

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**



**PROYECTO DE GRADO DE LICENCIATURA EN MODALIDAD DE
ESPECIALIZACIÓN:**

“DISEÑO DE MODELO DE NEGOCIO DIGITAL: PING MEDIA”

PRESENTADO POR:

NOMBRE	CÓDIGO	CARRERA
KENIA DINORA COMAYAGUA SORIANO	L10804-2004	MERCADEO INTERNACIONAL
FÁTIMA GABRIELA CORVERA SÁNCHEZ	L10804-2004	MERCADEO INTERNACIONAL
CLAUDIA JANET FLORES ROÑAC	L10804-2004	MERCADEO INTERNACIONAL

ABRIL 2024

CIUDAD UNIVERSITARIA

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTRO AMÉRICA

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR: MSC. JUAN ROSA QUINTANILLA
VICERRECTORA ACADÉMICA: DRA. EVELYN BEATRIZ FARFÁN
SECRETARIO GENERAL: LIC. PEDRO ROSALÍO ESCOBAR
CASTANEDA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

DECANA: LICDA. CELINA AMAYA DE CALDERÓN
SECRETARIO: LIC. PEDRO JAVIER RIVAS MEJÍA
COORDINADOR GENERAL DE MAF. RONALD GÁLVEZ RIVERA
PROCESOS DE GRADO:

ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL

COORDINADOR DE ESCUELA: LIC. MIGUEL ERNESTO CASTAÑEDA.
COORDINADORA DE PROCESOS DE LIC. NORMA YESENIA ECHEGOYÉN
GRADO DE LA ESCUELA:
DOCENTE ASESOR: MSC. JUAN JOSÉ CANTÓN GONZÁLEZ
TRIBUNAL EVALUADOR: MSC. JUAN JOSÉ CANTÓN GONZÁLEZ
LIC. OSCAR ERNESTO ESQUIVEL CRUZ
LIC. JOSÉ GERARDO JANDRES JANDRES

ABRIL 2024

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTRO AMÉRICA

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios, por permitirme llegar a esta etapa tan importante de mi vida, a mi familia, mi papi y mis hermanas a quienes amo, gracias por su apoyo, compañía y comprensión durante todo mi crecimiento personal y académico, agradezco a mis docentes, quienes fueron un pilar importante en mi desarrollo profesional, a mis compañeras de especialización por trabajar en equipo durante todo el proceso de grado y a mi querida alma mater Universidad de El Salvador por abrirme las puertas de su casa y permitirme hoy en día estar culminando mi carrera en Mercadeo Internacional. Eternamente agradecida y feliz.

CLAUDIA JANET FLORES ROÑAC

En primer lugar, quiero agradecerle a Dios por permitirme culminar mi carrera universitaria el cual se lo dedico a mi tía Marina que está en el cielo. A mi familia que siempre me ha estado apoyando en todas las decisiones que he tomado. A mis compañeras de especialización por dar lo mejor de ellas en este proceso y finalmente a mi queridísima Universidad de El Salvador por formarme profesionalmente con el apoyo de mis catedráticos que me enseñaron mucho.

FÁTIMA GABRIELA CORVERA SÁNCHEZ

Doy gracias a Cristo Rey por su bondad infinita, a mis padres por nunca dejarme sola, a mi primo Willian Serrano por su apoyo incondicional y creer en mí, a mis compañeras por ser un verdadero equipo, a nuestro asesor por su paciencia y quien ha sido parte importante de nuestra formación académica. Infinitas gracias a todos.

KENIA DINORA COMAYAGUA SORIANO

ÍNDICE

Resumen Ejecutivo	i
Introducción.....	ii
CAPÍTULO I	1
1. Planteamiento del problema y marco teórico	1
1.1 Planteamiento del problema	1
1.1.1 Antecedentes	1
1.1.2 Descripción.....	3
1.1.3 Formulación	3
1.2 Delimitación del problema	4
1.2.1 Geográfica y Temporal.....	4
1.2.2 Teórica.....	4
1.3 Justificación del problema.....	6
1.3.1 Novedad.....	6
1.3.2 Utilidad social.....	6
1.3.3 Factibilidad	6
1.4. Objetivos.....	7
1.4.1 General.....	7
1.5.1 Histórico	7
1.5.2 Conceptual	9
1.5.3 Legal	12
CAPÍTULO II.....	15
2. Metodología de la investigación.....	15
2.1 Metodología de la investigación.....	15
2.1.1 Generalidades	15
2.1.3 Enfoque.....	16
2.1.4 Universo	16
2.1.5 Población	16
2.1.6 Muestra	17
2.1.6.1 Definición y selección de la muestra.....	17
2.1.7 Muestreo no probabilístico intencional o por juicio.....	18
2.1.8 Técnicas de investigación.....	18
2.1.9 Instrumento de investigación.....	18

2.1.10 Presentación de resultados.....	18
2.2 Diagnóstico de la situación actual	28
2.2.1 FODA cruzado.....	28
2.2.2 Desarrollo de 5 Fuerzas de Michael Porter	31
1. El poder de negociación de los clientes.....	31
2. El poder de negociación de los proveedores	31
3. La amenaza de nuevos competidores entrantes	32
4. La amenaza de nuevos productos sustitutivos.....	32
5. La rivalidad entre los competidores.....	33
2.2.3 Desarrollo de PEST	33
2.3 Conclusiones del diagnóstico de la situación	34
2.4 Desarrollo de lienzo canvas	35
CAPITULO III	36
Propuesta de plan de negocio	36
3.1 Descripción del negocio	37
3.1.1 Nombre del negocio.....	37
3.1.2 Información general.....	38
3.2 Marco estratégico	38
3.2.1 Misión.....	38
3.2.2 Visión	38
3.2.3 Valores.....	39
3.2.4 Objetivos.....	39
3.2.5 Metas	40
3.3. Descripción de los productos o servicios	41
3.4. Ventaja competitiva.....	45
3.5. Plan organizacional.....	46
A. Estructura organizativa de la empresa	46
B. Organización de gestión y recursos humanos	47
C. Proceso administrativo.....	50
D. Identificación y características de proveedores	51
3.6. Plan de mercadeo.....	51
A. Resultados de la investigación de mercado	51

B. Marketing Mix.	53
3.7 Plan de ventas	56
A. Ciclo de ventas	56
B. Proyección de ventas	58
3.8 Plan Financiero	60
A. Plan de inversión.	60
B. Estructura de costos	64
C. Flujo de efectivo	66
3.9. Plan de trabajo	71
3.10 Plan de contingencia.....	74
3.10. Indicadores de medición.....	75
Conclusiones.....	79
Bibliografía.....	80
Anexos	81

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: FODA.....	29
Figura 2: PEST	34
Figura 3: Lienzo Canvas Ping Media	36
Figura 4: Logo del negocio.....	37
Figura 5: Organigrama Ping Media	46
Figura 6: Buyer persona Ping Media.....	52

INDICE DE TABLA

Tabla 1. Universo de investigación	16
Tabla 2. Cuadro comparativo de instrumentos de investigación que asocian y dan respuesta al objetivo 1.	19
Tabla 3. Cuadro comparativo de instrumentos de investigación que asocian y dan respuesta al objetivo 2.	22
Tabla 4. Cuadro comparativo de instrumentos de investigación que asocian y dan respuesta al objetivo 3.	25
Tabla 5. Matriz FODA cruzado.....	30

Tabla 6. Listado de equipo	41
Tabla 7. Servicios de producción de audio.....	42
Tabla 8. Servicio de gestión de redes sociales y estrategias SEO, SEM y CRM.....	42
Tabla 9. Servicios de producción de videos	44
Tabla 10. Áreas de gestión Ping Media.....	47
Tabla 11. Proveedores Ping Media.....	51
C. Marketing Mix Digital.....	54
Tabla 12. Proyección de ventas en unidades, año 1	58
Tabla 13. Proyección de ventas en US\$, año 1	58
.....	58
Tabla 14. Proyección de ventas en unidades, proyectado a 4 años	59
Tabla 15. Proyección de ventas en US\$, proyectado a 4 años	59
.....	59
Tabla 16. Supuesto de Inversión y Financiamiento.....	61
Tabla 17. Amortización del Préstamo	62
Tabla 18. Detalle de Costos Brutos por Servicio.....	64
Tabla 19. Costos Totales Proyectado para 5 Años	64
Tabla 20. Costo de personal proyectado.....	65
Tabla 21. Otros Costos y Gastos proyectados a 5 años.....	65
Tabla 22. Flujo de efectivo proyectado para el primer año	66
.....	66
Tabla 23. Flujo de Efectivo Proyectado para los Sigüientes 4 Años.....	66
.....	66
Tabla 24. Análisis de rentabilidad y punto de equilibrio.....	67
Tabla 25. Punto de Equilibrio.....	68
Tabla 26. Estado de Resultados Proyectado para el Primer Año	69
Tabla 27. Estado de Resultados Proyectado para los 4 Sigüientes Años	70
Tabla 28. Cronograma de actividades	71
Tabla 29. Plan de trabajo	72

Resumen Ejecutivo

Ping Media es una agencia de publicidad digital dinámica y creativa que se especializa en proporcionar soluciones integrales para las Mypes. Se esfuerza por impulsar el éxito de los clientes a través de estrategias innovadoras y campañas creativas que generen un impacto significativo en sus audiencias.

El mercado objetivo incluye empresas nacionales ubicadas en el municipio de San Salvador que buscan mejorar su presencia en línea y fuera de línea. Enfocados en una variedad de sectores, ya sea industria alimentaria, manufacturera, comercial, de construcción y ferretería, moda, tecnología, etc.

Ping Media ofrece una amplia gama de servicios profesionales permitiendo el crecimiento de las marcas, siendo un aliado estratégico para impulsar sus atributos de marca mediante servicios de audio, servicio de gestión de redes sociales, estrategias SEO, SEM y CRM, y servicios de producción de videos; utilizando estrategias que se acoplen a sus necesidades.

El modelo de negocio se basa en contratación de paquetes mensuales, adaptado a las necesidades y presupuestos individuales de los clientes, valorando las relaciones a largo plazo, por lo que se espera llegar a ser socios de confianza que contribuyan al éxito sostenido de cada empresa.

Introducción

Las plataformas digitales o plataformas en línea son fundamentales ya que los usuarios pueden conocer los productos o servicios de las empresas, interactuar, realizar transacciones y compartir información. Hay diferentes plataformas para que se lleve a cabo las ventas en línea y la creación de comercio electrónico.

Ping Media es una propuesta de modelo de negocio digital en El Salvador, en el rubro agencias de publicidad digital, enfocada al sector de las Mypes específicamente del municipio de San Salvador. Ping Media funciona como un aliado estratégico para crear contenido de valor estratégico en medios digitales a empresas que estén dispuestas a formar parte en la era digital.

Para validar la viabilidad de esta propuesta de modelo de negocio digital, se tomaron en cuenta factores internos y externos dentro del FODA, que ayudan a visualizar las fortalezas y debilidades de dicha propuesta, versus las amenazas y oportunidades que podrían presentarse. La propuesta incluye el desarrollo del plan de mercadeo, ventas, y finanzas que forman parte de la base sustentable de la investigación con la finalidad de presentar una propuesta útil y necesaria para la sociedad.

CAPÍTULO I

1. Planteamiento del problema y marco teórico

A nivel global, el mercado publicitario digital ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, impulsado por el aumento del uso de dispositivos móviles, el crecimiento de las redes sociales, y la capacidad de las empresas para llegar a audiencias específicas a través de plataformas digitales. En este capítulo se toma en cuenta la evolución de los medios tradicionales hacia los canales digitales, y cómo esta transición ha creado nuevas oportunidades y desafíos para las marcas.

1.1 Planteamiento del problema

1.1.1 Antecedentes

La primera agencia de la historia conocida se data de 1786 y se llamaba William Taylor, con origen en Londres, y la primera agencia de Estados Unidos se origina en 1849 en Filadelfia se llamaba Volney B. Palmer y ya se presentaba como una agencia de publicidad y se encargó de repartir los anuncios que producían sus clientes por diferentes periódicos. Otra agencia que se mantiene hoy en día desde el año 1812 es Reynell & Son, que se mantuvo como una empresa familiar hasta 1993 y ahora forma parte de TMP Worldwide bajo el nombre de TMP Reynell.

Con la llegada de la fotografía moderna tal y como se conoce hoy en día, se implementa el primer anuncio moderno de la historia introduciendo fotografías en 1856, cuando Mathew Brady lo introdujo en un anuncio del periódico New York Herald. Este fue un punto de inflexión en la publicidad moderna hasta ese entonces los anuncios se publicaban solo en ágata, y, sin embargo, se encargó de usar otras fuentes distintivas lo que

causó una gran sensación en el momento de innovación. Estos fueron los primeros anuncios en los que se implementaba un cambio de tipo de letra.

En España, no es hasta 1872 cuando se inaugura la primera agencia de publicidad de la mano de Rafael Roldós i Viñolas, un publicitario de origen catalán. Fundó el centro de anuncios Roldós y compañía y se encargaba de ofrecer servicios publicitarios de manera organizada. Esto surge en un periodo de revolución industrial y textil en Cataluña a finales del siglo XIX, en el que los agentes publicitarios median entre anunciantes y medios de comunicación para sacar el máximo rendimiento a la buena situación en la que se encuentran. (COMUNICARE, s.f.)

Aunque el primer caso de publicidad online se remonta al 1978, cuando se envió el primer correo electrónico con un anuncio, no fue hasta la década de los 90 cuando el formato digital realmente empezó a irrumpir con más fuerza. Surge entonces, más propiamente dicha, la publicidad en Internet.

A principios de los 90 empezaron a aparecer los primeros banners, a los que siguió la publicidad por búsquedas en torno al año 2000. Actualmente, la publicidad en Internet se está sofisticando cada vez más, como por ejemplo a través del retargeting, el branded content o el inbound marketing.

Según un reciente estudio de PwC, en 2020 internet se convertirá en el principal soporte publicitario, por delante de la televisión. Esta transición es totalmente lógica si tenemos en cuenta nuestros hábitos de consumo, cada vez pasamos más tiempo en Internet y menos viendo la televisión como consumidores. (ESIC, 2017)

1.1.2 Descripción

Ping Media inició con el fin de crear una agencia de publicidad dirigida a un público de Mypes, para ofrecer servicios profesionales creativos, novedosos y de tendencias como, por ejemplo: Planeación estratégica y gestión de contenido, calendario de contenido para redes sociales como (Facebook, Instagram TikTok y YouTube).

Como valor agregado, la agencia de publicidad ofrece servicios de productora de audio, cuñas, spot publicitarios, audios originales para reels, storytelling, en formato audio visual para cada marca y formato imagen creativos, como ilustraciones personalizadas; también se ofrece el servicio de podcast de contenido de valor de la empresa, el cliente podrá elegir si decide grabarlo en el estudio, o si desea que el podcast sea realizado estilo entrevista o utilizando la voz de nuestra agencia de publicidad.

1.1.3 Formulación

1. ¿Las Mypes consideran necesario el uso de la publicidad digital para posicionarse en el mercado actual de la era digital?
2. ¿Qué tan rentable y ventajoso puede ser para una Mypes costear una agencia de publicidad digital?
3. ¿Cuál sería la ventaja de contratar una agencia de publicidad sin renombre para la adquisición de servicios profesionales a comparación de una agencia de publicidad reconocida?
4. ¿Cuánto es el presupuesto que se estima como agencia de publicidad para poder promocionar los servicios profesionales?
5. En nuestro país, ¿las Mypes cuentan con apoyo y seguridad por parte de entidades gubernamentales?

1.2 Delimitación del problema

1.2.1 Geográfica y Temporal

La delimitación de la investigación fue dirigida al municipio de San Salvador, enfocado a Mypes.

El período en el que se llevó a cabo la investigación fue de mayo a octubre del 2023. Mismo periodo en el que se desarrolló la especialización de la carrera de Mercadeo Internacional de la Universidad de El Salvador.

1.2.2 Teórica

La creación de la agencia de publicidad se enfocó en ofrecer servicios de publicidad digital audiovisual a Mypes basada en estrategias que vayan enfocadas al crecimiento de las marcas en cuanto a seguidores, fidelización, reconocimiento de marca, visualización, utilizando contenido creativo en tendencia y multimedia, acorde a las necesidades de cada emprendimiento que esté interesado en adquirir este tipo de servicios digitales.

El enfoque de la teoría de la agencia de publicidad Ping Media, tuvo como argumento y base metodológica los siguientes libros que sustentarán con el desarrollo del modelo de negocio digital.

1.Estrategias de marketing digital para Pymes.

Se consideró la utilización de este libro porque es imprescindible, aunque vaya con un enfoque a las pymes, poder argumentarlo con las Mypes que será un enfoque en vista de que éstas puedan actuar proactivamente en un nuevo mundo digital. Este libro, menciona bases que ayuda a que las pymes o Mypes aprovechen los beneficios y ventajas que proporciona la incorporación a su estrategia de una nueva forma de enfocar los mercados y

su relación con los clientes basada en el marketing digital. Lo cual, como agencia de publicidad será indispensable conocer y tomar en cuenta para poder trabajar con este tipo de público.

2. Ley de comercio electrónico de El Salvador.

Ante la incorporación a los medios digitales, es importante conocer el sustento legal de la agencia de publicidad puesto que busca responder a la necesidad de brindar seguridad jurídica a las relaciones comerciales y contractuales, realizadas a través de medios digitales, entre proveedores de bienes y servicios.

3. La publicidad en la era digital.

La publicidad está en fase de reinención y cuál será el papel de las agencias en esta nueva era; cómo ha sido posible que nuevos entrantes hayan arrebatado a los medios tradicionales, áreas de negocio tan significativas como los anuncios clasificados o cuáles son las nuevas herramientas y formatos que se están imponiendo. Cómo enfocar y medir el retorno de la inversión publicitaria en un mundo en constante cambio o las formas en que evoluciona la creatividad.

4. Philip Kotler con “Marketing 5.0”

En este libro el autor hace mención del cambio que el comercio digital ha sufrido en los últimos años y cómo se va transformando hacia la era digital y lo necesario que se vuelve el hecho de no hacer ajeno a la realidad que cada empresa se ve obligada a implementar en su entorno lo digital para seguir siendo competitivo en un mundo tan cambiante.

1.3 Justificación del problema

1.3.1 Novedad

Ping Media se ha enfocado en brindar a las Mypes servicios creativos, novedosos y en tendencias, además de ofrecer los servicios básicos para redes sociales, también se ofrece servicios de productora de audio en los cuales incluye: cuñas, spots publicitarios, audios originales para reels, storytelling en formato audiovisual y en formato imagen.

1.3.2 Utilidad social

Al desarrollar este modelo de negocio digital, se está facilitando a las Mypes poder crecer mediante algo fundamental que es posicionarse en el mercado y medios digitales ante los usuarios a través de contenido de valor que promueva sus productos o servicios y que genere un vínculo de identidad, fidelización o interés ante su público y segmentación dirigida.

1.3.3 Factibilidad

En la actualidad, gracias al impacto de las redes sociales, muchos emprendimientos se toman la tarea de involucrarse más con sus consumidores, haciendo que estos se sientan parte de la marca por medio del contenido en sus redes sociales, el cual ya no solo busca transmitir lo que la empresa quiere vender, sino también adaptarse a los cambios y tendencias. Sin embargo, no todos los emprendimientos tienen la capacidad de asumir este reto y mantenerse actualizados con los nuevos cambios tecnológicos debido a la falta de tiempo o conocimiento, por lo tanto, el trabajo como agencia de publicidad de Ping Media ha sido viable para ofrecer este servicio que ellos no han podido implementar por diferente índole para ser competitivos en el mercado.

Por consiguiente, se considera que el porcentaje es factible para la realidad actual de nuestro país.

1.4. Objetivos

1. 4.1 General

Diseñar un modelo de negocio digital dirigido a las Mypes, ofreciendo servicios profesionales de publicidad digital audiovisual.

1.4.2 Específicos

- Estudiar la evolución de las agencias de publicidad y la necesidad de permanecer actualizados en la era digital y los nuevos cambios para ofrecer servicios profesionales novedosos al público objetivo de acuerdo a sus necesidades y presupuesto.
- Identificar la importancia de la publicidad digital para Mypes como herramienta indispensable en la actualidad con el fin de evaluar el impacto con el público y los medios.
- Identificar las deficiencias que existe respecto al uso de las plataformas digitales en las Mypes del municipio en estudio, con la finalidad de promover herramientas útiles que sean favorables para ellos poder ser competitivos en el mercado.

1.5 Marco Teórico

1.5.1 Histórico

El internet se ha instalado en nuestras vidas y ha llegado para quedarse. La red ha cambiado nuestros hábitos y comportamientos, pero sobre todo “está cambiando nuestras mentes”. “Lo digital” se ha convertido en la forma habitual de tratar la información, ver

contenidos audiovisuales, comprar, relacionarse con otros, entretenerse o trabajar. (Colvée, 2013)

La revolución digital crece sin parar en el mundo global. La tercera parte de la población mundial es ya “internauta” con más de 2.000 millones de personas conectadas a la red. En el 2010 se llegó a los 945 millones de usuarios de redes sociales en el mundo. Facebook, la red social de más éxito del mundo, conecta ya a cerca de 600 millones de usuarios de redes sociales en el mundo. (Colvée, 2013)

Según (Colvée, 2013) Los cambios con el internet son cada vez más masivos, de tal forma que todo va cambiando de forma acelerada, no sólo para la vida de las personas sino también para el ámbito empresarial. Por tal razón, es importante que los negocios se adapten a las nuevas tecnologías y también los consumidores, de tal forma que, si los consumidores cambian, el marketing está obligado a adaptarse a los cambios de sus consumidores.

El auge del marketing en redes sociales y el marketing en buscadores, así como el crecimiento exponencial del comercio electrónico, introducido a los especialistas en marketing en los beneficios de la digitalización. Pero el marketing en el contexto digital no es mucho más que migrar clientes a canales digitales o gastar más en medios digitales. Kotler et al. (2021)

A finales de la década de los años noventa, con el desarrollo de las tecnologías informáticas y la expansión de las telecomunicaciones, se fortaleció un proceso de globalización e interdependencia económicas, que vio el nacimiento de una forma novedosa de realizar actividades comerciales y se creó un nuevo proceso de oferta y demanda, donde tanto oferentes como demandantes situaron sus transacciones a través de medio electrónicos,

principalmente Internet; así surgieron las empresas digitales y los consumidores digitales, cuyas actividades dan vida al comercio electrónico. (Oropeza, 2018)

El comercio electrónico ofrece diversas bondades a todos los diferentes agentes económicos. Los consumidores tienen ventajas, como evitar costos de desplazamiento, una mayor oferta de productos y servicios, costos menores de ciertos productos en comparación con el mercado físico. Por su parte las empresas encuentran menores barreras de mercado, una mayor cantidad de clientes potenciales, en muchos casos reducción de costos en el establecimiento de la empresa, pues muchas de ellas no necesitan un espacio de venta al cliente presencial. (Oropeza, 2018)

1.5.2 Conceptual

Se presentan algunos conceptos claves que se utilizaron en el desarrollo de este modelo de negocio digital.

