresos. RETINACADEMY, una plataforma educativa que se presenta como una solución innovadora y accesible para los interesados en aprender sobre rotulación y procesos que ayude al crecimiento de sus emprendimientos y metas. A través de esta plataforma, los usuarios podrán acceder a cursos, recursos y herramientas interactivas que les permitirán adquirir conocimientos teóricos y prácticos en el área. Además, RETINACADEMY contará con un equipo de profesionales expertos en rotulación, publicidad, marketing digital y administración de empresas que brindarán tutorías y asesoramiento personalizado a los alumnos, empresarios y futuros emprendedores.

La implementación de este proyecto digital implica una serie de costos, tanto en términos de desarrollo y mantenimiento tecnológico como en la creación de contenido educativo de calidad. Sin embargo, estos costos se consideran una inversión estratégica para la empresa, ya que se espera que la plataforma genere un flujo constante de ingresos a través de la venta de cursos y la suscripción de usuarios. En cuanto al posicionamiento en el mercado digital, se ha desarrollado una planificación integral de marketing e impulso para dar a conocer RETINACADEMY y a través de ello a RETINA Publicidad Corporativa. Se utilizará diversas tácticas, como campañas de publicidad en línea, participación en eventos relacionados con la rotulación y el establecimiento de alianzas estratégicas con actores clave en el sector. Estas acciones tienen como objetivo posicionar a Retina Publicidad Corporativa como líder y referente en el ámbito del aprendizaje de la rotulación, generando confianza y reconocimiento en el mercado. Es importante resaltar que el éxito de este proyecto precise en gran medida de la calidad del contenido ofrecido en la plataforma, así como de la experiencia del usuario. Por lo tanto, es fundamental mantener la plataforma actualizada, agregar regularmente nuevo contenido relevante y asegurar una experiencia de usuario fluida y amigable.

En conclusión, el proyecto de Posicionamiento de la Empresa Retina Publicidad Corporativa en el mercado digital a nivel Pichincha mediante RETINACADEMY es una estrategia ambiciosa y bien fundamentada que busca capitalizar las conveniencias que brinda el mercado de la rotulación. A través de RETINACADEMY, la empresa tiene como objetivo no solo brindar conocimientos y habilidades a los interesados, sino también reafirmar su posición como líder en el sector y diversificar sus fuentes de ingresos. Con una estrategia integral de marketing, y un enfoque centrado que aporte al crecimiento empresarial.

6 RECOMENDACIONES.

Determinar una estrategia de precios adecuada es esencial para el éxito del proyecto. Valorizar los precios expuestos por la competencia y considerar factores como el valor percibido del contenido, la calidad de la plataforma y la disposición de los clientes a pagar. Además, se puede considerar opciones de precios flexibles, como planes de suscripción mensuales o anuales, descuentos por paquetes de cursos o precios especiales para estudiantes o empresas.

Enfocarse en desarrollar y ofrecer contenido educativo especializado en rotulación corporativa y procesos para el crecimiento empresarial. Esto puede incluir cursos, tutoriales, guías prácticas y estudios de casos que aborden las necesidades específicas de los nuevos emprendedores interesados en la rotulación y cómo pueden utilizarla como una estrategia efectiva para el crecimiento de sus negocios.

Realizar una investigación exhaustiva del mercado. Esto incluye analizar la demanda existente de cursos de rotulación a nivel Pichincha, identificar a la competencia y comprender las necesidades y prioridades de los potenciales consumidores. Esta investigación ayudará a diseñar una estrategia adecuada y personalizada para el proyecto el cual ha permitido desarrollar.

Además de los cursos regulares de rotulación, se debería considerar la posibilidad de ofrecer programas de capacitación específicos para emprendedores. Estos programas pueden abordar temas como la identidad de marca, estrategias de marketing, diseño de señalización efectiva y técnicas de rotulación creativas para el crecimiento empresarial. Esto brindará un valor adicional a los nuevos emprendedores interesados en el crecimiento de sus negocios a través de la rotulación y mercado digital.

Facilitar el networking y las colaboraciones entre los participantes de RETINACADEMY y los nuevos emprendedores interesados en la rotulación. Se podría organizar eventos en línea, foros de discusión o grupos de trabajo para que puedan conectarse, intercambiar ideas y establecer relaciones comerciales beneficiosas. Esto no solo fomentará la comunidad en torno a RETINACADEMY y RETINA Publicidad Corporativa, sino que también creará oportunidades de crecimiento y colaboración para los emprendedores.

Considerar e impulsar la posibilidad de ofrecer servicios de consultoría especializada para los nuevos emprendedores que deseen asesoramiento personalizado en sus proyectos de rotulación y crecimiento empresarial. Esto permitirá obtener orientación directa de expertos en el campo y maximizar su potencial de éxito.