Publicidad Digital

La publicidad digital hace referencia a todos los esfuerzos de marketing por dar a conocer una marca y sus productos o servicios, a través de los diferentes canales digitales como sitios web, redes sociales, emails, etc. (Augusto, 2022)

Marketing digital

El principal cambio de este nuevo mundo digital es que se puede estar conectados en todo momento y en cualquier lugar. Y en este nuevo mundo emerge y se desarrolla imparablemente el llamado: Marketing digital. (Colvée, 2013)

Publicidad

Hoy en día, los consumidores no esperan solo una publicidad convencional e intrusiva, sino una atención personalizada y auténtica, dicha publicidad debe ser creada con mensajes personalizados, relevantes, memorables y significativos. (Colvée, 2013)

Marketing experiencial

Se basa en la creencia de que los clientes se mueven no solo por impulsos racionales sino también por impulsos emocionales y por tanto los clientes esperan verse atendidos y estimulados sensorialmente. (Colvée, 2013)

Valor para el cliente

Puede definirse como la suma de los beneficios básicos por los que el cliente está dispuesto a escoger un producto o servicio o pagar un mayor precio. (Colvée, 2013)

Inteligencia de clientes

La inteligencia de clientes es una fuente inagotable de mejora en el modelo de negocio y da pautas para definir la propuesta de valor, canales y vías de acceso del cliente a los productos y diseño de la cadena de suministros. (Colvée, 2013)

Clienting

Se basa en el potencial de creación de valor y servicio que la empresa es capaz de proporcionar al cliente para conseguir su fidelización. (Colvée, 2013)

Social Media Marketing

Utiliza los medios sociales en internet como medio para conversar con el cliente.
(Colvée, 2013)

Marketing personalizado

Permite hacer un marketing casi a la medida de cada usuario. En un entorno digital, cada cliente vive una experiencia única y personalizada a través de la comunicación. (Colvée, 2013)

Fidelización

El internet ofrece la posibilidad de la creación de comunidades de usuarios que aporten contenidos, de tal manera que se establezca un diálogo personalizado con los clientes.
(Roberto Carreras, 2011)

Hipermedia

Cualquier sistema de base informática que permita la conexión interactiva, y por lo tanto de travesía no lineal, de la información que es presentada en múltiples formas que incluyen texto, gráficos fijos o animados, fragmentos de películas, sonidos y música.
(Roberto Carreras, 2011)

Storytelling

Es un método de comunicación profundamente arraigado en el ser humano: el hombre se ha servido de él desde tiempos inmemoriales y sigue haciéndolo. Contar historias es algo

común a todas las culturas y a todas las épocas. Cada día todos nosotros, de un modo u otro, nos las contamos. (Roberto Carreras, 2011)

1.5.3 Legal

En nuestro país, las empresas se encuentran reguladas por diferentes leyes que protegen de la competencia y a los consumidores. Por lo tanto, contamos con las siguientes leyes que amparan el modelo de negocio.

Ley de comercio electrónico

Publicada en el diario oficial No. 27, tomo 426, el 10 de febrero de 2020 entrando en vigencia un año después de su publicación.

Objeto.

Art. 1.- La presente ley tiene por objeto establecer un marco legal de las relaciones electrónicas de índole comercial, contractual, realizadas por medios digitales, electrónicos o tecnológicamente equivalentes.

Ámbito de aplicación.

Art. 2.- La presente Ley es aplicable a todo tipo de relación contractual, de carácter comercial o factible de beneficio económico, celebrados de forma electrónica, digital o tecnológicamente equivalente, con excepción de las establecidas en el artículo 5 de la presente Ley.

Sujetos obligados.

Art. 3.- Esta ley será de aplicación a toda persona natural o jurídica, pública o privada establecida en El Salvador, que realice por sí mismo o por medio de intermediarios transacciones comerciales o intercambio de bienes o servicios contractuales, mediante la utilización de cualquier clase de tecnología o por medio de redes de comunicación interconectadas.

Ley de protección al Consumidor

Publicada en el Diario Oficial No. 166, tomo 368, el 08 de septiembre de 2005 entrando en vigencia treinta días después de su publicación.

Objeto y finalidad

Art. 1.- El objeto de esta ley es proteger los derechos de los consumidores a fin de procurar el equilibrio, certeza y seguridad jurídica en sus relaciones con los proveedores.

Así mismo tiene por objeto establecer el Sistema Nacional de Protección al Consumidor y la Defensoría del Consumidor como institución encargada de promover y desarrollar la protección de los consumidores, disponiendo su organización, competencia y sus relaciones con los órganos e instituciones del Estado y los particulares, cuando requiera coordinar su actuación.

Ámbito de aplicación

Art. 2.- Quedan sujetos a esta Ley todos los consumidores y los proveedores, sean estas personas naturales o jurídicas en cuanto a los actos jurídicos celebrados entre ellos,

relativos a la distribución, depósito, venta, arrendamiento comercial o cualquier otra forma de comercialización de bienes o contratación de servicios.

Sujetos de la ley

Art. 3.- Para los efectos de la presente Ley, se entenderá por: a) Consumidor o Usuario: toda persona natural o jurídica que adquiera, utilice o disfrute bienes o servicios, o bien, reciba oferta de los mismos, cualquiera que sea el carácter público o privado, individual o colectivo de quienes los producen, comercialicen, faciliten, suministren o expidan; y,

b) Proveedor: toda persona natural o jurídica, de carácter público o privado que desarrolle actividades de producción, fabricación, importación, suministro, construcción, distribución, alquiler, facilitación, comercialización o contratación de bienes, transformación, almacenamiento, transporte, así como de prestación de servicios a consumidores, mediante el pago de precio, tasa o tarifa. Para efectos de esta Ley, también quedan sujetas las sociedades nulas, irregulares o de hecho, respondiendo solidariamente cualquiera de sus integrantes. Así mismo, será considerado proveedor, quien, en virtud de una eventual contratación comercial, entregue a título gratuito bienes o servicios.

Ley de Marcas y Distintivos Comerciales

Publicada en el Diario Oficial No. 125, tomo 356, el 08 de julio de 2002 entrando en vigencia ocho días después de su publicación.

Objeto de la ley.

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto regular la adquisición, mantenimiento, protección, modificación y licencias de marcas, expresiones o señales de publicidad

comercial, nombres comerciales, emblemas, indicaciones geográficas y denominaciones de origen, así como la prohibición de la competencia desleal en tales materias.

CAPÍTULO II

2. Metodología de la investigación

En este capítulo la metodología de la investigación es un componente esencial para asegurar la validez y la fiabilidad de los resultados obtenidos. En el contexto de la agencia de publicidad digital, la metodología seleccionada debe permitir una comprensión profunda de los desafíos, estrategias y éxitos en la implementación de campañas digitales. Este capítulo describe detalladamente el enfoque metodológico adoptado en esta investigación, incluyendo el diseño del estudio, las técnicas de recolección de datos, los métodos de análisis y los procedimientos éticos. Al proporcionar un marco claro y sistemático para la investigación, se busca garantizar que los hallazgos sean precisos y aplicables a la práctica profesional en el campo de la publicidad digital.

2.1 Metodología de la investigación

2.1.1 Generalidades

Como parte del proceso de investigación, es importante identificar cuál fue la base científica que sustentó el tema seleccionado; por consiguiente, se llevó a cabo los procedimientos del método científico para comprobar la validez del análisis y discusión de resultados de Ping Media.

2.1.3 Enfoque

El enfoque que se utilizó fue mixto, con la finalidad de integrar sistemáticamente los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio para de obtener el resultado de datos y llevar a cabo la investigación.

2.1.2 Método científico

El método científico es un proceso que tiene como finalidad establecer relaciones entre hechos para enunciar leyes y teorías que expliquen y fundamenten el funcionamiento del mundo. (concepto, s.f.)

Con base a la investigación de la propuesta se utilizó el método científico donde se parte de la probabilidad de éxito de dicha formulación, a través de la observación que se utilizó con un enfoque mixto mediante instrumentos de encuesta y entrevista para la obtención de datos.

2.1.4 Universo

El universo estuvo dirigido al municipio de San Salvador, El Salvador.

2.1.5 Población

Estuvo enfocado a la población en general del municipio de San Salvador en edad de 18 años en adelante.

Tabla 1. *Universo de investigación*

Municipio	Universo
San Salvador	316,090
Total	316,090

Fuente: Alcaldía de San Salvador.

2.1.6 Muestra

Es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevó a cabo la investigación. Hay procedimientos para obtener la cantidad de los componentes de la muestra como fórmulas. La muestra es una parte representativa de la población. (López, 2004)

2.1.6.1 Definición y selección de la muestra

La fórmula para la obtención de la muestra que se utilizó fue infinita:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{e^2}$$

Donde:

Z= Nivel de confianza

P= Probabilidad de éxito

(1-P) Probabilidad de fracaso

E= Error

El nivel de confianza fue del 95% con un error del 0.5. Se estima una probabilidad de éxito del 0.5.

Cálculo:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (1-0.5)}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{(3.8416) (0.5) (0.5)}{-0.0025}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n = 3.84.16 \approx 385$$

Tamaño de muestra

2.1.7 Muestreo no probabilístico intencional o por juicio

El muestreo no probabilístico es una técnica de muestreo en la cual el investigador selecciona muestras basadas en un juicio subjetivo en lugar de hacer la selección al azar, las muestras se seleccionan basándose únicamente en el conocimiento y la credibilidad del investigador. (Ortega)

Por consiguiente, se llevó a cabo el muestreo no probabilístico mediante cuatro entrevistas dirigida a microempresarios que están ubicados en el municipio de San Salvador para conocer la opinión que tienen respecto a las agencias de publicidad digital y los servicios que ofrecen.

2.1.8 Técnicas de investigación

Las técnicas de investigación que se utilizaron en el estudio del método científico, fueron la encuesta para la obtención de datos cuantitativos y la entrevista para la obtención de datos cualitativos.

2.1.9 Instrumento de investigación

El instrumento utilizado en esta investigación fue un cuestionario online mediante Google forms, para la recolección de datos cuantitativos y una guía de preguntas semiestructurada para la realización de entrevista y obtención de datos cualitativos.

2.1.10 Presentación de resultados

Dentro de la presentación de resultados se obtuvieron dos universos de estudio, uno que engloba la población del municipio de San Salvador de las edades entre 18 años en

adelante, y el segundo grupo de estudio es el que engloba las entrevistas realizadas a dueños de negocios del municipio de San Salvador.

Los resultados obtenidos dentro de cada uno de los entrevistados se encuentran en la parte de anexo, por lo cual, se hizo el análisis de los objetivos de investigación haciendo un cruce de las respuestas obtenidas por ambos perfiles de estudio, por lo que, por cada objetivo se colocaron las preguntas resumen que abonan a dar respuesta al objetivo luego el análisis interpretado de las respuestas brindadas.

A continuación, se presentan los objetivos de investigación:

I. Estudiar la evolución de las agencias de publicidad y la necesidad de permanecer actualizados en la era digital y los nuevos cambios para ofrecer servicios profesionales novedosos al público objetivo de acuerdo a sus necesidades y presupuesto.

Tabla 2. Cuadro comparativo de instrumentos de investigación que asocian y dan respuesta al objetivo 1.

Instrumento	Preguntas
Encuesta	6. ¿Cuáles son los factores que toma en cuenta al momento de escoger algún producto o servicio? 9. ¿Le gustaría ver más publicidad en redes sociales acerca de micro y pequeñas empresas? 10. ¿Cree usted que la publicidad digital implementada por micro y pequeñas empresas es necesario para el crecimiento de éstas? 11. ¿Cuál de los siguientes recursos digitales cree que sería eficaz para que un negocio pueda incrementar sus seguidores y posibles clientes potenciales?

Entrevista:	<p>6. ¿Actualmente utiliza medios digitales para dar a conocer su negocio a la población?</p> <p>7. En caso de que los utilice, ¿cuáles herramientas digitales hace uso para publicitar su marca?</p> <p>12. ¿Le gustaría que existiera una agencia de publicidad digital que se acople a sus necesidades y poder adquisitivo?</p> <p>14. ¿Cuál de los siguientes recursos digitales estaría dispuesto a adquirir para aumentar sus seguidores y sus posibles clientes potenciales?</p>
--------------------	---

Fuente: Elaboración propia por el equipo de investigación 5E 2023

Hallazgos:

Respuestas brindadas en la encuesta:

Pregunta número 6

En esta pregunta se consultó ¿cuáles eran los factores que las personas toman en cuenta al momento de escoger algún producto o servicio en temas de publicidad digital? obteniendo un 27,9% que la opinión de los demás clientes está en primer lugar, seguido de 14,8% del precio, un 17,9% de la publicidad en redes sociales y con un 15,1% de las promociones que se dan en las redes, y por último 4,2% en otros.

Pregunta número 9

En esta pregunta se consultó ¿si les gustaría ver más publicidad en redes sociales acerca de las micro y pequeñas empresas? por lo cual el universo de estudio respondió que un 71,4% sí quisieran ver más publicidad en redes sociales seguido de 25% de tal vez, y por último un 3,6% que no.

Pregunta número 10

En la pregunta: ¿Cree usted que la publicidad digital implementada por las micros y pequeñas empresas son necesarias para el crecimiento de éstas? el público de universo en estudio respondió que un 94,0% contesta que sí, seguido de un 5,2% que tal vez y un 0,8% que no.

Pregunta número 11

Acá se abordó la pregunta sobre ¿cuál de los siguientes recursos digitales cree que sería eficaz para un negocio poder incrementar sus seguidores y posibles clientes potenciales? de los cuales se obtuvieron como respuestas, un 44,0% respondió que todas las anteriores, seguido de un 25,3% que la planeación estratégica de contenidos estaba en segundo lugar, tener un calendario de contenido para redes con un 19,8%, un 6,5% tener un formato audiovisual e ilustraciones personalizadas, un 2,6% servicios de productora de audio, cuñas, spot publicitarios, audios originales, por último, un 1,8% podcast de contenido de valor.

Respuestas brindadas en la entrevista (Véase Anexo 3):

Pregunta número 6

“Tengo tres años de estar implementando el desarrollo de redes sociales y considero que aún es muy poco lo que hago dentro del mercado” (CREAROKO 2023)

“Si, redes sociales propias y en conjunto con grupos de emprendedores” (Panadería y Pastelería Danés 2023)

Pregunta número 7

“Si, utilizo WhatsApp directamente desde Facebook y Twitter; actualmente estoy implementado Instagram y Twitter al 100%” (Moda a tus pies 2023)

“Solo utilizo Facebook, Instagram y contesto por WhatsApp” (CREAROKO 2023)

Pregunta número 12

“Si, pero me gustaría que existiera una empresa de publicidad digital que brindara ciertos precios que orienten a los pequeños empresarios” (CREAROKO 2023)

“Si me gustaría que existiera una agencia de publicidad digital que se acople a mis necesidades y poder adquisitivo” (Office Dreams)

Pregunta número 14

“Parte de los recursos que estaría disponible a adquirir sería calendario de contenido para redes sociales y servicios de productora de audio, cuñas, spots publicitarios, audios originales” (Office Dreams 2023)

“Dentro de los que mencionan me parecen que valen la pena y son interesante es la planeación estratégica y gestión de contenido, el tema de los formatos audiovisuales me interesa el tema de Podcast que no tengo conocimiento de ello, pero pienso que en nuestra empresa nos ayudaría” (CREAROKO 2023)

II. Identificar la importancia de la publicidad digital para Mypes como herramienta indispensable en la actualidad con el fin de evaluar el impacto con el público y los medios.

Tabla 3. Cuadro comparativo de instrumentos de investigación que asocian y dan respuesta al objetivo 2.

Instrumento	Preguntas
Encuesta	10. ¿Cree usted que la publicidad digital implementada por micro y pequeñas empresas es necesario para el crecimiento de éstas?

	<p>11. ¿Cuál de los siguientes recursos digitales cree que sería eficaz para que un negocio pueda incrementar sus seguidores y posibles clientes potenciales?</p> <p>12. Durante el día ¿cuánto tiempo hace uso de las redes sociales?</p>
Entrevista	<p>12. ¿Le gustaría que existiera una agencia de publicidad digital que se acople a sus necesidades y poder adquisitivo?</p> <p>13. ¿Estaría dispuesto a contratar servicios profesionales de publicidad digital para posicionar su negocio?</p> <p>14. ¿Cuál de los siguientes recursos digitales estaría dispuesto a adquirir para aumentar sus seguidores y sus posibles clientes potenciales?</p>

Fuente: Elaboración propia por el equipo de investigación 5E 2023

Hallazgos:

Respuestas brindadas en la encuesta:

Pregunta número 10

Se hizo la pregunta ¿Cree usted que la publicidad digital implementada por las micros y pequeñas empresas son necesarias para el crecimiento de éstas? el público de universo en estudio respondió que un 94.7% contesta que sí, seguido de un 4.5% que tal vez y un 0.8% que no.

Pregunta número 11

En la pregunta: ¿cuáles de los siguientes recursos digitales cree que sería eficaz para un negocio poder incrementar sus seguidores y posibles clientes potenciales? de lo cual se tuvo como respuesta, un 43.5% respondió que todas las anteriores, seguido de un 25.6% que la planeación estratégica de contenidos estaba en segundo lugar, tener un calendario de contenido para redes con un 22%, un 5.3% tener un formato audiovisual e ilustraciones personalizadas, un 1.6% servicios de productora de audio, cuñas, spot publicitarios, audios originales, por último, un 0.6% podcast de contenido de valor.

Pregunta número 12

Para esta pregunta se quería conocer ¿cuánto tiempo hacen uso de sus redes sociales? por lo que, un 43.5% hola a 2 horas durante el día coma y seguido de 43.9% más de 3 horas y un 12.6% 30 minutos.

Respuestas brindadas en la entrevista:**Pregunta número 12**

“Si, pero me gustaría que existiera una empresa de publicidad digital que brindara ciertos precios que orienten a los pequeños empresarios” (CREAROKO 2023)

“Si me gustaría que existiera una agencia de publicidad digital que se acople a mis necesidades y poder adquisitivo” (Office Dreams)

Pregunta número 13

“Si estoy dispuesto a contratar los servicios de publicidad digital y conocer más sobre los servicios que ofrecerían” (CREAROKO 2023).

“Si, a pesar de que nunca he adquirido servicios de publicidad digital, podría contratar para que mi negocio lo conozcan más personas” (Office Dreams 2023)

“Si me gustaría invertir en TikTok haciendo videos para que se den a conocer los productos que ya están dentro del local” (Moda a tus pies 2023).

Pregunta número 14

“Planeación estratégica y gestión de contenido, Calendario de contenido para redes sociales, servicios de productora de audio, cuñas más que todo me gusta el formato de audio porque se reproduce en la bocina para mi negocio” (Moda a tus pies 2023).

“Dentro de los que mencionan me parecen que valen la pena y son interesante es la planeación estratégica y gestión de contenido, el tema de los formatos audiovisuales me interesa el tema de Podcast que no tengo conocimiento de ello, pero pienso que en nuestra empresa nos ayudaría” (CREAROKO 2023).

III. Identificar las deficiencias que existe respecto al uso de las plataformas digitales en las Mypes del municipio en estudio, con la finalidad de promover herramientas útiles que sean favorables para ellos poder ser competitivos en el mercado.

Tabla 4. Cuadro comparativo de instrumentos de investigación que asocian y dan respuesta al objetivo 3.

Instrumento	Preguntas
Encuesta	4. ¿Conoce cuál es la diferencia entre publicidad convencional y publicidad digital? 5. ¿Qué medios digitales utiliza para obtener información acerca de alguna marca o negocio? 6. ¿Cuáles son los factores que toma en cuenta al momento de escoger algún producto o servicio?
Entrevista	8. Si aún no utiliza medios digitales, ¿estaría dispuesto hacer uso de ellos para que su negocio sea conocido por más personas? 9. En caso de que haga uso de la publicidad digital, ¿cuáles son las dificultades con las que se enfrenta cuando hace uso de ellas? 15. Aproximadamente ¿cuánto es el presupuesto estimado que está dispuesto a invertir en publicidad digital?

Fuente: Elaboración propia por el equipo de investigación 5E 2023

Hallazgos:

Respuestas brindadas en la encuesta:**Pregunta número 4**

En esta pregunta en la cual hacemos énfasis en que, si conoce la diferencia entre la publicidad convencional y la publicidad digital, un 83,3% respondió que sí conocen la diferencia mientras que un 16,9% no la conoce.

Pregunta número 5

Dentro de la pregunta ¿Qué medios utiliza para obtener información acerca de una marca o algún negocio?, dentro de las respuestas posibles se encuentra WhatsApp, Facebook, Instagram, TikTok, y todas las anteriores. Por tanto, un 57,0% marcaron todas las anteriores, seguido de Instagram con un 17,4%, Y Facebook con un 20,6%, WhatsApp con un 3,13% y TikTok con un 1,82%.

Pregunta número 6

En esta pregunta se consultó cuáles eran los factores que toman en cuenta al momento de escoger algún producto o servicio en temas de publicidad digital, con un 38,0% la opinión de los demás clientes está en primer lugar, seguido de 27,9% del precio, un 15,1% de la publicidad en redes sociales y con un 14,8% de las promociones que se dan en las redes, y por último 4,2% en otros.

Respuestas brindadas en la entrevista:**Pregunta número 8**

“Si, estoy dispuesta a utilizar cualquier medio digital necesario para que más personas me conozcan” (Office Dreams 2023)

“Si utilizamos medios digitales y seguimos interesados en seguir trabajando en ellas para seguir creciendo” (CREAROKO 2023).

Pregunta número 9

“Por el momento cuento con un freelance que es quien me apoya con el contenido de redes sociales, sé que no cuenta el conocimiento suficiente como la que tienen las agencias de publicidad” (CREAROKO 2023).

“Por el momento el tiempo en dedicarme a la creación de contenido es una de las dificultades con las que cuento” (Panadería y Pastelería Danés 2023).

“Estoy en proceso de crear una página web para poder implementar y llegar a más clientes y que el cliente pueda hacer sus compras en línea y encargarnos del envío” (Moda a tus pies 2023).

Pregunta número 15

“Aproximadamente 100 dólares mensuales” (Moda a tus pies 2023)

“No tenemos presupuesto designado para publicidad, tendría que hacer un cálculo de costo beneficio para abrir una partida de inversión, ya que siendo un negocio aún en vías de expansión lo considero importante pero los ingresos con los aumentos del precio de materia prima y el pago de impuestos se llevan gran parte de la ganancia” (Panadería y Pastelería Danés)

“Mensualmente tenemos una inversión en publicidad es de \$2,500.00 aproximadamente, ese presupuesto es el asignado para publicidad” (CREAROKO 2023)

“Primero haría una prueba para ver el impacto que tendrá en mi negocio y luego establecer un presupuesto para adquirir de forma permanente los servicios de publicidad digital” (Office Dreams 2023).

Análisis de los hallazgos encontrados del segundo objetivo:

2.2 Diagnóstico de la situación actual

2.2.1 FODA cruzado

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

El análisis FODA que significa fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, es muy importante para analizar cada uno de estos factores y planificar correctamente el crecimiento de las organizaciones ya que es una herramienta simple y, a la vez, potente que ayuda a identificar las oportunidades competitivas de mejora. Permite trabajar para mejorar el negocio y el equipo mientras se mantiene a la cabeza de las tendencias del mercado. (Raeburn, 2021)

Figura 1: FODA



Fuente: Elaboración propia por el equipo de investigación 5E 2023

Dentro del análisis cruzado se obtuvieron las distintas estrategias que brindan resultados y soluciones a cada uno de los cuadrantes, que busca combinar los puntos positivos y negativos para potenciar las fortalezas de la empresa, aprovechar las oportunidades, neutralizar las amenazas y corregir las debilidades. Por tanto, a continuación, se presenta su implementación:

Tabla 5. Matriz FODA cruzado

	Fortalezas	Debilidades
	<p>f1- Tienen más de 3 años en el mercado.</p> <p>f2- Tienen conocimiento sobre publicidad digital.</p> <p>f3- Ya hacen uso de redes sociales</p> <p>f4- Saben sobre el uso de tecnologías.</p> <p>f5- Se brindará lo último en tendencia de las estrategias de publicidad digital.</p>	<p>d1- No conocen de estrategias digitales</p> <p>d2- No tienen claro la plataforma que más se adapta a su negocio</p> <p>d3- No posee un calendario de contenido</p> <p>d4- No disponen de un presupuesto claro para hacer crecer su negocio.</p>
Oportunidades	fo (fortalezas – oportunidades) (maxi – maxi)	do (debilidades – oportunidades) (mini – maxi)
<p>o1- Son abiertos en invertir si se les brinda un crecimiento en ventas a través de la publicidad digital.</p> <p>o2- Pueden darse a conocer más en el mercado.</p> <p>o3- Conocer de otras plataformas en redes sociales.</p> <p>o4- Aprender sobre estrategias de publicidad digital.</p>	<p>f5o1- Aprovechar las estrategias en tendencia para un mejor uso de la inversión.</p> <p>f2f4f5o2- Una mayor presencia en medios digitales al contratar los servicios.</p> <p>f2f4o3- Establecer calendarios de contenidos adecuado a las redes que su negocio necesita.</p> <p>f2f5o4- Asesoramiento continuo sobre el manejo de estrategias digitales.</p>	<p>d1o3o4- Capacitarse sobre el uso de estrategias digitales.</p> <p>d2o3- Mejor adaptación conforme a sus necesidades de publicidad en redes sociales.</p> <p>d3o4- Claridad en el contenido a difundir en redes sociales.</p> <p>d4o1- Aprovechamiento del recurso financiero para darse a conocer en redes sociales.</p>
Amenazas	fa (fortalezas – amenazas) (maxi – mini)	da (debilidades – amenazas) (mini – mini)
<p>a1- Hacer un mal manejo de plataformas digitales que perjudiquen su negocio.</p> <p>a2- Que el contenido que se cree no sea adecuado y cierren su marca en las redes sociales.</p>	<p>f2f5a1- Adecuación de las estrategias digitales para atraer clientes potenciales.</p> <p>f2f3a2- Propuesta de calendario de contenido adecuadas a su necesidad.</p>	<p>d3a1- Conocer con anticipación un calendario de contenido.</p> <p>d1a2- Se tiene claro las estrategias a aprovechar para mejoramiento del negocio.</p>

Fuente: Elaboración propia por el equipo de investigación 5E 2023

2.2.2 Desarrollo de 5 Fuerzas de Michael Porter

Es un modelo creado por Michael Porter en 1979 para definir la estrategia de negocio de una empresa. Su principal beneficio consiste en que da la oportunidad a las empresas de anticiparse e influenciar a la competencia. Además, también recoge los orígenes de la rentabilidad y estudia el mercado como un todo.

1. El poder de negociación de los clientes.

Esta fuerza examina el poder del consumidor y su efecto sobre los precios y la calidad, por tal razón el cliente es lo más importante, y suplir sus necesidades es la base que sustenta Ping Media. Por lo que se identificó que la falta de conocimiento y el dinero son uno de los principales factores que afecta la contratación de una agencia de publicidad, para empresas pequeñas o medianas, o principalmente para emprendimientos o marcas personales, y el tiempo que les tomaría si como empresa deciden hacer su propia publicidad sin conocer sobre el tema y su funcionalidad.

La propuesta de valor, está dirigida en brindar servicios de publicidad digital y como valor agregado la agencia de publicidad ofrecerá servicios de productora de audio, cuñas, spot publicitarios, audios originales para reels, storytelling, en formato audio visual para cada marca y formato imagen creativos, como ilustraciones; también se ofrecerá el servicio de podcast de contenido de valor de la empresa, el cliente podrá elegir si decide grabarlo en el estudio, o si desea que el podcast sea realizado estilo entrevista o utilizando la voz de la agencia de publicidad.

2. El poder de negociación de los proveedores

Esta fuerza permite generar una relación entre la empresa y los proveedores que mejoren los procesos del servicio que se ofrece.

En Ping Media se realizará negociación con proveedores de internet, y tiendas comerciales de productos tecnológicos para ofrecer un buen servicio a los clientes.

3. La amenaza de nuevos competidores entrantes

La tercera fuerza es la amenaza de entrada de nuevos competidores. La aparición de competidores en la industria se debe a la existencia de un mayor número de materias primas dentro de ese sector, por lo que el aumento de la oferta será elevado.

Los competidores directos de Ping Media serán principalmente las agencias medianas de publicidad debido a que cuentan con un establecimiento reconocido y popular.

4. La amenaza de nuevos productos sustitutivos

La cuarta fuerza es la aparición de nuevas empresas que ofrecen productos o servicios que pueden llegar a sustituir el que se está ofertando. La aparición de estos productos o servicios provoca que se delimite el precio de los productos o servicios que se disponen. Si se diera el caso de que estos aumentarían, se correría el riesgo de que los clientes potenciales optarían por los productos o servicios sustitutivos.

En este caso como ejemplo, si las agencias de publicidad se enfocaran en un segmento de mercado similar al que estaría enfocada nuestra agencia de publicidad y ofreciendo servicios similares a los precios más bajos, podría representar un servicio sustituto para nuestra posible cartera de clientes.

5. La rivalidad entre los competidores

Esta fuerza representa el resultado de los cuatro anteriores y es el que proporciona a la empresa la información necesaria para el establecimiento de las estrategias de posicionamiento en el mercado. Cada competidor establece sus propias estrategias con las que destaca sobre los demás. De tal modo, que una fuerte rivalidad se traduce en muchas estrategias. Parte de las estrategias utilizadas como agencia de publicidad será enfatizar los servicios profesionales creativos, novedosos y en tendencia que estará disponible y adecuado a los diferentes rubros de las empresas de los clientes potenciales, como segunda estrategia será ofrecer servicios con precios considerables y accesibles y, como tercera estrategia será la efectividad de contenidos en los medios digitales y el uso accesible del sitio web.

2.2.3 Desarrollo de PEST

El desarrollo del PEST es el que permite dar a conocer los factores externos para que el emprendimiento o negocio evolucione.

Los factores externos que se tienen son: entorno político, entorno económico, entorno social y el entorno tecnológico; es importante el PEST en cualquier etapa que se encuentre el emprendimiento para tener una mejor visión y así los riesgos se minimizan para poder realizar la idea de negocio más eficaz.

Figura 2: PEST

Fuente: Elaboración propia por el equipo de investigación 5E 2023

2.3 Conclusiones del diagnóstico de la situación

- En relación al resultado obtenido, de acuerdo a la investigación, los entrevistados si hacen uso de publicidad digital en sus negocios, sin embargo, los medios por los cuales dan a conocer sus servicios y productos son redes sociales como Facebook y WhatsApp, aun no hacen uso de otras redes sociales que pueden ser usadas y que actualmente están siendo tendencia como TikTok y YouTube y podrían acaparar más público para sus negocios, esta falta de interés se da debido a que no cuentan con el apoyo de una agencia de publicidad debido a los altos precios que conlleva adquirir los servicios que estas brindan, de igual forma algunos todavía utilizan medios tradicionales como repartir volantes cerca de sus negocios debido a que, aunque hagan uso de redes sociales, aun no cuentan con la experiencia y conocimiento suficiente para la creación de contenido estratégico siendo este uno de los más importantes en los medios digitales para el incremento de clientes potenciales.

- Para los microempresarios el contar con una agencia de publicidad que se adapte a sus necesidades, es igual de importante que sus demás proveedores, esto debido a que están al tanto de que las empresas independientemente de su tamaño, comparten el mismo interés que es seguir creciendo y cada vez ser más reconocidos en el mercado.

De acuerdo a la opinión obtenida en las entrevistas, los micros y pequeños empresarios están dispuestos a contratar servicios profesionales de publicidad digital, dado que, el interés común es contar con más seguidores y visitantes para que sus productos, servicios y marcas sean más conocidos por la población.

- La publicidad digital forma parte esencial para el crecimiento de los negocios, razón por la cual, los micro y pequeños empresarios están dispuestos a implementar los diferentes medios digitales que están siendo tendencia para poder seguir creciendo en el mercado y ser más competitivos por lo que indicaron que si bien es cierto están interesados en adquirir dichos servicios, deberán de realizar un presupuesto que se adapte a la liquidez con la que el negocio cuenta.

2.4 Desarrollo de lienzo canvas

2.4.1 Lienzo Canvas

El modelo Canvas es una herramienta de gestión estratégica creada por el consultor de negocios Alexander Osterwalder y el profesor de sistemas de información y gestión Yves Pigneur, que proporciona un mayor conocimiento de los aspectos claves de un negocio.

A través de sus 9 categorías, que representan los componentes básicos de una buena organización, se puede visualizar la infraestructura, la oferta, los clientes y la situación

financiera de tu negocio. De esta manera, es posible reconocer las deficiencias y analizar el rendimiento. (Salesforce LATAM, 2021)

A continuación, se presenta el lienzo Canvas de Ping Media.

Figura 3: Lienzo Canvas Ping Media



Fuente: Elaboración propia por el equipo de investigación 5E 2023

CAPITULO III

Propuesta de plan de negocio

En el dinámico y competitivo mundo de la publicidad digital, la creación de una agencia exitosa requiere una planificación estratégica y una comprensión profunda del mercado. La propuesta del plan de negocio es un componente crucial para establecer una hoja

de ruta clara hacia el éxito. Este capítulo presenta una propuesta detallada para el plan de negocio de la agencia de publicidad Ping Media, abordando aspectos fundamentales como la visión y misión de la empresa, el análisis del mercado, la estrategia de marketing, la estructura organizacional, y las proyecciones financieras. A través de este plan, se busca proporcionar una base sólida para el lanzamiento y el crecimiento sostenible de la agencia, garantizando su capacidad para competir efectivamente y satisfacer las necesidades de sus clientes.

3.1 Descripción del negocio

Ping Media es una propuesta innovadora que viene a sumar a empresas con sueños de sumergirse al mundo digital actual, es más que una agencia de publicidad digital, un aliado enfocado a inspirar a los clientes a crear contenido más allá de sus límites y desde diferentes ángulos, mediante estrategias de publicidad creativas e innovadoras que conecten y formen vínculos con sus audiencias. Dando como resultado un posicionamiento y adaptación al ritmo exigente y cambiante en los medios digitales.

3.1.1 Nombre del negocio

Ping Media

Figura 4: Logo del negocio



Fuente: Elaboración propia por el equipo de investigación 5E 2023

3.1.2 Información general

- **Nombre del representante de la empresa:** Claudia Roñac
- **Giro del negocio:** Agencias de publicidad
- **Productos:** Servicios de publicidad digital, creación de contenido para redes sociales Facebook, Instagram y TikTok.
- **Ubicación:** Centro Comercial plaza San Jacinto, Calle México y Avenida los diplomáticos. A la par de ex casa presidencial. San Salvador.

3.2 Marco estratégico

3.2.1 Misión

Nos dedicamos a generar valor y marcar la diferencia con los servicios profesionales de publicidad y marketing digital a Mypes y emprendedores locales e internacionales; con contenidos frescos, creativos e innovadores que respondan a los objetivos y necesidades de los clientes.

3.2.2 Visión

Aspiramos ser una compañía reconocida a nivel regional, como la agencia de publicidad y marketing digital especializada a proveer respuestas creativas e innovadores, que ofrece respuesta a los desafíos de cada uno de los aliados comerciales, proveyendo presencia de marca y resultados evidentes que perduren en el tiempo y al ritmo del dinámico mundo digital.

3.2.3 Valores

- ▶ Integridad (*Se trabaja bajo la ética y transparencia, mostrando coherencia entre lo que dice y se hace*)
- ▶ Calidad (*Entregar servicios efectivos y funcionales a los aliados*)
- ▶ Lealtad (*Se cree en el sentido de fidelidad tanto interna como externa*)
- ▶ Innovación (*Mantenerse a la vanguardia de los cambios que competen en el mundo digital*)
- ▶ Pasión (*Comprometidos con el corazón y con la razón de lo que se hace*)
- ▶ Honestidad (*Fomentar la verdad con claridad en todas las relaciones profesionales*)
- ▶ Excelencia (*Entregar lo mejor de cada uno para entregar calidad*)

3.2.4 Objetivos

- ▶ Ofrecer servicios publicitarios e innovadores que aporten valor a los clientes en el mundo digital.
- ▶ Guiar a los aliados a la inmersión, desarrollo y posicionamiento en los medios digitales, mediante estrategias de publicidad que representen su identidad, valores y objetivos.
- ▶ Ayudar a los clientes a potenciar y fortalecer sus comunidades en las redes sociales, logrando así la fidelización e identidad con sus públicos metas.
- ▶ Crear campañas estratégicas y contenido audiovisual de alto impacto, que genere resultados y responda a la necesidad tanto para los clientes, como para sus audiencias.

- ▶ Formar una cartera de clientes leales, satisfechos que hablen del trabajo en el corto y mediano plazo.
- ▶ Generar una cultura de constante aprendizaje, para mantenerse en competencia, innovando y a la vanguardia de las exigencias de las audiencias en el mundo digital.

3.2.5 Metas

- ▶ Generar contactos y acercamiento a un mínimo de 10 Mypes y/o emprendedores para conocer sus expectativas y necesidades en sus empresas, para poder brindarle respuestas a través de campañas enfocadas al reconocimiento de marca.
- ▶ Crear y cerrar contrato de un mínimo de 5 propuestas digitales de publicidad para 6 Mypes y/o emprendedores locales, en un lapso de 3 meses, para generar la primera carta de presentación.
- ▶ Vender un mínimo de 3 calendarios de contenido mensual, que incluya 1 producción audiovisual, 1 sesión fotográfica, y 1 producción de audio en el último trimestre del 2023.
- ▶ Vender 1 línea gráfica e identidad de marca, así como la creación de cuentas en plataformas digitales a una empresa totalmente nueva a las redes sociales.
- ▶ Realizar un video institucional de PING, como muestra del talento, capacidades y creatividad.
- ▶ Vender un podcast de contenido de valor para una Mypes o emprendedor en el transcurso de los tres próximos meses.

3.3. Descripción de los productos o servicios

Los servicios profesionales se dividen en 3 categorías, que tendrían costos separados por lo tanto se agregaría al precio final dependiendo el paquete o estrategia a implementar para el cliente.

Tabla 6. Listado de equipo

Cantidad	Equipo	Marca	Valor
Estudio audiovisual			
1	Micrófono de condensador	Audiotechnica AT2020	\$225.00 USD
1	Micrófono de solapa inalámbrico	Shure	\$899.95.00 USD
1	Micrófono dinámico SM58-LC	Shure	\$169.95.00 USD
1	Micrófono blue Yeti	Yeti	\$199.00 USD
1	Micrófono dinámico	XSound	\$21.95 USD
1	Cámara EOS T5	Cannon	\$299.00 USD
2	Trípode Element		\$411.68 USD
1	Pedestal		\$35.00 USD
1	Interfaz de audio	Scarlett	\$305.00 USD
1	Interfaz móvil iRing 2	iRing	\$56.83. USD
Equipo de oficina			
1	Laptop	Asus Ryzen 5	\$700.00 USD
1	Laptop	MAC	\$1199.00. USD
1	Laptop	HP Pavilion	\$849.00 USD
1	Iphone	13 Pro Max	\$829.00 USD
2	Aire acondicionado	Adina	\$798.00 USD
12	Panel acústico de espuma		\$30.00 USD
3	Sillas de escritorio		\$117.00 USD
3	Escritorios de oficina		\$237.00 USD

Fuente: Elaboración propia por el equipo de investigación 5E 2023

Tabla 7. Servicios de producción de audio

Servicio	Descripción	Precio unidad (sin IVA)	Precio paquetes
Cuñas publicitarias	Producción: voz, edición y musicalización de 30”	50.00 USD	45.00 USD - paq 3 en adelante 40.00 USD - paq 6 en adelante 35.00 USD - Paq 10 en adelante
Cuñas publicitarias	Producción: voz, edición y musicalización de 1 minuto	90.00 USD	80.00 USD - paq 3 en adelante 75.00 USD - paq 6 en adelante 65.00 USD - Paq 10 en adelante
Voz en off	Grabación y masterización de voz 30”	40.00 USD	35.00 USD - paq 4 en adelante
	Grabación y masterización de voz 1 min	70.00 USD	60.00 USD - paq 4 en adelante
Podcast	Producción de 20 a 30 minutos: grabación, post producción y 1 clips en formato de preferencia.	\$175.00 USD	*precio especial por contrato y 5 podcast en adelante.
	Producción de 30 a 45 minutos: grabación, post producción y 2 clips en formato de preferencia.	\$200.00 USD	

Nota: Todos los audios incluyen edición de texto, revisión y corrección.

Fuente: Elaboración propia por el equipo de investigación 5E 2023

Tabla 8. Servicio de gestión de redes sociales y estrategias SEO, SEM y CRM

Servicio	Descripción	Precio paquete mensual (sin IVA)
Paquete “PING DESDE CERO”	Creación de redes sociales: Fans Page Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn, Twitter (las que elija). Logo, línea gráfica, pieza para Fans page, 2 piezas para anuncios y 6 piezas de contenido, posteo de piezas de contenido y pauta.	\$250.00 USD cobro una única vez

Paquete “PING BÁSICO”	<p>Gestión de Facebook e Instagram: Planificación estratégica trimestral, calendario de contenido de 10 post mensuales, 3 piezas para pauta, cambio de portada mensual, administración de redes, administración de pauta hasta \$800.00,</p> <p>1 reporte mensual de contenido y 1 reporte de resultado de pauta.</p> <p>Gratis: 4 adaptaciones para historias y 3 piezas extras (piezas no post)</p>	\$199.00 USD
Paquete “PING FULL”	<p>Gestión de Facebook e Instagram: Planificación estratégica trimestral, calendario de contenido de 20 post mensuales, 4 piezas para pauta, cambio de portada mensual, administración de redes, administración de pauta hasta \$1,000.00,</p> <p>1 reporte mensual de contenido y 1 reporte de resultado de pauta y producción bimensual de fotografía, si fuere necesario (1 ½ máximo)</p> <p>Gratis: 6 adaptaciones para historias y 5 piezas extras (piezas no post).</p>	\$299.00 USD
Paquete “PING PREMIUN”	<p>Gestión de Facebook e Instagram: Planificación estratégica trimestral, calendario de contenido de 30 post mensuales, 6 piezas para pauta, cambio de portada mensual, administración de redes, administración de pauta hasta \$1,000.00,</p> <p>1 reporte mensual de contenido, 1 reporte de resultado de pauta, 1 animación en formato de preferencia al mes y producción bimensual de fotografía si fuere necesario (2 máximo).</p> <p>Gratis: 6 adaptaciones para historias y 8 piezas extras (piezas no post)</p>	\$399.00 USD
Servicios SEO	<ul style="list-style-type: none"> - Auditoría SEO - Optimización on page y off page - Mantenimiento y actualizaciones - Optimización del contenido - Migraciones SEO - 1 Reporte mensual de resultados. 	\$200.00 USD
Servicios SEM	<p>- Creación y gestión de campañas publicitarias en motores de búsqueda en Google Ads.</p>	\$250.00 USD

	<ul style="list-style-type: none"> - Investigación de palabras clave y estrategias de segmentación para maximizar el rendimiento de las campañas publicitarias. - Análisis y seguimiento del rendimiento de las campañas publicitarias, utilizando herramientas de análisis de SEM. - Administración de pauta hasta \$700 - Servicios de remarketing para llegar a usuarios que ya han interactuado con la marca o el sitio web. - 1 Reporte mensual de resultados. 	
Servicios CRM	<ul style="list-style-type: none"> - Diagnóstico de CRM adecuado para la empresa - Adquisición de CRM (semestral o anual) - Implementación y sincronización de redes sociales a CRM - Estructura y configuración de CRM - Capacitación al personal involucrado en el uso del CRM por 3 días. - Asistencia gratuita por un mes. - Extra: Reporte y análisis de resultados mensual por \$50 mensual 	\$500.00 USD

Nota: precios pueden variar si se agrega producción de foto o video. Precios no incluye gestión de una 3era o más redes sociales. Precio no incluye atención y seguimiento de respuesta a clientes finales. Los posts se refieren a piezas gráficas, no videos reels.

Los servicios SEM y CRM no incluyen presupuesto de pauta y adquisición de membresía.

Fuente: Elaboración propia por el equipo de investigación 5E 2023.

Tabla 9. Servicios de producción de videos

Servicio	Descripción	Precio unidad (sin IVA)	Precio paquetes
Reels 20"- 30"	Storyboard, toma de insumos (video o fotografía) y edición en formato Reel (FB, IG o TikTok)	\$75.00 USD	\$65.00 p/3 reels en adelante

Video institucional 30" a 1 minuto	Storyboard, toma de insumos (video o fotografía) y edición en formato reel, cuadrado o rectangular, según preferencia.	\$145.00 USD	\$125.00 p/3 producciones en adelante
Video podcast	Producción de 20 a 30 minutos: grabación en estudio o exterior, post producción y 1 clips en formato de preferencia. Producción de 30 a 45 minutos: grabación en estudio o exterior, post producción y 2 clips en formato de preferencia.	\$200.00 USD \$240.00 USD	*precio especial por contrato y 5 podcast en adelante.

Nota: Todos los videos incluyen storyboard, revisión y corrección. Precio no varía si el guion lo proporciona el cliente. Precios incluye trabajo de producción. No varía el precio si el cliente proporciona insumo.

Fuente: Elaboración propia por el equipo de investigación 5E 2023

Estas categorías están pensadas en ofrecer a los clientes, servicios individuales o en conjunto, según sea la necesidad.

3.4. Ventaja competitiva

Es una característica única y sostenible en el transcurso del tiempo que no posea cualquier otra empresa que compita en el mismo mercado. La ventaja competitiva según Porter es la base del desempeño sobre el promedio dentro de una industria. (Rockcontent, 2019)

“Creando e influyendo”

La ventaja competitiva de Ping Media es crear estrategias sostenibles basadas en resultados positivos que influyan en los resultados de los clientes, para como emprendedores reciban notificaciones de aceptación de sus productos o servicios por parte de sus clientes.