Implementar una estrategia integral de marketing digital para promocionar RETINACADEMY y RETINA Publicidad Corporativa. Aprovechando plataformas como las redes sociales, el mercadeo de contenido, la publicidad en internet y el correo electrónico, se busca conectar con la audiencia objetivo de manera efectiva. Crear contenido preeminente y de calidad que muestre el valor de los cursos y destaque las

ventajas competitivas de la plataforma. Considerar también la participación en eventos del sector, conferencias o seminarios en los que se pueda presentar RETINACADEMY y RETINA Publicidad Corporativa estableciendo contactos con potenciales clientes.

Hay que asegurar de que la experiencia del usuario en RETINACADEMY sea excelente. Esto implica contar con una plataforma intuitiva y fácil de usar, con una navegación clara y opciones de búsqueda eficientes. El contenido debe estar estructurado de manera didáctica y atractiva, con recursos interactivos que faciliten el aprendizaje. Además, brinda soporte técnico y servicio al cliente de calidad para solventar cualquier duda o problema que puedan enfrentar los usuarios. Mediante la evaluación y mejora continua se puede realizar un seguimiento constante de los resultados y métricas clave de RETINACADEMY y RETINA Publicidad Corporativa, como el número de usuarios, tasas de conversión, retroalimentación de los clientes y comentarios. Utilizar esta información para realizar mejoras continuas en la plataforma, como la actualización y adición de contenido preeminente, la mejora de la práctica del usuario y la incorporación de nuevas características según las necesidades y preferencias de los clientes.

7 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- AVAL. (15 de 07 de 2019). Obtenido de <https://www.aval.ec/informacion-general-de-empresas/situacion-de-las-empresas-en-la-provincia-de-pichincha/>
- AVAL. (15 de JULIO de 2019). *AVAL*. Obtenido de <https://www.aval.ec/informacion-generalde-empresas/situacion-de-las-empras-en-la-provincia-de-pichincha/>
- AYALA, M. (s.f.). *LIFEDER*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/investigacion-mixta/>
- Botin, R. (22 de Julio de 2022). *shopify*. Obtenido de <https://www.shopify.com/es/blog/segmentacion-de-mercado>
- Caurin, J. (20 de Septiembre de 2017). *empredepyme.net*. Obtenido de <https://www.empredepyme.net/posicionamiento-de-mercado>
- Clarkent Mackay, T. E. (21 de Julio de 2021). *Revista Publicando*. Obtenido de <https://www.revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/2240/2448>
- COLIMA, U. D. (s.f.). *EL PORTAL DE LA TESIS* . Obtenido de <https://recursos.ucol.mx/tesis/investigacion.php#:~:text=Enfoques%20de%20investigaciones&text=La%20investigaci%C3%B3n%20cuantitativa%20considera%20que,se%20prueban%20hip%C3%B3tesis%20previamente%20formuladas.>
- DELSOL. (s.f.). *SOFTWARE DELSOL*. Obtenido de <https://www.sdelSol.com/blog/tendencias/metodos-de-investigacion/>
- DELSOL. (s.f.). *SOFTWARE DELSOL*. Obtenido de <https://www.sdelSol.com/blog/tendencias/metodos-de-investigacion/>
- DIFERENCIADOR. (s.f.). *DESCUBRE LAS DIFERENCIAS Y LAS SEMEJANZAS*. Obtenido de <https://www.diferenciador.com/diferencia-entre-metodo-inductivo-y-deductivo/>
- ESPACIOS, R. (15 de MARZO de 2022). *REVISTA ESPACIOS* . Obtenido de <https://revistaespacios.com/a22v43n03/a22v43n03p03.pdf>
- EXCELYBA. (s.f.). Obtenido de <https://excelyvba.com/analisis-de-datos-con-excel/>
- Fuente, O. (19 de Agosto de 2022). *IEBS*. Obtenido de <https://www.iebschool.com/blog/que-es-marketing-digital-marketing-digital/>