3.5. Plan organizacional

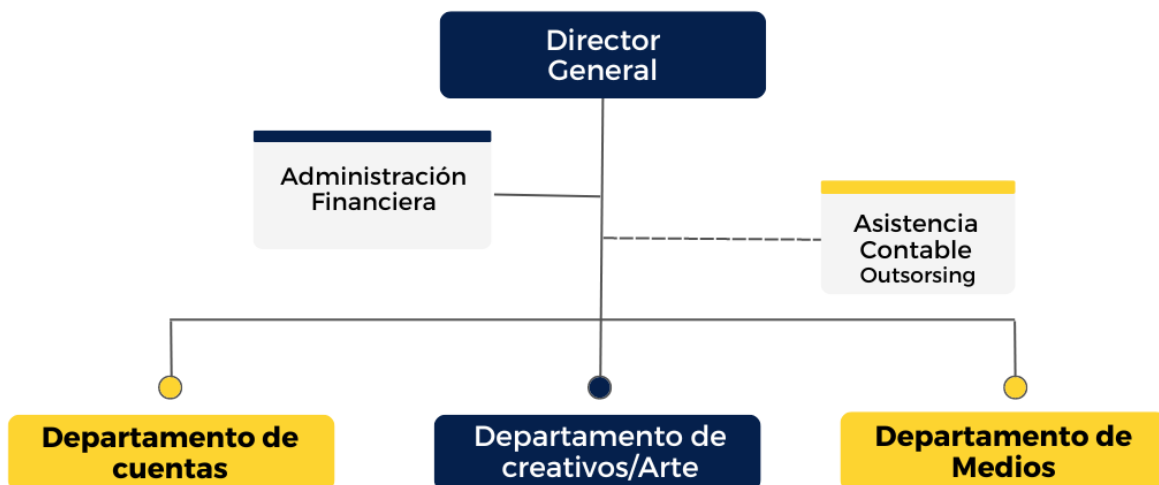
A. Estructura organizativa de la empresa

Ping Media se conformará bajo una estructura de organización jerárquica que se organiza con una estructura piramidal, ordenados de los de mayor rango al nivel más bajo de la cadena, con esta estructura se marcan límites claros entre los miembros de un equipo.

Ping Media posee una estructura en la que permite que al inicio los colaboradores posean más de un cargo.

Se detalla a continuación los distintos departamentos:

Figura 5: Organigrama Ping Media



Fuente: Elaboración propia por el equipo de investigación 5E 2023

B. Organización de gestión y recursos humanos

Tabla 10. Áreas de gestión Ping Media

Área de gestión	Funciones	Habilidades requeridas	Cantidad de personas	¿Quién lo hará?
Director General	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Organizar y gestionar las tareas, las prioridades y las metas que se ha propuesto la empresa. ❖ Supervisar y evaluar el trabajo que desempeñan los empleados. ❖ Resolver problemas internos para que no afecten a la imagen de la compañía. ❖ Desarrollar e implementar estrategias de crecimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Profesional orientado a los resultados. ✓ Un líder, que inspire y guíe a los demás. ✓ Una personalidad íntegra y proactiva. ✓ Un perfil resiliente. ✓ Planificar y dirigir el trabajo diario. ✓ Buena comunicación. 	1	Kenia Soriano
Depto. de Administración y Finanzas	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Ocuparse de la creación y gestión de presupuestos. ❖ Supervisar la contratación de empleados. ❖ Evaluar rendimiento y productividad. ❖ Evaluar el análisis de datos contables y financieros. ❖ Investigar e identificar oportunidades de crecimiento. ❖ Generar e interpretar informes. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Una persona comprometida con la empresa. ✓ Fuertes cualidades de liderazgo. ✓ Excelentes habilidades de comunicación. ✓ Persona altamente organizada. ✓ Una persona con fuerte ética de trabajo. ✓ Buenas habilidades interpersonales. ✓ Atención meticulosa a los detalles. 	1	Claudia Roñac

<p>Depto. de cuentas</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Analiza las necesidades de los clientes y gestiona las reuniones con ellos. ❖ Debe conocer y aprender mucho del negocio del cliente para quien está trabajando él y sus subordinados. ❖ Deberá recomendar investigaciones cuando fuera necesario y debe concurrir a ellas. ❖ Analizar, conjuntamente con el cliente, los posibles problemas de comunicación del producto. ❖ Acompañar la creación del mensaje e involucrarse con él. ❖ Vende las ideas creativas al cliente. ❖ Una vez culminada la campaña publicitaria puede analizar los resultados con el cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Excelentes habilidades de liderazgo y dirección de equipos ✓ Capacidad para desarrollar y ejecutar estrategias de marketing efectivas. ✓ Habilidades analíticas y de toma de decisiones ✓ Excelente comunicación y habilidades interpersonales. ✓ Conocimiento profundo del mercado y de las tendencias en marketing. ✓ Orientación al cliente y empatía para comprender sus necesidades. ✓ Creatividad y capacidad para pensar en soluciones innovadoras. 	<p>1</p>	<p>Kenia Soriano</p>
<p>Depto. Creativo / Artes</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Se encarga de crear y dirigir los mensajes publicitarios (textos, guiones, titulares, copys, etc.). ❖ De aquí salen las ideas que luego se venderán al cliente. ❖ Plasmar la creatividad en los diseños en los diferentes formatos digitales que sean requeridos. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sentido artístico, disposición para experimentar con ideas y herramientas nuevas. ✓ Excelentes habilidades de comunicación y liderazgo. ✓ Comunicación clara de manera verbal y escrita para expresar sus ideas. ✓ Escucha activa. ✓ Tener vocación de servicio. ✓ Ofrecer retroalimentación honesta y directa. 	<p>1</p>	<p>Claudia Roñac</p>

		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Proporcionar críticas constructivas y ser receptivo a las opiniones del equipo. ✓ Ser una persona organizada y capaz de manejar el tiempo de manera eficiente. ✓ Uso de programas de diseño Photoshop e Ilustrador. 		
Depto. de medios	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Es el departamento responsable de hacer crecer la idea del creativo en lo que refiere a los medios audiovisuales. ❖ Es el encargado de seleccionar las herramientas e insumos requeridos para la producción de cierto material digital. ❖ El departamento de Producción es responsable de comparar presupuestos (relación calidad-costos) para optimizar la inversión del cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Credibilidad Profesional. ✓ Planificación y Organización ✓ Trabajo en equipo. ✓ Conocimiento del uso de equipo profesional. ✓ Uso de programas de producción audiovisual. 	1	Gabriela Corvera

Fuente: Elaboración propia por el equipo de investigación 5E 2023

C. Proceso administrativo

Planificación

El director general es el que se encarga que la empresa cumpla todos los objetivos de la forma más eficiente por lo que deberá ser una persona responsable por el rumbo de la organización por lo que deberá planificar ya sea procedimientos y estrategias para poder alcanzar las metas propuestas, es por ello que es importante contar con la mejor información, así como la colaboración del equipo para que se obtengan los resultados esperados.

Organización

La gerencia general de Ping Media se capacita para poder mantenerse actualizado sobre nueva información acerca de las tendencias digitales y se estará haciendo el respectivo reclutamiento de personal para que el funcionamiento de la empresa sea eficiente en todos los departamentos existentes.

Dirección

En esta parte, se trabaja en conjunto con todo el equipo dirigiéndolo para el cumplimiento de los objetivos y metas propuestas, esta etapa del proceso administrativo lleva a que todos trabajen en una misma dirección orientados a una sola meta.

Control

En la parte de dirección quien está a cargo será la gerencia general pero siempre con el apoyo de las demás áreas, revisando que las actividades programadas se cumplan según lo calendarizado y se realicen de la mejor manera.

D. Identificación y características de proveedores

Tabla 11. Proveedores Ping Media

Nombre del proveedor	Producto/Servicio que provee	Contacto	Dirección	Forma de pago	Forma y plazo de entrega
Claro S.A. de C.V.	Internet y telefonía	2250-5555	Centro Comercial Multiplaza, 2º nivel, Local No. C-51	Cuota mensual	Indefinido
Electrónica Japonesa	Equipo audiovisual	2221-6558	Paseo Gral. Escalón y 77 avenida. Nte. #100. Col. Escalón	Contado	El mismo día en que se efectúa la compra
Almacenes Simán S.A. de C.V.	Equipo tecnológico de oficina	2298-3777	C. Panamericana Calle Chiltiupan, Centro Comercial La Gran Vía	Contado	El mismo día en que se efectúa la compra
Tech y Go	Equipo tecnológico de oficina	6018-090	N/A	Contado	24 horas máximo luego de realizada la compra
GRUPO RAF	Equipo audiovisual	2213-3333	N/A	Contado	3 a 4 días hábiles luego de realizada la compra.
Amazon	Equipo audiovisual	N/A	N/A	Contado	Indefinido
Microsoft 365	Aplicaciones y servicios	N/A	N/A	Plan anual	Indefinido
Google Apps	Google apps empresariales	N/A	N/A	Plan anual	Indefinido
EPA	Mobiliario de oficina	2536-4400	Boulevard los Próceres	Contado	3 días hábiles luego de realizada la compra
Walmart	Equipo de oficina	2523-6893	Boulevard orden de malta, Antiguo Cuscatlán.	Contado	3 días hábiles luego de realizada la compra

Fuente: Elaboración propia por el equipo de investigación 5E 2023

3.6. Plan de mercadeo

A. Resultados de la investigación de mercado

Conforme a los resultados de la encuesta realizada a personas que habitan en el municipio de San Salvador se dio a conocer que, en la actualidad, el estimado de personas que están interesadas en poder desarrollar contenido digital con herramientas con ayuda de profesionales.

En las encuestas se obtuvo información donde actualmente las personas en general están cien por ciento informadas con la publicidad digital y, también se identificó que la publicidad digital está siendo de gran impacto en la sociedad ya que las personas tienen a

toda hora la facilidad de obtener información de servicios digitales mediante las plataformas en línea, sin embargo a pesar del auge o el impacto de la publicidad digital las personas aun optan por la opinión de otras personas para poder hacer compras de productos y servicios, pero el tercer factor que consideran las personas para adquirir el producto o servicio es la publicidad que se encuentra en redes sociales.

Se ha analizado que las personas por lo general en su mayoría consideran que es importante que los negocios hagan uso de publicidad digital para atraer nuevos clientes.

De acuerdo con la investigación realizada por medio de las encuestas se ha podido conocer que hoy en día la publicidad digital puede llegar más a las personas que la publicidad convencional o tradicional dado que la mayoría de encuestados indicó que invierte tiempo en las redes sociales.

Figura 6: Buyer persona Ping Media



Fuente: Elaboración propia por el equipo de investigación 5E 2023

B. Marketing Mix.

Producto.

Ping Media ofrece, servicios de publicidad mediante paquetes mensuales según la necesidad y el presupuesto de cada cliente:

- Cuñas publicitarias.
- Grabación y masterización de voz.
- Podcast.
- Creación de redes sociales.
- Planificación estratégica de contenido.
- Calendario de contenido.
- Piezas para pauta.
- Administración de redes.
- Administración de pautas publicitarias.
- Reportes de resultado de pauta.
- Reporte de contenido SEO, SEM y CRM.
- Reels.
- Videos institucionales.
- Video Podcast.

Precio:

Los precios de Ping Media se basan de acuerdo con las diferentes categorías de paquetes establecidos: servicios de producción de audio, servicios de gestión de redes sociales, servicios de producción de videos.

Plaza:

Ping Media ofrece sus paquetes y servicios por medio de las plataformas digitales como sitio web, Facebook, WhatsApp Business, Instagram y TikTok, estos medios se utilizan para consultas y cotizaciones de los clientes, de igual manera se programarán visitas con el cliente interesado para conocer sus productos o servicios.

Promoción:

Lo que busca Ping Media es crear publicidad digital, permitiendo el crecimiento de las marcas que adquieran los servicios, es por ello, que se informarán de las promociones por medio de las redes sociales las cuales van a redirigir al sitio web para que los usuarios conozcan la experiencia de otros clientes, generando confianza y una alta probabilidad de adquisición de los servicios.

C. Marketing Mix Digital.**Personalización:**

Estrategia: Atraer clientes potenciales mediante marketing de contenido en redes sociales que redireccione al sitio web para que los usuarios obtengan información personalizada de acuerdo a sus intereses y nos permita la recopilación de datos.

Táctica: Habilitar un botón de “más información” en la publicidad de Facebook e Instagram, que envíe al usuario directamente al sitio web para llenar un formulario de datos: Nombre del negocio, tiempo de existencia en el mercado, rubro, intereses de los servicios, ubicación, contacto y correo electrónico.

Participación:

Estrategia: Potenciar la imagen de marca de la agencia y conectar con los valores e identidad para fomentar la fidelización con los clientes.

Táctica: Crear contenido de valor a través de redes sociales en formato reels, tomando temas de interés útiles para los emprendedores, con la finalidad de crear vínculos emocionales que identifique a los usuarios y compartan sus comentarios generando un vínculo directo con la marca.

Pares a Pares:

Estrategia: Conexión directa en caso de algún comentario o alguna sugerencia acerca de los servicios adquiridos o algún inconveniente que se tenga y poder encontrar alguna solución o solventarlo en el momento.

Táctica: Habilitar una sección en historias en reels para que los usuarios puedan brindar su experiencia, sugerencias acerca de los servicios brindados.

Predicciones:

Estrategia: Recopilar datos del sitio web a través de la herramienta de Google Analytics para medir, revisar y analizar los motores de búsqueda del sitio web mediante informes estadísticos de los visitantes, para comprender el comportamiento del consumidor.

Táctica: Adaptar campañas de publicidad digital que cubran las expectativas reales de los usuarios, comunicando de manera eficiente los servicios para el crecimiento de las ventas.

3.7 Plan de ventas

A. Ciclo de ventas

El ciclo de ventas de Ping Media se compone de las siguientes etapas:

- **Prospección:** Se identifican y contactan a las Mypes potenciales que puedan estar interesadas en los servicios de publicidad digital que ofrece la agencia.
- **Calificación:** Se evalúa el nivel de interés, necesidad, presupuesto y autoridad de decisión de las Mypes prospectadas para determinar si son clientes viables.
- **Presentación:** Se elabora y presenta una propuesta personalizada y creativa que resalte los beneficios y ventajas de contratar a Ping Media como agencia de publicidad digital.
- **Negociación:** Se discuten y acuerdan los términos y condiciones del contrato, así como el alcance, el precio, el plazo y la forma de pago de los servicios.
- **Cierre:** Se firma el contrato y se inicia la ejecución del plan de publicidad digital acordado con el cliente.

Como parte principal del cierre de ventas, Ping Media establece dicho cierre por medio de un contrato en el cual el cliente y la agencia de publicidad, se comprometan a cumplir con las partes pactadas.

El contrato se estructura de la siguiente manera:

I. Datos de clientes

Nombre, profesión, edad, domicilio legal, número de documento único y número de identificación tributaria.

II. Datos generales de Ping Media

Nombre, nacionalidad, domicilio legal.

III. Información del servicio adquirido**IV. Precio****V. Detalles del servicio****VI. Plazo en que se otorgará el servicio****VII. Forma de pago****VIII. Confidencialidad**

Ping Media se compromete a no divulgar ante otros clientes la información confidencial que se tenga del cliente, datos como: precios, número de clientes, datos contables, capital humano, entre otros que solo formen parte de la organización.

IX. Nombre y datos del notario

- **Seguimiento:** Se monitorea y evalúa el desempeño y la satisfacción del cliente con los servicios prestados, se resuelven las dudas o inconvenientes que puedan surgir y se fideliza al cliente para generar relaciones a largo plazo.

B. Proyección de ventas

Tabla 12. Proyección de ventas en unidades, año 1

No.	Producto o Servicio	Unidad de medida	Precio Unitario	Año 1												TOTAL
				Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	
1	Cuñas publicitarias	MIN	\$ 90.00	1	1	2	2	2	2	3	3	3	3	3	4	29
2	Voz en off	MIN	\$ 70.00	2	2	2	2	2	3	3	3	4	4	4	4	35
3	Podcast	MIN	\$ 175.00	1	1	1	2	2	2	3	3	3	3	4	4	29
4	Paquete "Ping desde cero"	PIEZAS	\$ 250.00	1	1	1	1	2	2	2	2	3	3	3	3	24
5	Paquete "Ping basico"	PIEZAS	\$ 199.00	1	2	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	36
6	Paquete "Ping Full"	PIEZAS	\$ 299.00	1	1	1	1	2	2	2	3	3	3	3	3	25
7	Paquete "Ping premium"	PIEZAS	\$ 399.00	0	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	18
8	Servicios SEO	Mensual	\$ 200.00	0	0	1	1	2	2	2	3	3	3	4	4	25
9	Servicios SEM	Mensual	\$ 250.00	0	0	1	1	2	2	3	3	3	3	3	3	24
10	Servicios CRM	Mensual	\$ 500.00	0	1	1	1	2	2	2	3	3	3	3	3	24
11	Reels	S	\$ 75.00	4	4	4	4	5	5	5	6	6	6	6	6	61
12	Video Institucional	MIN	\$ 145.00	1	1	1	2	3	3	3	3	4	4	4	4	33

Fuente: Elaboración propia por el equipo de investigación 5E 2023

Tabla 13. Proyección de ventas en US\$, año 1

No.	Producto o Servicio	Ventas del Año 1 (\$)												TOTAL	
		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12		
1	Cuñas publicitarias	\$ 90.00	\$ 90.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 270.00	\$ 270.00	\$ 270.00	\$ 270.00	\$ 270.00	\$ 270.00	\$ 360.00	\$ 2,610.00
2	Voz en off	\$ 140.00	\$ 140.00	\$ 140.00	\$ 140.00	\$ 140.00	\$ 210.00	\$ 210.00	\$ 210.00	\$ 280.00	\$ 280.00	\$ 280.00	\$ 280.00	\$ 280.00	\$ 2,450.00
3	Podcast	\$ 175.00	\$ 175.00	\$ 175.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 525.00	\$ 525.00	\$ 525.00	\$ 525.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 5,075.00
4	Paquete "Ping desde cero"	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 6,000.00
5	Paquete "Ping basico"	\$ 199.00	\$ 398.00	\$ 398.00	\$ 597.00	\$ 597.00	\$ 597.00	\$ 597.00	\$ 597.00	\$ 796.00	\$ 796.00	\$ 796.00	\$ 796.00	\$ 796.00	\$ 7,164.00
6	Paquete "Ping Full"	\$ 299.00	\$ 299.00	\$ 299.00	\$ 299.00	\$ 598.00	\$ 598.00	\$ 598.00	\$ 897.00	\$ 897.00	\$ 897.00	\$ 897.00	\$ 897.00	\$ 897.00	\$ 7,475.00
7	Paquete "Ping premium"	\$ -	\$ 399.00	\$ 399.00	\$ 399.00	\$ 399.00	\$ 798.00	\$ 798.00	\$ 798.00	\$ 798.00	\$ 798.00	\$ 798.00	\$ 798.00	\$ 798.00	\$ 7,182.00
8	Servicios SEO	\$ -	\$ -	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 5,000.00
9	Servicios SEM	\$ -	\$ -	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 6,000.00
10	Servicios CRM	\$ -	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 12,000.00
11	Reels	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 375.00	\$ 375.00	\$ 375.00	\$ 450.00	\$ 450.00	\$ 450.00	\$ 450.00	\$ 450.00	\$ 450.00	\$ 4,575.00
12	Video Institucional	\$ 145.00	\$ 145.00	\$ 145.00	\$ 290.00	\$ 435.00	\$ 435.00	\$ 435.00	\$ 435.00	\$ 580.00	\$ 580.00	\$ 580.00	\$ 580.00	\$ 580.00	\$ 4,785.00
Total de Ventas Mensuales		\$ 1,598.00	\$ 2,696.00	\$ 3,236.00	\$ 3,755.00	\$ 5,474.00	\$ 5,943.00	\$ 6,458.00	\$ 7,532.00	\$ 8,196.00	\$ 8,196.00	\$ 8,571.00	\$ 8,661.00		
													Total de Ventas Anuales =	\$ 70,316.00	

Fuente: Elaboración propia por el equipo de investigación 5E 2023

Tabla 14. Proyección de ventas en unidades, proyectado a 4 años

No.	Producto o Servicio	Unidad de medida	Año 2					Año 3					Año 4	Año 5
			Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	TOTAL	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	TOTAL		
1	Cuñas publicitarias	MIN	10	10	10	11	41	11	11	12	13	47	58	69
2	Voz en off	MIN	11	11	11	11	44	12	12	12	13	49	59	68
3	Podcast	MIN	10	10	10	10	40	11	11	11	12	45	55	64
4	Paquete "Ping desde cero"	PIEZAS	9	9	9	9	36	10	10	11	11	42	50	59
5	Paquete "Ping basico"	PIEZAS	11	11	11	11	44	12	12	13	13	50	60	68
6	Paquete "Ping Full"	PIEZAS	8	8	8	8	32	9	9	10	10	38	45	50
7	Paquete "Ping premium"	PIEZAS	6	6	6	6	24	7	7	8	9	31	40	49
8	Servicios SEO	Mensual	5	5	5	5	20	6	6	6	7	25	30	35
9	Servicios SEM	Mensual	4	4	4	4	16	5	5	6	6	22	27	32
10	Servicios CRM	Mensual	4	4	5	5	18	5	6	6	6	23	30	35
11	Reels	S	18	18	18	18	72	19	19	20	20	78	88	98
12	Video Institucional	MIN	12	12	12	12	48	13	13	13	14	53	57	65

Fuente: Elaboración propia por el equipo de investigación 5E 2023

Tabla 15. Proyección de ventas en US\$, proyectado a 4 años

No.	Producto o Servicio	Unidad de medida	Año 2					Año 3					Año 4	Año 5
			Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	TOTAL	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	TOTAL		
1	Cuñas publicitarias	MIN	\$ 909.00	\$ 909.00	\$ 909.00	\$ 999.90	\$ 3,726.90	\$ 1,009.90	\$ 1,009.90	\$ 1,101.71	\$ 1,193.52	\$ 4,315.02	\$ 5,378.17	\$ 6,462.15
2	Voz en off	MIN	\$ 777.70	\$ 777.70	\$ 777.70	\$ 777.70	\$ 3,110.80	\$ 856.88	\$ 856.88	\$ 856.88	\$ 928.29	\$ 3,498.94	\$ 4,255.14	\$ 4,953.28
3	Podcast	MIN	\$ 1,767.50	\$ 1,767.50	\$ 1,767.50	\$ 1,767.50	\$ 7,070.00	\$ 1,963.69	\$ 1,963.69	\$ 1,963.69	\$ 2,142.21	\$ 8,033.29	\$ 9,916.65	\$ 11,654.76
4	Paquete "Ping desde cero"	PIEZAS	\$ 2,272.50	\$ 2,272.50	\$ 2,272.50	\$ 2,272.50	\$ 9,090.00	\$ 2,550.25	\$ 2,550.25	\$ 2,805.28	\$ 2,805.28	\$ 10,711.05	\$ 12,878.76	\$ 15,348.91
5	Paquete "Ping basico"	PIEZAS	\$ 2,210.89	\$ 2,210.89	\$ 2,210.89	\$ 2,210.89	\$ 8,843.56	\$ 2,436.00	\$ 2,436.00	\$ 2,639.00	\$ 2,639.00	\$ 10,150.00	\$ 12,301.79	\$ 14,081.45
6	Paquete "Ping Full"	PIEZAS	\$ 2,415.92	\$ 2,415.92	\$ 2,415.92	\$ 2,415.92	\$ 9,663.68	\$ 2,745.09	\$ 2,745.09	\$ 3,050.10	\$ 3,050.10	\$ 11,590.38	\$ 13,862.70	\$ 15,557.03
7	Paquete "Ping premium"	PIEZAS	\$ 2,417.94	\$ 2,417.94	\$ 2,417.94	\$ 2,417.94	\$ 9,671.76	\$ 2,849.14	\$ 2,849.14	\$ 3,256.16	\$ 3,663.18	\$ 12,617.62	\$ 16,443.60	\$ 20,344.85
8	Servicios SEO	Mensual	\$ 1,010.00	\$ 1,010.00	\$ 1,010.00	\$ 1,010.00	\$ 4,040.00	\$ 1,224.12	\$ 1,224.12	\$ 1,224.12	\$ 1,428.14	\$ 5,100.50	\$ 6,181.81	\$ 7,284.23
9	Servicios SEM	Mensual	\$ 1,010.00	\$ 1,010.00	\$ 1,010.00	\$ 1,010.00	\$ 4,040.00	\$ 1,275.13	\$ 1,275.13	\$ 1,530.15	\$ 1,530.15	\$ 5,610.55	\$ 6,954.53	\$ 8,324.83
10	Servicios CRM	Mensual	\$ 2,020.00	\$ 2,020.00	\$ 2,525.00	\$ 2,525.00	\$ 9,090.00	\$ 2,550.25	\$ 3,060.30	\$ 3,060.30	\$ 3,060.30	\$ 11,731.15	\$ 15,454.52	\$ 18,210.57
8	Reels	S	\$ 1,363.50	\$ 1,363.50	\$ 1,363.50	\$ 1,363.50	\$ 5,454.00	\$ 1,453.64	\$ 1,453.64	\$ 1,530.15	\$ 1,530.15	\$ 5,967.59	\$ 6,799.99	\$ 7,648.44
9	Video Institucional	MIN	\$ 1,757.40	\$ 1,757.40	\$ 1,757.40	\$ 1,757.40	\$ 7,029.60	\$ 1,922.89	\$ 1,922.89	\$ 1,922.89	\$ 2,070.80	\$ 7,839.47	\$ 8,515.44	\$ 9,807.69
Total de Ventas Trimestrales			\$ 19,932.35	\$ 19,932.35	\$ 20,437.35	\$ 20,528.25		\$ 22,836.98	\$ 23,347.03	\$ 24,940.42	\$ 26,041.11			
Total de Ventas Anuales							\$ 80,830.30					\$ 97,165.55	\$118,943.10	\$139,678.20

Fuente: Elaboración propia por el equipo de investigación 5E 2023

La proyección de ventas de Ping Media se basa en los siguientes supuestos:

- Se estima que la agencia Ping Media puede alcanzar un mercado potencial en los servicios de publicidad digital en El Salvador, pero se verá reflejado a partir del año 2 debido a que ciertas Mypes tienen dificultad para manejar presupuesto destinados a tener un servicio brindado por una empresa de publicidad y por ser nuevos en el mercado.
- Se espera que las ventas incrementen a un porcentaje estimado de al menos un 18 % anual, ante lo cual puede haber una variabilidad ya sea en incremento o decremento, siempre y cuando refleje saldos positivos.

3.8 Plan Financiero

A. Plan de inversión.

Para establecer y operar la agencia de publicidad digital Ping Media, se requiere una inversión inicial en activos fijos y capital de trabajo.

Los principales componentes de la inversión son los siguientes:

Tabla 16. Supuesto de Inversión y Financiamiento

Concepto	Monto	Fondos Propios	Fondos - ETI	Préstamos Financieros
Locales:	\$ 1,335.36	\$ 84.99	\$ -	\$ 1,250.37
Remodelación de oficina	\$ 1,000.00	\$0.00		\$ 1,000.00
Alquiler de Local	\$ 250.37			\$ 250.37
Agua	\$ 5.00	\$5.00		\$ -
Electricidad	\$ 45.00	\$45.00		\$ -
Internet	\$ 34.99	\$34.99		\$ -
Equipo:	\$ 4,783.00	\$ 1,548.00	\$ -	\$ 3,235.00
Computadoras	\$ 2,597.00	\$1,548.00		\$ 1,049.00
Iphone 13	\$ 829.00			\$ 829.00
Aire acondicionado	\$ 798.00			\$ 798.00
Panel acústico de espuma	\$ 30.00			\$ 30.00
Sillas de escritorio	\$ 117.00			\$ 117.00
Escritorios de oficina	\$ 237.00			\$ 237.00
Impresora	\$ 175.00			\$ 175.00
Herramientas de Trabajo:	\$ 4,218.55	\$1,545.65	\$ -	\$ 2,672.90
Consola de audio	\$ 98.87	\$98.87		\$ -
Software de edición	\$ 1,800.00			\$ 1,800.00
Camara	\$ 299.00			\$ 299.00
Microfonos profesionales	\$ 1,268.90	\$1,000.00		\$ 268.90
Interfaz de audio	\$ 305.00			\$ 305.00
Tripodes profesionales	\$ 411.78	\$411.78		\$ -
Pedestal	\$ 35.00	\$35.00		\$ -
Vehículos:	\$ 100.00	\$ -	\$ -	\$ 100.00
Gasolina	\$ 100.00			\$ 100.00
Capital de Trabajo:	\$ 4,095.00	\$ 4,095.00	\$ -	\$ -
Efectivo	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00		\$ -
Salario	\$ 1,095.00	\$ 1,095.00		\$ -
				\$ -
Otros:	\$ 2,600.00	\$ -	\$ -	\$ 2,600.00
Registro de marca	\$ 100.00			\$ 100.00
asesoría contable, financiera y legal	\$ 1,000.00			\$ 1,000.00
Constitución legal de empresa	\$ 1,500.00			\$ 1,500.00
				\$ -
Totales:	\$ 17,131.91	\$ 7,273.64	\$ -	\$ 9,858.27

Cálculo Cuota Préstamo

Monto:	\$ 9,858.27
Interés Anual:	9.85%
Plazo en Meses:	60
Cuota:	\$ (208.73)
Seguros:	\$ 3.50
Cuota Total:	\$ 939.30

Cálculo de Depreciación

Depreciación Anual:	\$ 2,074.38
---------------------	-------------

Cálculo de Costo de Capital	\$ 0.00
-----------------------------	---------

Fuente: Elaboración propia por el equipo de investigación 5E 2023

Tabla 17. Amortización del Préstamo

Tabla de Amortización de Préstamo				
Período	Cuota	Interés	Capital	Saldo
0				\$ 9,858.27
1	208.73	80.92	127.81	\$ 9,730.46
2	208.73	79.87	128.86	\$ 9,601.60
3	208.73	78.81	129.92	\$ 9,471.68
4	208.73	77.75	130.99	\$ 9,340.69
5	208.73	76.67	132.06	\$ 9,208.63
6	208.73	75.59	133.14	\$ 9,075.49
7	208.73	74.49	134.24	\$ 8,941.25
8	208.73	73.39	135.34	\$ 8,805.91
9	208.73	72.28	136.45	\$ 8,669.46
10	208.73	71.16	137.57	\$ 8,531.89
11	208.73	70.03	138.70	\$ 8,393.19
12	208.73	68.89	139.84	\$ 8,253.35
13	208.73	67.75	140.99	\$ 8,112.36
14	208.73	66.59	142.14	\$ 7,970.22
15	208.73	65.42	143.31	\$ 7,826.91
16	208.73	64.25	144.49	\$ 7,682.42
17	208.73	63.06	145.67	\$ 7,536.75
18	208.73	61.86	146.87	\$ 7,389.88
19	208.73	60.66	148.07	\$ 7,241.81
20	208.73	59.44	149.29	\$ 7,092.52
21	208.73	58.22	150.51	\$ 6,942.01
22	208.73	56.98	151.75	\$ 6,790.26
23	208.73	55.74	153.00	\$ 6,637.26
24	208.73	54.48	154.25	\$ 6,483.01
25	208.73	53.21	155.52	\$ 6,327.49
26	208.73	51.94	156.79	\$ 6,170.70
27	208.73	50.65	158.08	\$ 6,012.62
28	208.73	49.35	159.38	\$ 5,853.24
29	208.73	48.05	160.69	\$ 5,692.55
30	208.73	46.73	162.01	\$ 5,530.55
31	208.73	45.40	163.34	\$ 5,367.21
32	208.73	44.06	164.68	\$ 5,202.53
33	208.73	42.70	166.03	\$ 5,036.51
34	208.73	41.34	167.39	\$ 4,869.12

35	208.73	39.97	168.76	\$	4,700.35
36	208.73	38.58	170.15	\$	4,530.20
37	208.73	37.19	171.55	\$	4,358.65
38	208.73	35.78	172.95	\$	4,185.70
39	208.73	34.36	174.37	\$	4,011.32
40	208.73	32.93	175.81	\$	3,835.52
41	208.73	31.48	177.25	\$	3,658.27
42	208.73	30.03	178.70	\$	3,479.56
43	208.73	28.56	180.17	\$	3,299.39
44	208.73	27.08	181.65	\$	3,117.74
45	208.73	25.59	183.14	\$	2,934.60
46	208.73	24.09	184.64	\$	2,749.96
47	208.73	22.57	186.16	\$	2,563.80
48	208.73	21.04	187.69	\$	2,376.11
49	208.73	19.50	189.23	\$	2,186.88
50	208.73	17.95	190.78	\$	1,996.10
51	208.73	16.38	192.35	\$	1,803.75
52	208.73	14.81	193.93	\$	1,609.83
53	208.73	13.21	195.52	\$	1,414.31
54	208.73	11.61	197.12	\$	1,217.19
55	208.73	9.99	198.74	\$	1,018.45
56	208.73	8.36	200.37	\$	818.07
57	208.73	6.72	202.02	\$	616.06
58	208.73	5.06	203.68	\$	412.38
59	208.73	3.38	205.35	\$	207.03
60	208.73	1.70	207.03	\$	0.00

Fuente: Elaboración propia por el equipo de investigación 5E 2023

La inversión inicial del modelo digital Ping Media: **\$ 17,131.91**

Fondos propios: \$ 7,273.64

Préstamos \$ 9,858.27

B. Estructura de costos

Tabla 18. Detalle de Costos Brutos por Servicio

Detalle COSTO BRUTO	Cuañas publicitarias		Voz en off		Podcast		Paquete "Ping desde cero"		Paquete "Ping basico"		Paquete "Ping Full"		Paquete "Ping premium"	
	Costo	%	Costo	%	Costo	%	Costo	%	Costo	%	Costo	%	Costo	%
Costos del servicio	\$ 15.00	100%	\$ 15.00	100%	\$ 15.00	100%	\$ 25.00	100%	\$ 30.00	100%	\$ 40.00	100%	\$ 45.00	100%
Otros		0%		0%		0%		0%		0%		0%		0%
Total	\$ 15.00	100%	\$ 15.00	100%	\$ 15.00	100%	\$ 25.00	100%	\$ 30.00	100%	\$ 40.00	100%	\$ 45.00	100%

Servicios SEO		Servicios SEM		Servicios CRM		Detalle COSTO BRUTO	Reels		Video Institucional	
Costo	%	Costo	%	Costo	%		Costo	%	Costo	%
\$ 40.00	100%	\$ 50.00	100%	\$ 55.00	100%	Costos del servicio	\$ 45.00	100%	\$ 50.00	100%
	0%		0%		0%	Otros		0%		0%
\$ 40.00	100%	\$ 50.00	100%	\$ 55.00	100%	Total	\$ 45.00	100%	\$ 50.00	100%

Fuente: Elaboración propia por el equipo de investigación 5E 2023

Tabla 19. Costos Totales Proyectado para 5 Años

VENTAS	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5		
	Unidades	Precio Unitario	Total	Unidades	Precio Unit.	Total	Unidades	Precio Unit.	Total	Unidades	Precio Unit.	Total	Unidades	Precio Unit.	Total
Cuañas publicitarias	29	\$ 90.00	\$ 2,610.00	41	\$ 90.90	\$ 3,726.90	47	\$ 91.81	\$ 4,315.02	58	\$ 92.73	\$ 5,378.17	69	\$ 93.65	\$ 6,462.15
Voz en off	35	\$ 70.00	\$ 2,450.00	44	\$ 70.70	\$ 3,110.80	49	\$ 71.41	\$ 3,498.94	59	\$ 72.12	\$ 4,255.14	68	\$ 72.84	\$ 4,953.28
Podcast	29	\$ 175.00	\$ 5,075.00	40	\$ 176.75	\$ 7,070.00	45	\$ 178.52	\$ 8,033.29	55	\$ 180.30	\$ 9,916.65	64	\$ 182.11	\$ 11,654.76
Paquete "Ping desde cero"	24	\$ 250.00	\$ 6,000.00	36	\$ 252.50	\$ 9,090.00	42	\$ 255.03	\$ 10,711.05	50	\$ 257.58	\$ 12,878.76	59	\$ 260.15	\$ 15,348.91
Paquete "Ping basico"	36	\$ 199.00	\$ 7,164.00	44	\$ 200.99	\$ 8,843.56	50	\$ 203.00	\$ 10,150.00	60	\$ 205.03	\$ 12,301.79	68	\$ 207.08	\$ 14,081.45
Paquete "Ping Full"	25	\$ 299.00	\$ 7,475.00	32	\$ 301.99	\$ 9,663.68	38	\$ 305.01	\$ 11,590.38	45	\$ 308.06	\$ 13,862.70	50	\$ 311.14	\$ 15,557.03
Paquete "Ping premium"	18	\$ 399.00	\$ 7,182.00	24	\$ 402.99	\$ 9,671.76	31	\$ 407.02	\$ 12,617.62	40	\$ 411.09	\$ 16,443.60	49	\$ 415.20	\$ 20,344.85
Servicios SEO	25	\$ 200.00	\$ 5,000.00	20	\$ 202.00	\$ 4,040.00	25	\$ 204.02	\$ 5,100.50	30	\$ 206.06	\$ 6,181.81	35	\$ 208.12	\$ 7,284.23
Servicios SEM	24	\$ 250.00	\$ 6,000.00	16	\$ 252.50	\$ 4,040.00	22	\$ 255.03	\$ 5,610.55	27	\$ 257.58	\$ 6,954.53	32	\$ 260.15	\$ 8,324.83
Servicios CRM	24	\$ 500.00	\$ 12,000.00	18	\$ 505.00	\$ 9,090.00	23	\$ 510.05	\$ 11,731.15	30	\$ 515.15	\$ 15,454.52	35	\$ 520.30	\$ 18,210.57
Reels	61	\$ 75.00	\$ 4,575.00	72	\$ 75.75	\$ 5,454.00	78	\$ 76.51	\$ 5,967.59	88	\$ 77.27	\$ 6,799.99	98	\$ 78.05	\$ 7,648.44
Video Institucional	33	\$ 145.00	\$ 4,785.00	48	\$ 146.45	\$ 7,029.60	53	\$ 147.91	\$ 7,839.47	57	\$ 149.39	\$ 8,515.44	65	\$ 150.89	\$ 9,807.69
Total	363	\$ 2,652.00	\$70,316.00	435		\$80,830.30	503		\$ 97,165.55	599		\$ 118,943.10	692		\$139,678.20

Fuente: Elaboración propia por el equipo de investigación 5E 2023

Tabla 20. Costo de personal proyectado

COSTO PERSONAL	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Empleados	3	5	6	7	8
Salarios	\$ 13,140.00	\$ 22,119.00	\$ 26,808.23	\$ 31,589.03	\$ 36,462.76
Prestaciones	\$ 2,504.76	\$ 2,504.76	\$ 2,504.76	\$ 2,504.76	\$ 2,504.76
Total Costo Personal	\$ 15,644.76	\$ 24,623.76	\$ 29,312.99	\$ 34,093.79	\$ 38,967.52

Fuente: Elaboración propia por el equipo de investigación 5E 2023

Tabla 21. Otros Costos y Gastos proyectados a 5 años.

Otros Costos y Gastos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Costos Fijos
Alquileres de Locales	7.00%	7.00%	7.00%	7.00%	7.00%	\$ 410.18 al mes
Agua, Electricidad	1.35%	1.35%	1.35%	1.35%	1.35%	\$ 79.11 al mes
Comunicaciones	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	\$ 292.98 al mes
Útiles de Oficina	0.55%	0.55%	0.55%	0.55%	0.55%	\$ 32.23 al mes
Promoción y Publicidad	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%	\$ 585.97 al mes
Transportes	15.00%	15.00%	15.00%	15.00%	15.00%	\$ 878.95 al mes
Otros	2.00%	2.00%	2.00%	2.00%	2.00%	\$ 117.19 al mes

Fuente: Elaboración propia por el equipo de investigación 5E 2023

C. Flujo de efectivo

Tabla 22. Flujo de efectivo proyectado para el primer año

Flujo de Caja Proyectado del Inversionista													
	Año 1												Total Año 1
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	
Ganancia Neta	\$ (2,016.64)	\$ (1,224.25)	\$ (879.99)	\$ (543.15)	\$ 589.69	\$ 920.05	\$ 1,273.59	\$ 1,991.11	\$ 2,423.34	\$ 2,424.46	\$ 2,676.84	\$ 2,737.68	\$ 10,891.13
Más:													
Depreciación	172.87	172.87	172.87	172.87	172.87	172.87	172.87	172.87	172.87	172.87	172.87	172.87	(2,074.38)
Menos:													
Amortización de Préstamo	127.81	128.86	129.92	130.99	132.06	133.14	134.24	135.34	136.45	137.57	138.70	139.84	1,604.92
Flujo de Caja Neto(FCN)	\$ (1,971.58)	\$ (1,180.24)	\$ (837.04)	\$ (501.27)	\$ 630.50	\$ 959.77	\$ 1,312.22	\$ 2,028.64	\$ 2,459.76	\$ 2,459.76	\$ 2,711.01	\$ 2,770.71	\$ 10,842.21

Fuente: Elaboración propia por el equipo de investigación 5E 2023

Tabla 23. Flujo de Efectivo Proyectado para los Sigüientes 4 Años

Flujo de Caja Proyectado del Inversionista												
	Año 2					Año 3					Año 4	Año 5
	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Total	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Total		
Ganancia Neta	\$ 5,646.15	\$ 4,912.76	\$ 4,648.21	\$ 4,394.64	\$ 14,701.31	\$ 7,477.50	\$ 6,929.20	\$ 6,665.77	\$ 6,413.34	\$ 20,614.36	\$ 29,816.20	\$ 38,229.95
Más:												
Depreciación	(518.60)	(518.60)	(518.60)	(518.60)	(2,074.38)	(518.60)	(518.60)	(518.60)	(518.60)	(2,074.38)	(2,074.38)	(2,074.38)
Menos:												
Amortización de Préstamo	426.44	437.03	447.88	459.00	1,770.34	470.39	482.07	494.04	506.31	1,952.81	2,154.09	2,376.11
Flujo de Caja Neto(FCN)	\$ 4,701.11	\$ 3,957.13	\$ 3,681.73	\$ 3,417.04	\$ 10,856.59	\$ 6,488.51	\$ 5,928.53	\$ 5,653.13	\$ 5,388.44	\$ 16,587.17	\$ 25,587.73	\$ 33,779.45

Fuente: Elaboración propia por el equipo de investigación 5E 2023

Tabla 24. Análisis de rentabilidad y punto de equilibrio

Rubros del Flujo de Caja/Período	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso por Ventas		70,316.00	80,830.30	97,165.55	118,943.10	139,678.20
Costo de Bienes Vendidos		12,565.00	14,831.85	17,448.81	20,853.29	24,266.89
Ganancia Bruta		\$ 57,751.00	\$ 65,998.45	\$ 79,716.73	\$ 98,089.81	\$ 115,411.31
Salarios		13,140.00	22,119.00	26,808.23	31,589.03	36,462.76
Prestaciones		2,504.76	2,504.76	2,504.76	2,504.76	2,504.76
Alquileres de Locales		4,922.12	5,474.12	6,801.59	8,326.02	9,777.47
Agua, Electricidad		949.27	949.27	949.27	949.27	949.27
Comunicaciones		3,515.80	3,515.80	3,515.80	3,515.80	3,515.80
Útiles de Oficina		386.74	386.74	386.74	386.74	386.74
Promoción y Publicidad		7,031.60	7,031.60	7,031.60	7,031.60	7,031.60
Transportes		10,547.40	5,078.25	5,078.25	5,078.25	5,078.25
Depreciación		(2,074.38)	(2,074.38)	(2,074.38)	(2,074.38)	(2,074.38)
Otros		1,406.32	677.10	677.10	677.10	677.10
Total Gastos Generales y de Admón.		\$ 15,421.38	\$ 45,662.25	\$ 51,678.95	\$ 57,984.18	\$ 64,309.37
Intereses Pagados		899.87	734.45	551.98	350.70	128.68
Ganancia Gravable(GAI)		\$ 14,521.51	\$ 19,601.75	\$ 27,485.81	\$ 39,754.93	\$ 50,973.26
Impuesto sobre Renta(25%)		3,630.38	4,900.44	6,871.45	9,938.73	12,743.32
Ganancia Neta		\$ 10,891.13	\$ 14,701.31	\$ 20,614.36	\$ 29,816.20	\$ 38,229.95
Más:						
Depreciación		(2,074.38)	(2,074.38)	(2,074.38)	(2,074.38)	(2,074.38)
Menos:						
Amortización de Préstamo		1,604.92	1,770.34	1,952.81	2,154.09	2,376.11
Inversión Inicial	\$ 17,131.91					
Más:						
Valor de Salvamento de Inversión	0					
Recuperación del Capital de Trabajo						
Flujo de Caja Neto(FCN)	\$ (17,131.91)	\$ 7,211.83	\$ 10,856.59	\$ 16,587.17	\$ 25,587.73	\$ 33,779.45

Periodo de Reintegro de Inversión(PRI)	2 Años Aprox.
Valor Actual Neto(VAN)	\$ 76,716.12
Tasa Interna de Retorno(TIR _{reg})	68.86%
Retorno Sobre Inversión(RSI o TRC)	133.38%
Índice de Rentabilidad(IR o RBC)	5.48

Fuente: Elaboración propia por el equipo de investigación 5E 2023

Tabla 25. Punto de Equilibrio

No.	Producto o Servicio	Unidad de medida	Ventas del Primer Año	Porcentaje de Participación	Precio de Venta Unitario	Costo Variable Unitario	Margen de Contribución	Unidades de Equilibrio	Ingreso de Equilibrio
1	Cuñas publicitarias	MIN	29	8%	\$ 90.00	\$ 15.00	\$ 75.00	12	\$ 1,058.20
2	Voz en off	MIN	35	10%	\$ 70.00	\$ 15.00	\$ 55.00	14	\$ 993.33
3	Podcast	MIN	29	8%	\$ 175.00	\$ 15.00	\$ 160.00	12	\$ 2,057.62
4	Paquete "Ping desde cero"	PIEZAS	24	7%	\$ 250.00	\$ 25.00	\$ 225.00	10	\$ 2,432.65
5	Paquete "Ping basico"	PIEZAS	36	10%	\$ 199.00	\$ 30.00	\$ 169.00	15	\$ 2,904.58
6	Paquete "Ping Full"	PIEZAS	25	7%	\$ 299.00	\$ 40.00	\$ 259.00	10	\$ 3,030.68
7	Paquete "Ping premium"	PIEZAS	18	5%	\$ 399.00	\$ 45.00	\$ 354.00	7	\$ 2,911.88
8	Servicios SEO	Mensual	25	7%	\$ 200.00	\$ 40.00	\$ 160.00	10	\$ 2,027.21
9	Servicios SEM	Mensual	24	7%	\$ 250.00	\$ 50.00	\$ 200.00	10	\$ 2,432.65
10	Servicios CRM	Mensual	24	7%	\$ 500.00	\$ 55.00	\$ 445.00	10	\$ 4,865.30
11	Reels	S	61	17%	\$ 75.00	\$ 45.00	\$ 30.00	25	\$ 1,854.90
12	Video Institucional	MIN	33	9%	\$ 145.00	\$ 50.00	\$ 95.00	13	\$ 1,940.04
VOLUMEN TOTAL DE VENTAS			363	100%	Margen de Contribución Combinado		\$ 104.78	147	\$ 28,509.03

$$\text{Unidades Combinadas de Equilibrio} = \frac{\text{Total de Costos Operativos Fijos}}{\text{Margen de Contribución Combinado}} = \frac{\$ 15,421.38}{\$ 104.78} = 147.18 \text{ Unidades}$$