- Galeano, S. (7 de Enero de 2022). *Marketing ECOMMERCE*. Obtenido de <https://marketing4ecommerce.mx/que-es-el-posicionamiento-de-mercado/>
- GCFGLOBAL. (s.f.). Obtenido de <https://edu.gcfglobal.org/es/educacion-virtual/que-es-la-educacion-virtual/1/>
- Georgina Encalada, L. S. (8 de Octubre de 2019). *Journal of Science and Research*. Obtenido de [file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-EIMarketingDigitalEnLasEmpresasDeEcuador-7368338%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-EIMarketingDigitalEnLasEmpresasDeEcuador-7368338%20(2).pdf)
- GOOGLE, S. (s.f.). Obtenido de <https://support.google.com/trends/answer/4365533?hl=es-419>
- Grandon, C. (s.f.). *Fundacion BBVA*. Obtenido de <https://www.fundacionmicrofinanzasbbva.org/tecnologia-agente-potenciador-del-emprendimiento/>
- GUZMAN, J. S. (s.f.). Obtenido de <https://juansguzman.com/blog/que-es-google-forms-y-para-que-sirve/>
- Guzman, J. S. (29 de Julio de 2021). *juansguzman.com*. Obtenido de <https://juansguzman.com/blog/que-es-google-forms-y-para-que-sirve/>
- Lideres, R. (16 de Diciembre de 2019). Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/editorial-lideres-economia-digital.html>
- Mera Carmen, C. C. (15 de Marzo de 2022). *Revista Espacios*. Obtenido de <https://revistaespacios.com/a22v43n03/a22v43n03p03.pdf>
- NEUROMARKETERS, C. (11 de Noviembre de 2022). Obtenido de <https://www.comunicare.es/asociacion-de-agencias-de-publicidad-ecuador/>
- Ortega, C. (2019). *QuestionPro*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-la-investigacion-cuantitativa/>
- PARTNERS, M. I. (s.f.). *MENTINNO*. Obtenido de <https://blog.formaciongerencial.com/estado-digital-ecuador-2022-estadisticas-digitales/>
- PARTNERS, M. I. (s.f.). *MENTINNO*. Obtenido de <https://blog.formaciongerencial.com/estado-digital-ecuador-2022-estadisticas-digitales/>
- PEARSON. (s.f.). Obtenido de <https://blog.pearsonlatam.com/talento-humano/metodos-inductivo-y-deductivo-en-las-empresas>
- PERFORMANCE, G. T.-M. (s.f.). Obtenido de <https://digitalgrill.cl/blog-performance-marketing/como-posicionar-mi-marca-digitalmente/>
- Ponce, J. P. (04 de 2022). *Mentinno Innovation*.

8 ANEXOS

ENCUESTA

¿Qué rango de edad tienes?

18 – 23 años

24 – 28 años

29 – 34 años

35 – 40 años

41 – 46 años

47 – 53 años

53 - 58 años

Mayor a 58 años

¿Con qué género te identificas?

Hombre

Mujer

¿Actualmente mantienes un trabajo estable?

Si trabajo

No trabajo

¿En qué sector se encuentra tu ocupación principal?

Empresa Privada

Empresa Publica

Independiente – Negocio o empresa propia

Desempleado

Jubilado

Su empleo actual es:Formal – Con seguro social y beneficios de ley Informal – Sin seguro social y beneficios de ley **Sus ingresos mensuales van entre: (Valores en dólares americanos)**Menor a \$300 \$300 a \$450 \$450 a \$600 \$600 a \$1000 Superiores a \$1000 **Sector de la ciudad donde reside:**Sur Centro Norte Valles **¿Considerar usted que conocer el modo de fabricación de un producto genera más confianza en el cliente final?**Si No Tal vez **¿Conoce usted o ha escuchado hablar de la empresa RETINA Publicidad Corporativa?**Si No Tal vez

¿Cuál de estas empresas de rotulación y publicidad conoce usted o ha escuchado hablar alguna vez?

Prismark

Top Media

Señal X

Xavier X

PSA

Publi One

Ninguna de las anteriores

¿En base al factor socioeconómico actual del país estaría usted dispuesto a abandonar su trabajo por emprender su propio negocio?

Si

No

Tal vez

¿Si aprende paso a paso un modelo de negocio altamente rentable estaría dispuesto a emprender?

Si

No

Tal vez

¿Cuál es el valor que destinaría usted para un curso de aprendizaje virtual?

\$20 a \$30 dólares americanos

\$30 a \$50 dólares americanos

\$50 a \$100 dólares americanos

\$100 a \$150 dólares americanos

¿Qué tan importante considera que sea el conocimiento acerca de marcas corporativas?

Poco probable	1	<input type="checkbox"/>
	2	<input type="checkbox"/>
	3	<input type="checkbox"/>
	4	<input type="checkbox"/>
	5	<input type="checkbox"/>
	6	<input type="checkbox"/>
	7	<input type="checkbox"/>
	8	<input type="checkbox"/>
	9	<input type="checkbox"/>
Muy probable	10	<input type="checkbox"/>

¿Tomaría usted un curso en línea para capacitarse en el área de rotulación y publicidad?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>
Tal vez	<input type="checkbox"/>

¿Qué considera usted que debe tener una empresa, para ser referente de su mercado?

Posicionamiento digital (Redes Sociales)	<input type="checkbox"/>
Posicionamiento Físico (Rotulación, vallas, revistas)	<input type="checkbox"/>
Posicionamiento tradicional (TV, radio, prensa)	<input type="checkbox"/>
Conocer a la perfección un tema y compartirlo públicamente	<input type="checkbox"/>