Fuente: Elaboración propia por el equipo de investigación 5E 2023

E. Estado de resultados proyectado

Tabla 26. Estado de Resultados Proyectado para el Primer Año

	Año 1												Total Año 1
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	
Ingreso por Ventas	1,598.00	2,696.00	3,236.00	3,755.00	5,474.00	5,943.00	6,458.00	7,532.00	8,196.00	8,196.00	8,571.00	8,661.00	70,316.00
Costo de Bienes Vendidos	385.00	505.00	610.00	705.00	1,000.00	1,060.00	1,135.00	1,310.00	1,430.00	1,430.00	1,490.00	1,505.00	12,565.00
Ganancia Bruta	\$ 1,213.00	\$ 2,191.00	\$ 2,626.00	\$ 3,050.00	\$ 4,474.00	\$ 4,883.00	\$ 5,323.00	\$ 6,222.00	\$ 6,766.00	\$ 6,766.00	\$ 7,081.00	\$ 7,156.00	\$ 57,751.00
Salarios	1,095.00	1,095.00	1,095.00	1,095.00	1,095.00	1,095.00	1,095.00	1,095.00	1,095.00	1,095.00	1,095.00	1,095.00	13,140.00
Prestaciones	208.73	208.73	208.73	208.73	208.73	208.73	208.73	208.73	208.73	208.73	208.73	208.73	2,504.76
Alquileres de Locales	410.18	410.18	410.18	410.18	410.18	410.18	410.18	410.18	410.18	410.18	410.18	410.18	4,922.12
Agua, Electricidad	79.11	79.11	79.11	79.11	79.11	79.11	79.11	79.11	79.11	79.11	79.11	79.11	949.27
Comunicaciones	292.98	292.98	292.98	292.98	292.98	292.98	292.98	292.98	292.98	292.98	292.98	292.98	3,515.80
Útiles de Oficina	32.23	32.23	32.23	32.23	32.23	32.23	32.23	32.23	32.23	32.23	32.23	32.23	386.74
Promoción y Publicidad	585.97	585.97	585.97	585.97	585.97	585.97	585.97	585.97	585.97	585.97	585.97	585.97	7,031.60
Transportes	239.70	404.40	485.40	563.25	821.10	891.45	968.70	1,129.80	1,229.40	1,229.40	1,285.65	1,299.15	10,547.40
Depreciación	172.87	172.87	172.87	172.87	172.87	172.87	172.87	172.87	172.87	172.87	172.87	172.87	(2,074.38)
Otros	31.96	53.92	64.72	75.10	109.48	118.86	129.16	150.64	163.92	163.92	171.42	173.22	1,406.32
Total Gastos Generales y de Admón.	\$ (1,935.72)	\$ (1,144.38)	\$ (801.18)	\$ (465.41)	\$ 666.36	\$ 995.63	\$ 1,348.08	\$ 2,064.50	\$ 2,495.62	\$ 2,495.62	\$ 2,746.87	\$ 2,806.57	\$ 15,421.38
Intereses Pagados	80.92	79.87	78.81	77.75	76.67	75.59	74.49	73.39	72.28	71.16	70.03	68.89	899.87
Ganancia Gravable(GAI)	\$ (2,016.64)	\$ (1,224.25)	\$ (879.99)	\$ (543.15)	\$ 589.69	\$ 920.05	\$ 1,273.59	\$ 1,991.11	\$ 2,423.34	\$ 2,424.46	\$ 2,676.84	\$ 2,737.68	\$ 14,521.51
Impuesto sobre Renta(25%)													3,630.38
Ganancia Neta	\$ (2,016.64)	\$ (1,224.25)	\$ (879.99)	\$ (543.15)	\$ 589.69	\$ 920.05	\$ 1,273.59	\$ 1,991.11	\$ 2,423.34	\$ 2,424.46	\$ 2,676.84	\$ 2,737.68	\$ 10,891.13

Fuente: Elaboración propia por el equipo de investigación 5E 2023

Tabla 27. Estado de Resultados Proyectado para los 4 Sigüientes Años

	Año 2					Año 3					Año 4	Año 5
	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Total	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Total		
Ingreso por Ventas	20,207.58	20,207.58	20,207.58	20,207.58	80,830.30	24,291.39	24,291.39	24,291.39	24,291.39	97,165.55	118,943.10	139,678.20
Costo de Bienes Vendidos	3,707.96	3,707.96	3,707.96	3,707.96	14,831.85	4,362.20	4,362.20	4,362.20	4,362.20	17,448.81	20,853.29	24,266.89
Ganancia Bruta	\$ 16,499.61	\$ 16,499.61	\$ 16,499.61	\$ 16,499.61	\$ 65,998.45	\$ 19,929.18	\$ 19,929.18	\$ 19,929.18	\$ 19,929.18	\$ 79,716.73	\$ 98,089.81	\$ 115,411.31
Salarios	5,529.75	5,529.75	5,529.75	5,529.75	22,119.00	6,702.06	6,702.06	6,702.06	6,702.06	26,808.23	31,589.03	36,462.76
Prestaciones	626.19	626.19	626.19	626.19	2,504.76	626.19	626.19	626.19	626.19	2,504.76	2,504.76	2,504.76
Alquileres de Locales	1,230.53	1,414.53	1,414.53	1,414.53	5,474.12	1,700.40	1,700.40	1,700.40	1,700.40	6,801.59	8,326.02	9,777.47
Agua, Electricidad	237.32	237.32	237.32	237.32	949.27	237.32	237.32	237.32	237.32	949.27	949.27	949.27
Comunicaciones	878.95	878.95	878.95	878.95	3,515.80	878.95	878.95	878.95	878.95	3,515.80	3,515.80	3,515.80
Útiles de Oficina	96.68	96.68	96.68	96.68	386.74	96.68	96.68	96.68	96.68	386.74	386.74	386.74
Promoción y Publicidad	1,757.90	1,757.90	1,757.90	1,757.90	7,031.60	1,757.90	1,757.90	1,757.90	1,757.90	7,031.60	7,031.60	7,031.60
Transportes	719.10	1,213.20	1,456.20	1,689.75	5,078.25	719.10	1,213.20	1,456.20	1,689.75	5,078.25	5,078.25	5,078.25
Depreciación	(518.60)	(518.60)	(518.60)	(518.60)	(2,074.38)	(518.60)	(518.60)	(518.60)	(518.60)	(2,074.38)	(2,074.38)	(2,074.38)
Otros	95.88	161.76	194.16	225.30	677.10	95.88	161.76	194.16	225.30	677.10	677.10	677.10
Total Gastos Generales y de Admón.	\$ 10,653.71	\$ 11,397.69	\$ 11,673.09	\$ 11,937.78	\$ 45,662.25	\$ 12,295.88	\$ 12,855.86	\$ 13,131.26	\$ 13,395.95	\$ 51,678.95	\$ 57,984.18	\$ 64,309.37
Intereses Pagados	199.76	189.17	178.32	167.20	734.45	155.80	144.13	132.16	119.89	551.98	350.70	128.68
Ganancia Gravable(GAI)	\$ 5,646.15	\$ 4,912.76	\$ 4,648.21	\$ 4,394.64	\$ 19,601.75	\$ 7,477.50	\$ 6,929.20	\$ 6,665.77	\$ 6,413.34	\$ 27,485.81	\$ 39,754.93	\$ 50,973.26
Impuesto sobre Renta(25%)					4,900.44					6,871.45	9,938.73	12,743.32
Ganancia Neta	\$ 5,646.15	\$ 4,912.76	\$ 4,648.21	\$ 4,394.64	\$ 14,701.31	\$ 7,477.50	\$ 6,929.20	\$ 6,665.77	\$ 6,413.34	\$ 20,614.36	\$ 29,816.20	\$ 38,229.95

Fuente: Elaboración propia por el equipo de investigación 5E 2023

3.9. Plan de trabajo

Tabla 28. Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DE PLAN DE TRABAJO																																								
AÑO	2023																																							
MESES	Mar				Abr				May				Jun				Jul				Ago				Sept				Oct				Nov				Dic			
SEMANAS	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Presentación de ideas para la creación del modelo de negocio digital				■																																				
Análisis del mercado					■																																			
Creación de propuesta de valor						■	■																																	
Elaboración del plan de negocio							■	■	■	■	■	■	■																											
Búsqueda de proveedores													■	■																										
Verificación de marca															■																									
Acercamiento con Mypes															■	■																								
Creación de sitio web y redes sociales																	■	■																						
Elaboración del plan financiero																		■	■	■	■	■	■	■																
Lanzamiento de campañas en redes sociales																					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
Creación de cartera de clientes																						■	■																	
Contacto a clientes																							■	■																
Posicionamiento estrategia SEO Y SEM																													■	■	■	■	■	■	■	■				

Fuente: Elaboración propia por el equipo de investigación 5E 2023

Tabla 29. Plan de trabajo

Nº	Obejtivos	Acciones	Responsables	Fecha inicio	Fecha fin	Recursos
1	Presentación de ideas para la creación del modelo de negocio digital	Reunión con el equipo de trabajo para definir e implementar la idea de la cual se esperen los mejores resultados	Claudia Roñac Gabriela Córvera Kenia Comayagua	27/03/2023	31/03/2023	Laptop, internet, Correo electrónico
2	Análisis del mercado	Identificación de las necesidades de los clientes potenciales	Claudia Roñac	10/04/2023	12/04/2023	laptop, internet, redes sociales.
3	Creación de propuesta de valor	Establecer acciones que nos diferencien de la competencia	Claudia Roñac Gabriela Córvera	24/04/2023	02/05/2023	laptop, internet.
4	Elaboración de plan de negocio	Creación de estrategias que contribuyan al acercamiento de posibles clientes potenciales	Claudia Roñac Gabriela Córvera Kenia Comayagua	12/05/2023	12/06/2023	laptop, internet, redes sociales, Microsoft office.
5	Búsqueda de proveedores	Identificar qué proveedores se pueden contratar para recibir excelente calidad y servicio	Claudia Roñac	14/06/2023	21/06/2023	laptop, internet, redes sociales.
6	Verificación de marca	Verificar en el CNR si el nombre de la marca ya existe	Kenia Comayagua	26/06/2023	27/06/2023	Combustible, pago de documentación solicitada.
7	Acercamiento con Mypes	Investigar y conocer de cerca algunas Mypes que pueden llegar a ser nuestros clientes potenciales y conocer sus necesidades	Claudia Roñac Gabriela Córvera Kenia Comayagua	03/07/2023	17/07/2023	laptop, internet, redes sociales, telefonía, combustible.

8	Creación de sitio web y redes sociales	Elaboración de sitio web y redes sociales para tener más acercamiento con los clientes	Claudia Roñac Kenia Comayagua	24/07/2023	07/08/2023	laptop, internet, redes sociales.
10	Elaboraciones de plan financiero	Elaboración de estado de resultados, flujo de efectivo, proyección de ventas para saber si se están logrando las proyecciones esperadas.	Claudia Roñac Gabriela Córvera Kenia Comayagua	08/08/2023	25/08/2023	Laptop, Microsoft Office.
11	Lanzamiento de campañas en redes sociales	Creación de calendario de contenidos para redes sociales y que de esta manera se tenga mayor conocimiento de nuestra marca	Claudia Roñac Kenia Comayagua	28/08/2023	28/11/2023	laptop, internet, redes sociales.
12	Creación de cartera de clientes	Contar con una cartera de clientes a la cual se le de seguimiento oportuno	Gabriela Córvera	01/09/2023	10/09/2023	Laptop, Microsoft Office.
13	Contacto a clientes	Contactar a los clientes para ofrecerles los paquetes de servicios que Ping Media ofrece	Gabriela Córvera	12/09/2023	19/09/2023	Laptop, teléfono celular, internet.
14	Posicionamiento estrategia SEO Y SEM	Creación de campañas de publicidad en sitio web que permitan un mejor resultado	Kenia Comayagua Claudia Roñac	20/09/2023	20/12/2023	laptop, internet, redes sociales.

Fuente: Elaboración propia por el equipo de investigación 5E 2023

3.10 Plan de contingencia

Medidas generales de prevención

- Mantenimiento de equipos informáticos y audiovisuales para el buen funcionamiento de estos.
- Realizar copia de seguridad del trabajo realizado.
- Verificar en el CNR que la marca Ping Media, aún no esté registrada por alguien más.

Acciones preventivas

- Contratación de póliza de daños e incendio
- Contratación de seguro de protección contra robos
- Solicitar al banco que envíe alertas ante cualquier movimiento en las cuentas bancarias

Acciones en caso de siniestro

- Ofrecer a los clientes diferentes métodos de pago.
- Contar con el equipo informático suficiente ante cualquier eventualidad.
- Contratar un proveedor de hosting que apoye con los problemas técnicos que se puedan ocasionar en el sitio en línea.

Manejo de crisis

- Disponer de un inventario actualizado.
- Proporcionar diferentes canales de comunicación con los clientes en casos de que alguna red presente fallas.

Plan de continuidad

- Capacitación constante al equipo de trabajo.
- Seguimiento de la opinión de los clientes por medio de encuesta y redes sociales.
- Actualización de la información de los clientes.

Seguridad en los activos

- Contar con las licencias necesarias para el buen trabajo
- Registro de marca en el CNR
- Resguardo de documentos importantes y confidenciales del negocio.

3.10. Indicadores de medición.

Los indicadores de medición son importantes porque permiten a las empresas evaluar el rendimiento y mejora hacia objetivos que se quieren lograr, se identifican los puntos débiles de una empresa y poder identificar la problemática para corregirlos, también se planean metas y actividades, se verifica los resultados y se implementan estrategias para la organización.

Tráfico de búsqueda

Ayuda a medir cuantas personas están buscando nuestra página en línea a través de las palabras que se han establecido.

Para llevar tráfico a nuestra página web tomaremos en cuenta las siguientes estrategias:

1. Identificar una tendencia de búsqueda en Google a través de palabras claves para aumentar el tráfico orgánico o tráfico de pago.

2. Crear contenido atractivo y que el visitante permanezca más tiempo en el sitio web y se informe acerca de los servicios.

3. Colocar toda la información de contacto necesaria para que el visitante tenga acceso a contactarnos de forma inmediata.

Tasa de conversión.

La tasa de conversión es el porcentaje de usuarios que interactuó con en el sitio en línea por medio de publicidad, cantidad de visitas al sitio web o búsqueda por palabras claves.

Para poder visualizar cuantas personas ingresan a nuestra página web se tomará en cuenta las siguientes estrategias:

1. Recopilar información de los clientes potenciales con el nombre, teléfono, correo electrónico por medio de un formulario en nuestras redes sociales.

2. Enviar el 50% de tráfico a una landing page y el otro 50% a la misma, pero haciendo un cambio pequeño para poder comparar el rendimiento de cada una, utilizando la herramienta de Google Optimize.

3. Crear una lista de clientes potenciales que ya interactuaron con nuestras campañas de conversiones y mandar correos únicos de ventas.

Coste de adquisición de clientes.

Es una medida que se utiliza para determinar el coste total para atraer a nuevos clientes. El coste de adquisición de clientes ayuda a establecer cuánto dinero en publicidad se necesita para atraer al cliente potencial y se convierta en cliente efectivo.

Para calcular el coste de adquisición de clientes, tomaremos en cuenta las siguientes estrategias:

1. Realizar un análisis mensual para evaluar el crecimiento de nuevos clientes.
2. Identificar los gastos totales de marketing y ventas (salarios de la fuerza de ventas e inversiones publicitarias).
3. Dividir los gastos entre el número de clientes nuevos.

Email Marketing

La técnica de mercadeo vía correo electrónico genera resultados positivos en el marketing digital, esta técnica trata de dirigir tráfico a las plataformas mediante campañas, se evalúan los clics generados entre los emails enviados, mientras el porcentaje sea mayor quiere decir que el email marketing está funcionando.

Para poder realizar una mejor optimización del Email Marketing se tomará en cuenta las siguientes estrategias:

1. Conocer los intereses de los clientes y poder separarlos en segmentos y así crear correos que estén dirigidos específicamente para ellos para que consuman de los servicios.

2. Crear lista de correos electrónicos implementándolo en nuestra página web dando un descuento o incentivo.

3. Crear contenido creativo sobre servicio de paquetes para que los usuarios quieran recibir más correos y lleguen a la bandeja de entrada y no a la carpeta de spam.

Tráfico en redes sociales

Las redes sociales son fundamentales debido a que las personas que visiten el sitio en línea serán a través de las redes sociales como por ejemplo cuando se comparte una publicación, se reacciona a las publicaciones o se comparte por medio de enlaces, menciones, etiquetas esto hace que los usuarios se relacionen con el trabajo que se desarrolla como empresa.

Se podrá medir el control mediante métricas básicas de las redes sociales.

1. El número de personas que visualizaron la publicación de forma directa.
2. Número de clic en el contenido publicado redirigido al sitio web.
3. Las menciones o etiquetas que los seguidores hacen cuando se habla de la marca.

Conclusiones

- A consecuencia de la pandemia, muchas empresas se vieron en la tarea de reinventarse y generar ideas de cómo estar más cerca de sus clientes lo que les obligó a hacer mayor uso de plataformas digitales donde el cliente sin la necesidad de salir de sus hogares o lugar de trabajo, puedan acceder a los servicios o productos solo haciendo uso de su dispositivo móvil.
- Las Mypes representan cerca del 99% del sector empresarial del país, con lo que contribuye al sostenimiento y crecimiento de la economía nacional, por esta razón, las micro y pequeñas empresas no se han quedado atrás y cada vez buscan los medios digitales para poder expandir su marca.
- Ante el resultado obtenido de las entrevistas realizadas a los microempresarios se concluye que, están interesados en trabajar con una agencia de publicidad que les brinden servicios para potenciar su marca.

Bibliografía

- Augusto, C. (22 de Agosto de 2022). Obtenido de <https://blog.inmarketing.co/blog/publicidad-digital>
- concepto*. (s.f.). Obtenido de <https://concepto.de/metodo-cientifico/#ixzz8DjElt7Hn>
- López, P. L. (2004). *Scielo*. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012
- Ortega, C. (s.f.). <https://www.questionpro.com/blog/es/muestreo-no-probabilistico/>.
- Raeburn, A. (1 de julio de 2021). *Asana*. Obtenido de <https://asana.com/es/resources/swot-analysis>
- Rockcontent*. (4 de octubre de 2019). Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/ventaja-competitiva/#:~:text=La%20ventaja%20competitiva%20es%20un,le%20brinda%20un%20posicionamiento%20favorable>
- Salesforce LATAM*. (2021). Obtenido de <https://www.salesforce.com/mx/blog/modelo-canvas/#:~:text=El%20modelo%20Canvas%20es%20la,y%20crezca%20en%20el%20mercado>.

Anexos

Anexo 1. Guía de preguntas utilizado para el método de investigación cualitativo enfocado a Mypes del municipio de San Salvador, departamento de San Salvador.

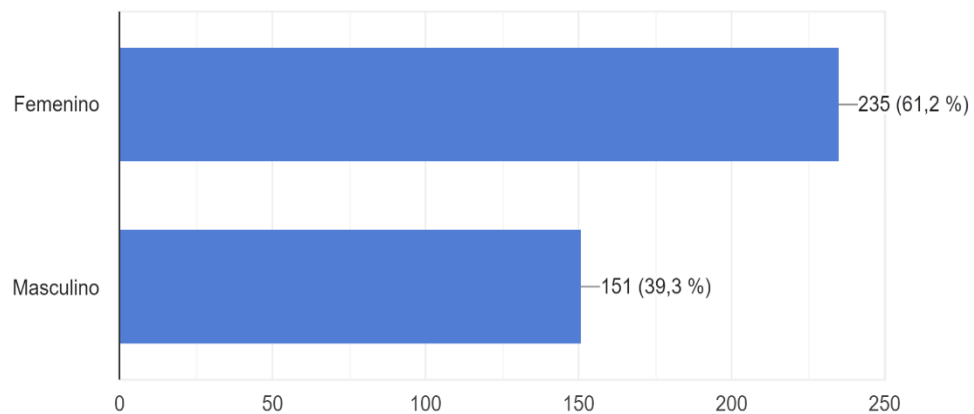
1. ¿Cuál es el giro de su negocio?
2. ¿Cuánto tiempo tiene su negocio en el mercado?
3. ¿Posee conocimiento sobre publicidad digital?
4. ¿Sabe cuál es la diferencia entre publicidad digital y publicidad convencional?
5. ¿Posee tiempo y conocimiento para realizar publicaciones estratégicas de posicionamiento para su negocio en redes sociales business?
6. ¿Actualmente utiliza medios digitales para dar a conocer su negocio a la población?
7. En caso de que los utilice, ¿cuáles herramientas digitales hace uso para publicitar su marca?
8. Si aún no utiliza medios digitales, ¿estaría dispuesto a hacer uso de ellos para que su negocio sea conocido por más personas?
9. En caso de que haga uso de publicidad digital, ¿Cuáles son las dificultades con las que se enfrenta al momento de hacer uso de ellas?
10. ¿Conoce empresas que brinden servicios de publicidad digital?
11. ¿Alguna vez ha subcontratado servicios profesionales de publicidad digital?
12. ¿Le gustaría que existiera una agencia de publicidad digital que se acople a sus necesidades y poder adquisitivo?
13. ¿Estaría dispuesto a contratar servicios profesionales de publicidad digital para posicionar su negocio?
14. ¿Cuál de los siguientes recursos digitales estaría dispuesto a adquirir para incrementar sus seguidores y posibles clientes potenciales?
 - Planeación estratégica y gestión de contenido
 - Calendario de contenido para redes sociales como (Facebook, Instagram TikTok y YouTube)
 - Servicios de productora de audio, cuñas, spots publicitarios, audios originales
 - Formato audio visual e ilustraciones personalizadas
 - Podcast de contenido de valor

15. ¿Aproximadamente cuánto es el presupuesto estimado que está dispuesto a invertir en publicidad digital?

Anexo 2: Procesamiento de resultados cuantitativos

La encuesta se realizó por medio de la plataforma de Google a 384 según la muestra y se obtuvo la siguiente data:

Pregunta 1. ¿Cuál es tu género?

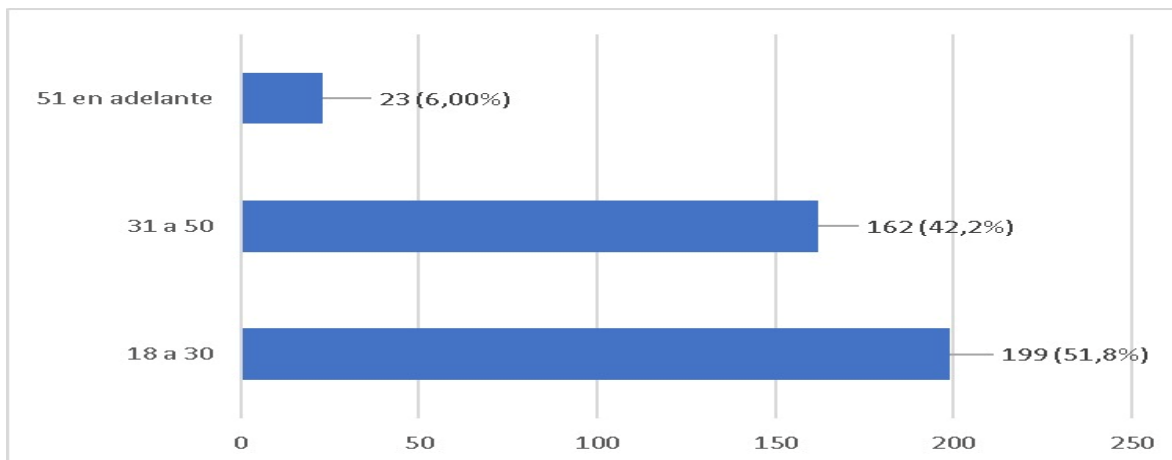


Fuente: Elaboración propia por el equipo de investigación 5E 2023

Objetivo: Identificar el género de personas que utilizan redes sociales y que por medio de ellas conozcan negocios.

Análisis General: El 61,2% de los encuestados fueron mujeres y lo que resta 39,3% fueron hombres.

Pregunta 2. ¿Qué edad tienes?

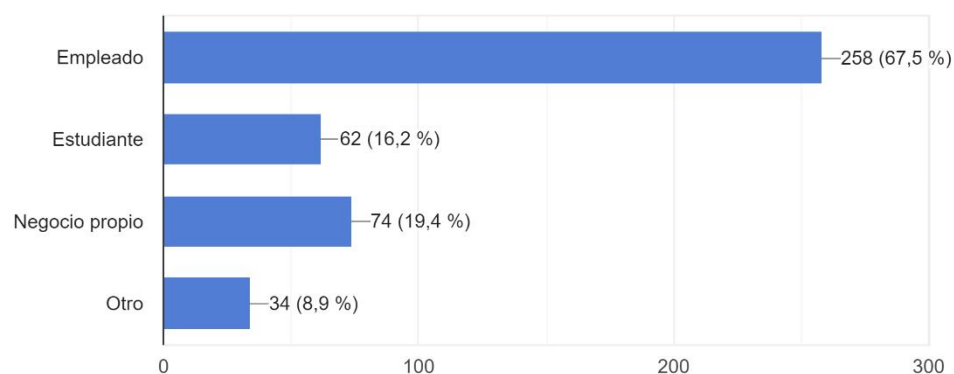


Fuente: Elaboración propia por el equipo de investigación 5E 2023

Objetivo: Definir el rango de edades de la población que más hace uso de las plataformas digitales en el Municipio de San Salvador.

Análisis General: El 51,8% fue del rango entre 18 a 30 años de edad; dentro del 42,2% el rango fue de 31 a 50 años y el 6% se encuentra en el rango de 51 años en adelante.

Pregunta 3. ¿A qué te dedicas?

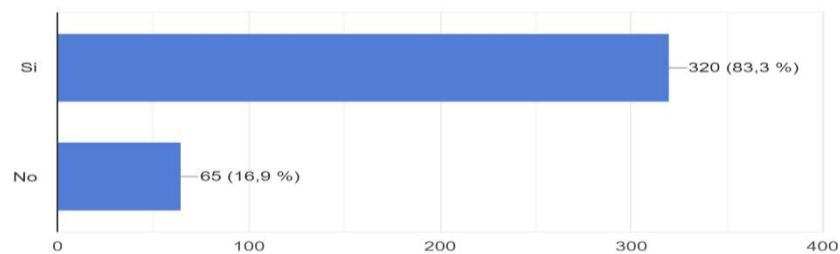


Fuente: Elaboración propia por el equipo de investigación 5E 2023

Objetivo: Conocer la ocupación de los encuestados.

Análisis General: El dato que se obtuvo es que 67,5% de encuestados estaban dentro del sector de empleados, el 16,2% eran estudiantes, el 19,4% indicaron tener negocio propio y el 8,9% a otro tipo de ocupación.

Pregunta 4. ¿Conoce cuál es la diferencia entre publicidad convencional y publicidad digital?

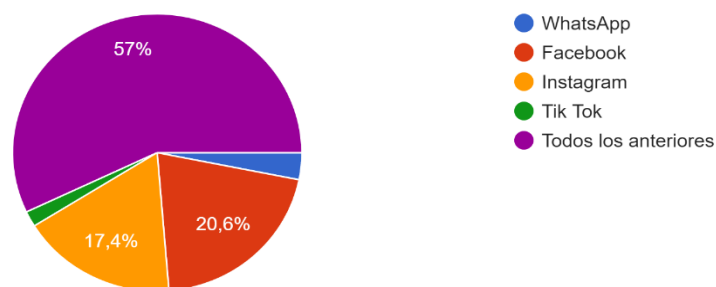


Fuente: Elaboración propia por el equipo de investigación 5E 2023

Objetivo: Identificar las personas que conocen la diferencia entre la publicidad convencional y digital.

Análisis General: Se pudo observar, que el 83,3% de las personas encuestadas si sabían la diferencia entre la publicidad convencional y digital y el resto que era el 16,9% no conocían la diferencia.

Pregunta 5. ¿Qué medios digitales utiliza para obtener información acerca de alguna marca o negocio?

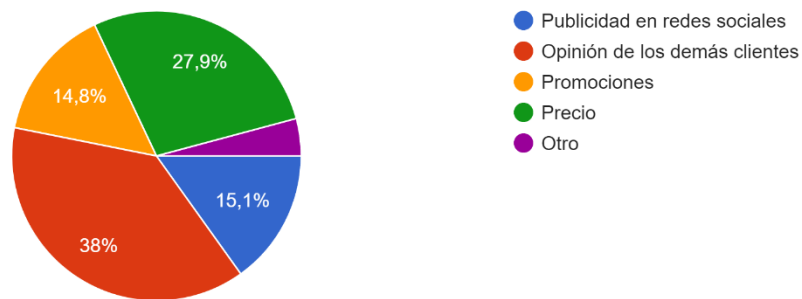


Fuente: Elaboración propia por el equipo de investigación 5E 2023

Objetivo: Identificar cuáles son los medios digitales que más se utilizan para conocer alguna marca o negocio.

Análisis General: El 57% de los encuestados indicaron que usan WhatsApp, Facebook, Instagram, TikTok, el 20,6% utiliza Facebook, el 3,13% WhatsApp, el 1,82% utiliza TikTok.

Pregunta 6. ¿Cuáles son los factores que toma en cuenta al momento de escoger algún producto o servicio?

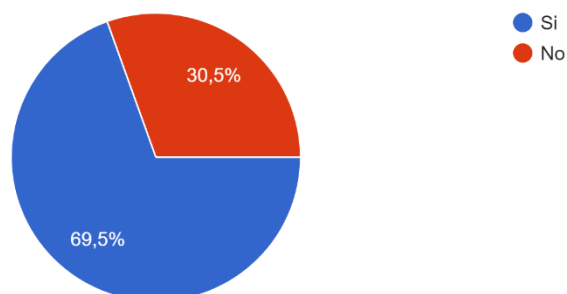


Fuente: Elaboración propia por el equipo de investigación 5E 2023

Objetivo: Conocer factores al momento de elegir producto o servicio.

Análisis General: El dato obtenido fue el siguiente: el 38% dijo que se deja llevar más por la opinión de los clientes, para el 27,9% de los encuestados influyen más el precio, el 14,8% son las promociones, el 15,1% publicidad en redes sociales y otros el 4,2%.

Pregunta 7. ¿Conoce empresas que brinden servicios de publicidad digital?

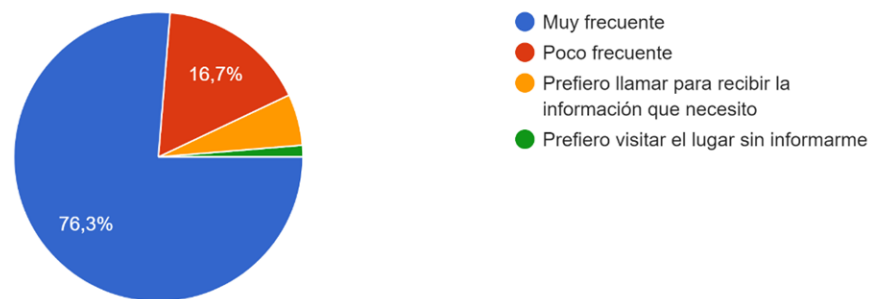


Fuente: Elaboración propia por el equipo de investigación 5E 2023

Objetivo: Cuantificar las personas conocen empresas que brinden publicidad digital.

Análisis General: El 69,5% respondió que conoce de empresas que brinden servicios digitales y el resto de las personas encuestadas el cual es el 30.5% respondió que no conocen de dichos servicios.

Pregunta 8. ¿Qué tan frecuente hace uso de redes sociales para conocer los servicios o productos que brindan algún negocio?

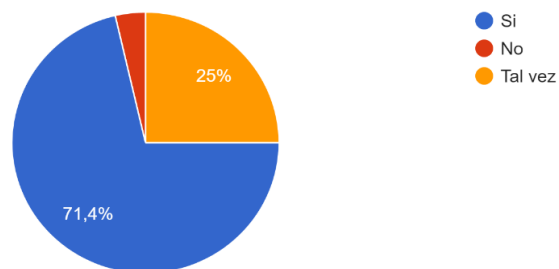


Fuente: Elaboración propia por el equipo de investigación 5E 2023

Objetivo: Conocer el tiempo que las personas hacen uso de los medios digitales para conocer los productos o servicios de los negocios.

Análisis General: El 76,3% respondió que es muy frecuente el uso que hacen de las plataformas, el 16,7% poco frecuentes, el 1,3% prefiere visitar otro lugar sin informarse.

Pregunta 9. ¿Le gustaría ver más publicidad en redes sociales a cerca de micro y pequeñas empresas?

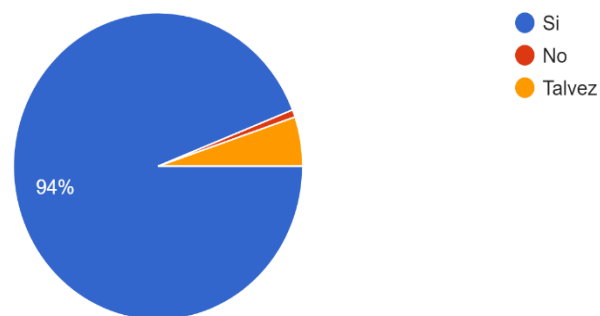


Fuente: Elaboración propia por el equipo de investigación 5E 2023

Objetivo: Estimar si las personas encuestadas están interesadas en conocer micro y pequeñas empresas mediante publicidad en línea.

Análisis General: El 71,4% respondieron con un sí, el 25% tal vez y el 3.6% con un no.

Pregunta 10. ¿Cree usted que la publicidad digital implementada por micros y pequeñas empresas es necesario para el crecimiento de estas?

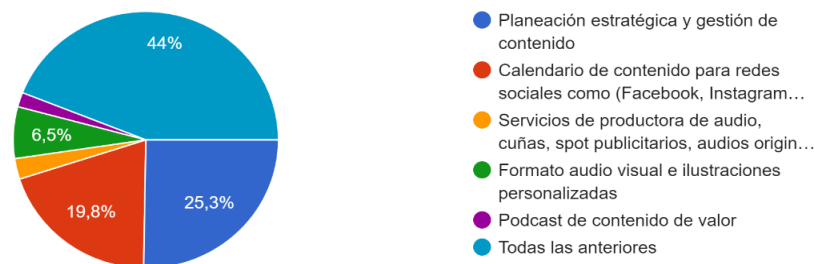


Fuente: Elaboración propia por el equipo de investigación 5E 2023

Objetivo: Identificar si la publicidad digital es necesaria para el crecimiento de las micro y pequeñas empresas.

Análisis General: El 94% de las personas encuestadas indicaron que, si creen que es necesario el crecimiento para las micros y pequeñas empresas, el 5,2 % tal vez y el 0,8% dijo que no es necesario.

Pregunta 11. ¿Cuál de los siguientes recursos digitales cree que sería eficaz para que un negocio pueda incrementar sus seguidores y posibles clientes potenciales?

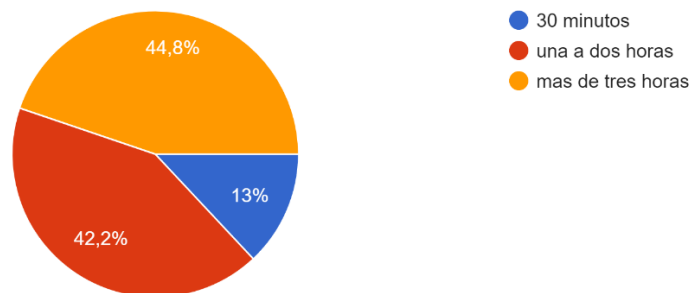


Fuente: Elaboración propia por el equipo de investigación 5E 2023

Objetivo: Identificar que recurso digital es eficaz para una empresa o negocio para el aumento de seguidores y clientes potenciales.

Análisis General: El 44% consideró que es eficaz todas las respuestas anteriores que son: planeación estratégica y gestión de contenido, calendario de contenido, servicios de productora, formato audiovisual e ilustraciones y podcast de contenido de valor, el 25,3% respondió que es eficaz la planeación estratégica y gestión de contenido, el 19,8% calendario de contenido para redes sociales, el 6,5% formato audio visual e ilustraciones personalizadas, servicios de productora 2,6% y finalmente los podcast de contenido con un 1,8%.

12. ¿Durante el día, cuánto tiempo hace uso de redes sociales?



Fuente: Elaboración propia por el equipo de investigación 5E 2023

Objetivo: Estimar el tiempo que se utiliza las redes sociales.

Análisis General: El 44,8% respondió que hace uso de las redes sociales más de tres horas, el 42,2% una o dos horas y el resto que es el 13% solamente hace uso de las redes sociales por treinta minutos.

Anexo 3. Procesamiento de resultados cualitativos

Entrevista 1: Nathaly Ascensio /Office Dreams 2023.

1. ¿Cuál es el giro de su negocio?

Elaboración de mueblería.

2. ¿Cuánto tiempo tiene su negocio en el mercado?

4 años

3. ¿Posee conocimiento sobre publicidad digital?

Si.

4. ¿Sabe cuál es la diferencia entre publicidad digital y publicidad convencional?

Si, Tengo entendido que la publicidad digital es la que se hace en redes sociales y páginas web y la publicidad convencional es la que se hace en vallas publicitarias, radio, T.V. afiches.

5. ¿Posee tiempo y conocimiento para realizar publicaciones estratégicas de posicionamiento para su negocio en redes sociales business?

Si poseo tiempo, pero no tengo el conocimiento de cuáles podrían ser las publicaciones estratégicas en redes sociales. No encuentro la estrategia de crear publicidad para mi negocio.

6. ¿Actualmente utiliza medios digitales para dar a conocer su negocio a la población?

Si.

7. En caso de que los utilice, ¿cuáles herramientas digitales hace uso para publicitar su marca?

redes sociales y correo electrónico.

8. Si, aún no utiliza medios digitales, ¿estaría dispuesto a hacer uso de ellos para que su negocio sea conocido por más personas?

Si, estoy dispuesta a utilizar cualquier medio digital necesario para que más personas me conozcan.

9. En caso de que haga uso de publicidad digital, ¿Cuáles son las dificultades con las que se enfrenta al momento de hacer uso de ellas?

Al momento de hacer publicidad en Facebook, no siempre me funciona, a parte que se debe de pagar, las personas muchas veces se interesan, pero no se llega a concretar la venta, pienso que el problema en sí no es el contenido ni la red social sino más bien ya es un problema del área de ventas.

10. ¿Conoce empresas que brinden servicios de publicidad digital?

No, no conozco a ninguna empresa que brinden servicios de publicidad digital.

11. ¿Alguna vez ha subcontratado servicios profesionales de publicidad digital?

No, nunca he contratado servicios profesionales de publicidad digital.

12. ¿Le gustaría que existiera una agencia de publicidad digital que se acople a sus necesidades y poder adquisitivo?

Si, me gustaría que existiera una agencia de publicidad digital que se acople a mis necesidades y poder adquisitivo.

13. ¿Estaría dispuesto a contratar servicios profesionales de publicidad digital para posicionar su negocio?

Si, a pesar de que nunca he adquirido servicios de publicidad digital, podría contratar para que mi negocio lo conozcan más personas.

14. ¿Cuál de los siguientes recursos digitales estaría dispuesto a adquirir para incrementar sus seguidores y posibles clientes potenciales?

- Planeación estratégica y gestión de contenido
- Calendario de contenido para redes sociales como (Facebook, Instagram TikTok y YouTube)

- Servicios de productora de audio, cuñas, spots publicitarios, audios originales
- Formato audio visual e ilustraciones personalizadas
- Podcast de contenido de valor

Parte de los recursos que estaría disponible a adquirir sería calendario de contenido para redes sociales y servicios de productora de audio, cuñas, spots publicitarios, audios originales.

15. ¿Aproximadamente cuánto es el presupuesto estimado que está dispuesto a invertir en publicidad digital?

Primero haría una prueba para ver el impacto que tendrá en mi negocio y luego establecer un presupuesto para adquirir de forma permanente los servicios de publicidad digital.

Entrevista 2: Lic. Jaime Monge /CREAROKO 2023.

1. ¿Cuál es el giro de su negocio?

Elaboración y venta de productos elaborados desde cero, estoy en la industria.

2. ¿Cuánto tiempo tiene su negocio en el mercado?

Cuento con 20 años de estar en el mercado.

3. ¿Posee conocimiento sobre publicidad digital?

Si, conozco un poco del tema de publicidad digital.

4. ¿Sabe cuál es la diferencia entre publicidad digital y publicidad convencional?

Si, se la diferencia entre ambas, la primera es la que se mueve en medios y redes sociales y la segunda es la que manejan panfletos, y POP.

5. ¿Posee tiempo y conocimiento para realizar publicaciones estratégicas de posicionamiento para su negocio en redes sociales business?

Si, posee el tiempo suficiente.

6. ¿Actualmente utiliza medios digitales para dar a conocer su negocio a la población?

Tengo tres años de estar implementando el desarrollo de redes sociales y considero que aún es muy poco lo que hago dentro del mercado.

7. En caso de que los utilice, ¿cuáles herramientas digitales hace uso para publicitar su marca?

Solo utilizo Facebook, Instagram y contesto por WhatsApp.

8. Si aún no utiliza medios digitales, ¿estaría dispuesto a hacer uso de ellos para que su negocio sea conocido por más personas?

Si, utilizamos medios digitales y seguimos interesados en seguir trabajando en ellas para seguir creciendo.

9. En caso de que haga uso de publicidad digital, ¿Cuáles son las dificultades con las que se enfrenta al momento de hacer uso de ellas?

Por el momento cuento con un freelance que es quien me apoya con el contenido de redes sociales, sé que no cuenta el conocimiento suficiente como la que tienen las agencias de publicidad.

10. ¿Conoce empresas que brinden servicios de publicidad digital?

Si conozco empresas, pero más que todo estas brindan servicios a la gran empresa.

11. ¿Alguna vez ha subcontratado servicios profesionales de publicidad digital?

No, solo cuento con un freelance.

12. ¿Le gustaría que existiera una agencia de publicidad digital que se acople a sus necesidades y poder adquisitivo?

Si, pero me gustaría que existiera una empresa de publicidad digital que brindara ciertos precios que orienten a los pequeños empresarios.

13. ¿Estaría dispuesto a contratar servicios profesionales de publicidad digital para posicionar su negocio?

Si, estoy dispuesto a contratar los servicios de publicidad digital y conocer más sobre los servicios que ofrecerían.

14. ¿Cuál de los siguientes recursos digitales estaría dispuesto a adquirir para incrementar sus seguidores y posibles clientes potenciales?

- Planeación estratégica y gestión de contenido
- Calendario de contenido para redes sociales como (Facebook, Instagram TikTok y YouTube)
- Servicios de productora de audio, cuñas, spots publicitarios, audios originales
- Formato audio visual e ilustraciones personalizadas
- Podcast de contenido de valor

Dentro de los que mencionan me parecen que valen la pena y son interesante es la planeación estratégica y gestión de contenido, el tema de los formatos audiovisuales me interesa el tema de Podcast que no tengo conocimiento de ello, pero pienso que en nuestra empresa nos ayudaría.

15. ¿Aproximadamente cuánto es el presupuesto estimado que está dispuesto a invertir en publicidad digital?

Mensualmente tenemos una inversión en publicidad es de \$2,500.00 aproximadamente, ese presupuesto es el asignado para publicidad.

Entrevista 3: Licda. Laura Escobar / Panadería y Pastelería Danés 2023

1. ¿Cuál es el giro de su negocio?

Venta al por menor de otros productos NCP

2. ¿Cuánto tiempo tiene su negocio en el mercado?

7 años.

3. ¿Posee conocimiento sobre publicidad digital?

No estoy segura, suponiendo que hace referencia al uso de redes sociales o Google Ads entonces diría que sí.

4. ¿Sabe cuál es la diferencia entre publicidad digital y publicidad convencional?

Supongo que la diferencia es el alcance que tienen, se llega a más población en publicidad digital y se puede segmentar mejor la audiencia

5. ¿Posee tiempo y conocimiento para realizar publicaciones estratégicas de posicionamiento para su negocio en redes sociales business?

Tengo conocimientos básicos, sobre cómo segmentar al público, verificar en qué momento es mejor hacer las publicaciones y programarlas, pero no tengo tiempo de hacerlo.

6. ¿Actualmente utiliza medios digitales para dar a conocer su negocio a la población?

Si, redes sociales propias y en conjunto con grupos de emprendedores

- 7. En caso de que los utilice, ¿cuáles herramientas digitales hace uso para publicitar su marca?**

Facebook, IG, WhatsApp

- 8. Si aún no utiliza medios digitales, ¿estaría dispuesto a hacer uso de ellos para que su negocio sea conocido por más personas?**

En este caso estoy interesada en conocer más opciones de medios digitales para implementarlos en mi negocio.

- 9. En caso de que haga uso de publicidad digital, ¿Cuáles son las dificultades con las que se enfrenta al momento de hacer uso de ellas?**

Por el momento el tiempo en dedicarme a la creación de contenido es una de las dificultades con las que cuento.

- 10. ¿Conoce empresas que brinden servicios de publicidad digital?**

No estoy segura.

- 11. ¿Alguna vez ha subcontratado servicios profesionales de publicidad digital?**

No.

- 12. ¿Le gustaría que existiera una agencia de publicidad digital que se acople a sus necesidades y poder adquisitivo?**

Si.

- 13. ¿Estaría dispuesto a contratar servicios profesionales de publicidad digital para posicionar su negocio?**

Posiblemente, depende del monto de inversión mensual

- 14. ¿Cuál de los siguientes recursos digitales estaría dispuesto a adquirir para incrementar sus seguidores y posibles clientes potenciales?**

- Planeación estratégica y gestión de contenido
- Calendario de contenido para redes sociales como (Facebook, Instagram TikTok y YouTube)
- Servicios de productora de audio, cuñas, spots publicitarios, audios originales
- Formato audio visual e ilustraciones personalizadas
- Podcast de contenido de valor
- Planeación estratégica y gestión de contenido y Calendario de contenido para redes sociales.

15. ¿Aproximadamente cuánto es el presupuesto estimado que está dispuesto a invertir en publicidad digital?

No tenemos presupuesto designado para publicidad, tendría que hacer un cálculo de costo beneficio para abrir una partida de inversión, ya que siendo un negocio aún en vías de expansión lo considero importante pero los ingresos con los aumentos del precio de materia prima y el pago de impuestos se llevan gran parte de la ganancia.

Entrevista 4: Licda. Kelly Ramos / Moda a tus pies 2023.

1. ¿Cuál es el giro de su negocio?

Calzado artesanal, carteras y accesorios demás.

2. ¿Cuánto tiempo tiene su negocio en el mercado?

Aproximadamente 4 años y 6 meses.

3. ¿Posee conocimiento sobre publicidad digital?

Si, si se habla de un porcentaje es en un 70% porque me mantengo en constante crecimiento.

4. ¿Sabe cuál es la diferencia entre publicidad digital y publicidad convencional?

La publicidad digital es todo lo que es online, las redes sociales y las nuevas actualizaciones como Telegram, Twitter, Instagram, correos electrónicos y páginas web y lo que es convencional es revistas, periódicos.

5. ¿Posee tiempo y conocimiento para realizar publicaciones estratégicas de posicionamiento para su negocio en redes sociales business?

Trato la manera de organizarme por lo menos en la semana trabajar 3 días para lo que es la publicidad digital y publicidad física.

6. ¿Actualmente utiliza medios digitales para dar a conocer su negocio a la población?

Repartimos volantes y se trata también donde está ubicado el local se tiene un área donde se pueda salir a promocionar los productos y también me doy a conocer en diferentes tipos de ferias.

7. En caso de que los utilice, ¿cuáles herramientas digitales hace uso para publicitar su marca?

Si, utilizo WhatsApp directamente desde Facebook y Twitter; actualmente estoy implementado Instagram y Twitter al 100%.

8. Si aún no utiliza medios digitales, ¿estaría dispuesto a hacer uso de ellos para que su negocio sea conocido por más personas?

Estoy en proceso de crear una página web para poder implementar y llegar a más clientes y que el cliente pueda hacer sus compras en línea y encargarnos del envío.

9. En caso de que haga uso de publicidad digital, ¿Cuáles son las dificultades con las que se enfrenta al momento de hacer uso de ellas?

Es la competencia debido a que hay competencia de precio, también me enfrento a situaciones con mis proveedores y eso hace una dificultad porque no puedo estandarizar los precios con los clientes porque vendo por mayor y por unidad y ya que al vender por mayoreo mi competencia son mis propios proveedores.

10. ¿Conoce empresas que brinden servicios de publicidad digital?

Si.

11. ¿Alguna vez ha subcontratado servicios profesionales de publicidad digital?

Si, he contratado servicios de servicios profesionales digitales y han sido de un gran éxito.

12. ¿Le gustaría que existiera una agencia de publicidad digital que se acople a sus necesidades y poder adquisitivo?

Si, me gustaría que existiera una agencia que se adapte a los precios para emprendedores o personas que empiezan con sus negocios porque la publicidad es demasiado cara en el mercado.

13. ¿Estaría dispuesto a contratar servicios profesionales de publicidad digital para posicionar su negocio?

Si, me gustaría invertir en TikTok haciendo videos para que se den a conocer los productos que ya están dentro del local.


14. ¿Cuál de los siguientes recursos digitales estaría dispuesto a adquirir para incrementar sus seguidores y posibles clientes potenciales?

Planeación estratégica y gestión de contenido, Calendario de contenido para redes sociales, servicios de productora de audio, cuñas más que todo me gusta el formato de audio porque se reproduce en la bocina para mi negocio.

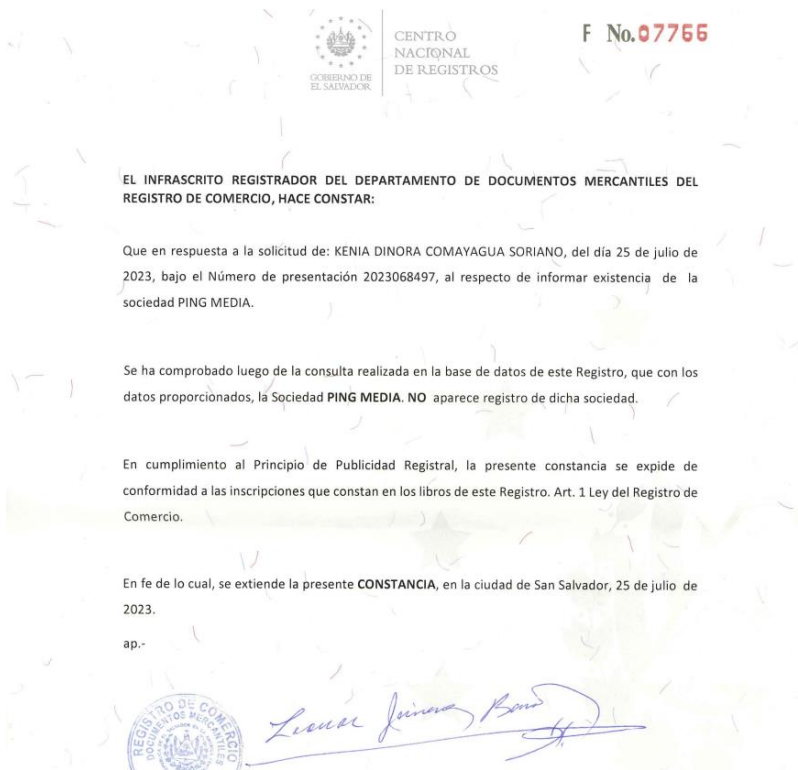
15. ¿Aproximadamente cuánto es el presupuesto estimado que está dispuesto a invertir en publicidad digital?

Aproximadamente 100 dólares mensuales.

Anexo 4. Antecedentes de la marca CNR

		DIRECCION DE PROPIEDAD INTELECTUAL		FECHA: 25/08/2023	
		ANTECEDENTES FONETICOS DE UNA MARCA		HORA: 15:04:57	
ANTERIORIDAD DE SEMEJANZA EN LA CLASE SOLICITADA					
DISTINTIVO: PING MEDIA					
PRESENTACION: 20230267347			PETICIONARIO: KENIA DINORA COMAYAGUA SORIANO		
CLASE: 35			CLASES RELACIONADAS:		
PARA:					
NOTA:					
Clase: 03,05,35					
Presentación	Fecha sol.	Ultimo Estado	No. Libro ins.:	Fecha. ins:	Nacionalidad
20210325247	09/08/2021	ST94	00056 00417	22/04/2022	PETICIONARIO
Distintivo: MEDIPIEL			MEDIPIEL S.A.		Tipc%P MC 66
Clase: 05,35					
Presentación	Fecha sol.	Ultimo Estado	No. Libro ins.:	Fecha. ins:	Nacionalidad
20150225015	30/10/2015	ST94	00061 00278	08/04/2016	PETICIONARIO
Distintivo: LAB PHARMEDIC			ACTIVA, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - ACTIVA, S.A. DE C.V.		Tipc%P T0 37
20150225011	30/10/2015	ST94	00059 00278	08/04/2016	PETICIONARIO
Distintivo: LABORATORIOS PHARMEDIC			ACTIVA, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - ACTIVA, S.A. DE C.V.		Tipc%P T0 27
Clase: 09,16,35,36,41,42					
Presentación	Fecha sol.	Ultimo Estado	No. Libro ins.:	Fecha. ins:	Nacionalidad
20190296892	11/12/2019	ST94	00044 00382	09/12/2020	PETICIONARIO
			MIS Quality Management Corp.		Tipc%P T0 28

Fuente: Centro Nacional de Registros.



Fuente: Centro Nacional de Registros.

Anexo 5. Cotización

Cotización de equipo de oficina

ELECTRONICA JAPONESA

¿Buscas algo en particular? Todas las categorías \$0.00

OFERTAS AUDIO PROFESIONAL ILUMINACIÓN INSTRUMENTOS MUSICALES COMPUTACIÓN EXCLUSIVO EN LÍNEA MÁS

Inicio > Tienda > Microfonos > Micrófonos de condensador > Micrófono de Condensador Audio-Technica AT2020

Todas las categorías >

Microfonos

- Microfonos dinámicos
- Micrófonos de condensador**
- Accesorios para Microfono
- Cables microfono
- Conectores para microfono
- Microfonos inalámbricos
- Pedestales para microfono

Micrófonos de condensador
Micrófono de Condensador Audio-Technica AT2020

Codigo: AT2020

audio-technica Inventario: **Sin existencias**

\$225.00

Fuente: Sitio Web Oficial Electrónica Japonesa - <https://www.electronicajaponesa.com>

The screenshot shows the website header with the logo "ELECTRONICA JAPONESA" and a search bar. The navigation menu includes "OFERTAS", "AUDIO PROFESIONAL", "ILUMINACIÓN", "INSTRUMENTOS MUSICALES", "COMPUTACIÓN", "EXCLUSIVO EN LÍNEA", and "MÁS". The breadcrumb trail is: Inicio > Tienda > Microfonos > Micrófonos de condensador > Micrófono inalámbrico doble solapa Shure.

Todas las categorías >

- Microfonos
 - Microfonos dinámicos
 - Micrófonos de condensador**
 - Accesorios para Microfono
 - Cables microfono
 - Conectores para microfono
 - Microfonos inalámbricos
 - Pedestales para microfono

Micrófono inalámbrico doble solapa Shure
 Código: BLX188/CVL
SHURE Inventario: Solo quedan 2 disponibles

\$899.95

1 **Agregar al carrito**

WhatsApp icon

Fuente: Sitio Web Oficial Electrónica Japonesa - <https://www.electronicajaponesa.com>

The screenshot shows the website header with the logo "ELECTRONICA JAPONESA" and a search bar. The navigation menu includes "OFERTAS", "AUDIO PROFESIONAL", "ILUMINACIÓN", "INSTRUMENTOS MUSICALES", "COMPUTACIÓN", "EXCLUSIVO EN LÍNEA", and "MÁS". The breadcrumb trail is: Inicio > Tienda > Microfonos > Micrófonos dinámicos > Micrófono dinámico Shure SM58-LC.

Todas las categorías >

- Microfonos
 - Micrófonos dinámicos**
 - Micrófonos de condensador
 - Accesorios para Microfono
 - Cables microfono
 - Conectores para microfono
 - Microfonos inalámbricos
 - Pedestales para microfono

Micrófono dinámico Shure SM58-LC
 Código: SM58-LC
SHURE Inventario: Hay existencias

\$169.95

1 **Agregar al carrito**

WhatsApp icon

Fuente: Sitio Web Oficial Electrónica Japonesa - <https://www.electronicajaponesa.com>



¡OFERTA!

Blue Microphones Yeti X Premium USB

~~\$229.00~~ \$199.00

El Yeti X de Blue es un micrófono USB de última generación para juegos de nivel profesional, Twitch streaming, podcasting y producciones de YouTube. Con un nuevo

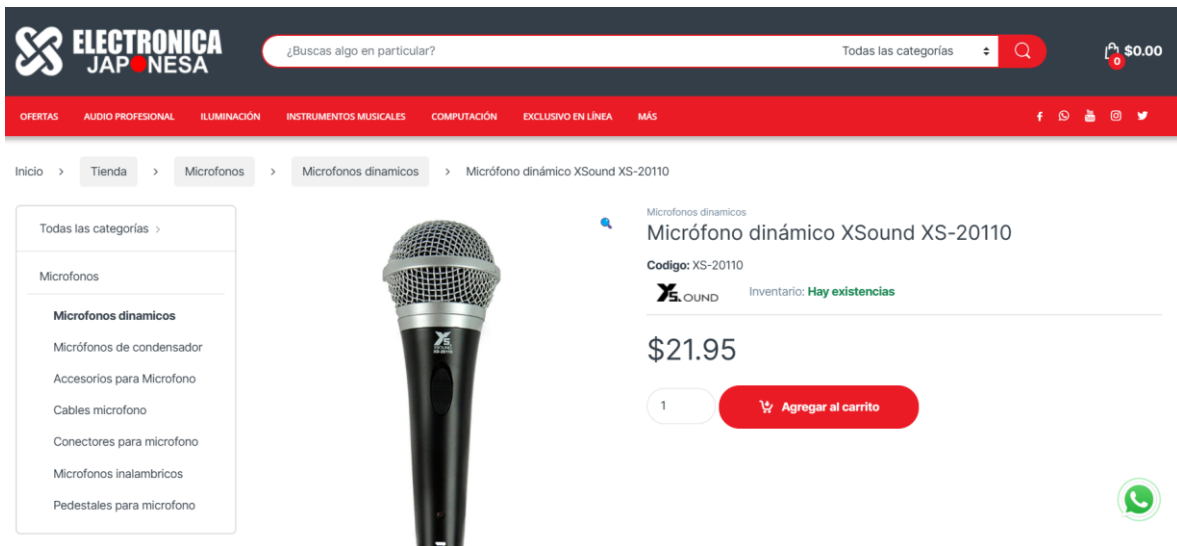


COMPRAR AQUÍ

Categorías

- Accesorios para PC, Laptops y Otros
- Audífonos
- Baterías para Laptop
- Bocinas y Altavoces
- Cámaras Web y Videoconferencias
- Deportes
- Huawei
- Impresoras

Fuente: Sitio Web Oficial Tech & Go - <https://tech.com.sv/>



ELECTRONICA JAPONESA

¿Buscas algo en particular? Todas las categorías

OFERTAS AUDIO PROFESIONAL ILUMINACIÓN INSTRUMENTOS MUSICALES COMPUTACIÓN EXCLUSIVO EN LÍNEA MÁS


Inicio > [Tienda](#) > [Microfonos](#) > [Microfonos dinamicos](#) > [Micrófono dinámico XSound XS-20110](#)

Todas las categorías >

Microfonos

Microfonos dinamicos

- Microfonos de condensador
- Accesorios para Microfono
- Cables microfono
- Conectores para microfono
- Microfonos inalambricos
- Pedestales para microfono



Micrófonos dinamicos


Micrófono dinámico XSound XS-20110

Codigo: XS-20110

X.SOUND Inventario: **Hay existencias**

\$21.95

1



Fuente: Sitio Web Oficial Electrónica Japonesa - <https://www.electronicajaponesa.com>



CANON EOS REBEL T5 COMO NUEVA MÁS CURSOS DE FOTOGRAFÍA

\$ 299

📍 San Salvador, San Salvador

Electrónicos » Cámaras y accesorios

Tipo de anuncio : Ofrezco Publicado por : Concesionario

Posted over a month ago

... pulgadas y resolución de 460.000 píxeles -Velocidad Ráfaga de hasta 3 FPS Entrego con su lente 18-55mm, cargador, batería y cincha originales, DVD con varios ...

 **Elmer G.**

San Salvador, San Salvador

 REPORT THIS AD

 **50371727412**





 Do you own this ad?

[Ocultar detalles ^](#)

Fuente: Sitio web Anuncios - <http://www.sv-anuncios.com>

☰
CATEGORÍAS TOP
Home
CAMARAS
AUDIO Y VIDEO
COMPUTO
TELEFONIA
IMPRIME EN LÍNEA

» Inicio / CAMARAS / ACCESORIOS / TRIPODES Y MONOPODOS / TRIPODE ELEMENT M II MANFROTTO ROJO 1.6MTS ALTURA MAX. - 8KG CARGA MAX


TRIPODE ELEMENT M II MANFROTTO ROJO 1.6MTS ALTURA MAX. - 8KG CARGA MAX


\$205.84


Perfecto para aquellos fotógrafos que se inician en el uso de cámaras compactas, CSC y DSLR, el trípode Manfrotto Element MII negro de aluminio es ligero y estable sobre el suelo.


Garantía: 1 año por desperfectos de fábrica.


Cantidad ▲ ▼

[AGREGAR AL CARRITO](#) 


COMPARTIR 


 ¿Dudas? (+503) 2213 - 3330

 Total seguridad en tus compras y datos

 Contamos con envío a domicilio

[Whatsapp](#)

 0

 0

← Prev

→ Next

↑ Subir

Fuente: Sitio Web Oficial RAF - <https://www.rafenlinea.com>

The screenshot shows the website 'ELECTRONICA JAPONESA' with a search bar and navigation menu. The product page for the 'Interfaz de audio usb 4 in 4 out Scarlett 4i4 (3rd Gen) Focusrite' is displayed. The price is listed as \$305.00, and the inventory status is 'Sin existencias' (Out of stock). A category menu on the left lists various audio equipment options.

Fuente: Sitio Web Oficial Electrónica Japonesa - <https://www.electronicajaponesa.com>



IK Multimedia Interfaz móvil iRig 2 Guitar Bass

Visita la tienda de IK Multimedia

4.1 ★★★★★ 446 calificaciones

Precio: **US\$56.83**

Nombre del patrón: **Single Item**

- Interfaz de guitarra analógica más vendida para iOS
- Aplicación de efecto guitarra incluida
- También se puede conectar a un amplificador externo
- Terminal de auriculares estéreo
- También compatible con iPhone 7 y 7 Plus a través del adaptador original incluido

Fuente: Sitio Web Oficial Amazon - <https://www.amazon.com>



Pasa el mouse encima de la imagen para aplicar zoom



Pyle Mezclador de audio profesional para tablero de sonido, interfaz de sistema de escritorio con 6 canales, USB, Bluetooth, entrada digital de computadora MP3, alimentación fantasma de 48 V, FX16 Bit DSP- PMXU63BT , negro

Visita la tienda de Pyle

4.3 ★★★★★ 1,384 calificaciones | 183 preguntas respondidas

Opción Amazon en Mezcladoras para DJ de Pyle

200+ comprados el mes pasado

US\$98⁹⁷

US\$80.61 de envío y depósito de derechos de importación a El Salvador Detalles

Disponibile a un precio menor de otros vendedores que podrían no ofrecer envío Prime gratis.

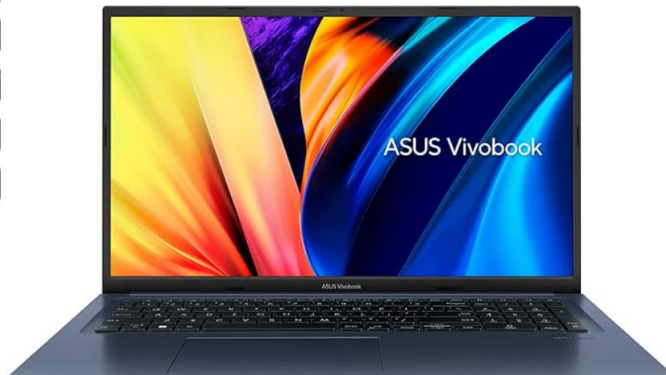
Se puede devolver hasta el 31 de enero de 2024 | Soporte de producto incluido

Nombre del patrón: **Consola**

Marca	Pyle
Cantidad de canales	6
Dimensiones del producto	9,7"prof. x 9,3"an. x 2,6"al. pulgadas
Peso del artículo	3,75 Libras
Tecnología de	Interfaz,Xlr,Usb,Bluetooth

Fuente: Sitio Web Oficial Amazon - <https://www.amazon.com>

Electrónica > Computadoras y Accesorios > Computadoras y Tablets > Laptops > Laptops Tradicionales



ASUS Laptop VivoBook 17X S1703QA-AS51, pantalla FHD de 17.3 pulgadas, CPU AMD Ryzen 5 5600H, gráficos AMD Radeon, 8 GB de RAM, SSD de 512 GB, sensor de huellas dactilares, Windows 11 Home, azul silencioso, S1703QA-AS51

Visita la tienda de ASUS

4.2 ★★★★★ 43 calificaciones | 4 preguntas respondidas

US\$699⁹⁹

US\$176.66 de envío y depósito de derechos de importación a El Salvador Detalles

Disponibile a un precio menor de otros vendedores que podrían no ofrecer envío Prime gratis.

Estilo: **17.3" | Ryzen 5**

15.6 pulgadas | R5-7520U
US\$459.00

17.3" | Ryzen 5
US\$699.99

Fuente: Sitio Web Oficial Amazon - <https://www.amazon.com>

siman.com MENÚ Buscar

2298-3777 Live Shopping Clúbes AFILIACIÓN CREDISIMAN CREDISIMAN Horarios Sucursales Marketplace

-8%

Apple MacBook Air M1 de 13,3" 8GB RAM + 256GB ROM plata

Referencia: 104278032 Marca: Apple
Vendido y entregado por: Siman

Ahorra \$100.00
\$1,199.00
~~\$1,299.00~~

12 Cuotas

Especificaciones:

- Procesador: Apple M1
- Memoria de almacenamiento: 256GB
- Memoria RAM: 8GB
- Tipo de Disco: SSD
- Tamaño de pantalla: 13.3" Pulgadas

Ver más

Fuente: Sitio Web Oficial Almacenes Siman - <https://sv.siman.com>

siman.com MENÚ Buscar

Home / Tecnología / Computadoras / Laptops / Laptop HP Pavilion 2 en 1 Intel Core i5-1235U 8GB RAM + 512GB SSD ROM # 14-EK0004LA

-8%

Laptop HP Pavilion 2 en 1 Intel Core i5-1235U 8GB RAM + 512GB SSD ROM

Referencia: 104242761 Marca: HP
Vendido y entregado por: Siman

Ahorra \$70.00
\$849.00
~~\$919.00~~

12 Cuotas

Especificaciones:

- Procesador: Intel Core i5-1235U
- Memoria de almacenamiento: 512GB
- Memoria RAM: 8 GB
- Tipo de Disco: SSD
- Tamaño de pantalla: 14" pulgadas

Ver más

Fuente: Sitio Web Oficial Almacenes Siman - <https://sv.siman.com>

siman.com MENÚ Buscar

Home / Tecnología / Telefonos / Celulares / Iphone / Apple Iphone 13

-28 %

Apple Iphone 13

Referencia: 103483927 Marca: Apple

Vendido y entregado por: Siman

Ahorra \$290.00

\$829.00

12 Cuotas

1,119.00

Especificaciones:

- Tamaño de pantalla: 6.1" pulgadas
- Cámara: Dual, 12 MP + 12 MP
- Memoria RAM: 4GB
- Memoria de almacenamiento: 128GB
- Batería: 3.227 mAh

Ver más

128GB

Fuente: Sitio Web Oficial Almacenes Siman - <https://sv.siman.com>

ELECTRONICA JAPANESE

¿Buscas algo en particular? Todas las categorías \$0.00

OFERTAS AUDIO PROFESIONAL ILUMINACIÓN INSTRUMENTOS MUSICALES COMPUTACIÓN EXCLUSIVO EN LÍNEA MÁS

Inicio > Tienda > Microfonos > Accesorios para Microfono > Panel Acústico de Espuma 30*30*2.5CM color gris

Todas las categorías >

Microfonos

- Microfonos dinámicos
- Microfonos de condensador
- Accesorios para Microfono**
- Cables microfono
- Conectores para microfono
- Microfonos inalámbricos
- Pedestales para microfono

Panel Acústico de Espuma 30*30*2.5CM color gris


Codigo: PANELAC-GR

Inventario: **Hay existencias**

\$2.50

1 **Agregar al carrito**

Fuente: Sitio Web Oficial Electrónica Japonesa - <https://www.electronicajaponesa.com>



Luz de anillo para selfie LED con soporte, rotación de 360°, 3 colores, 10 modos de iluminación, Nivel de brillo ajustable, para maquillaje, grabación de videos de YouTube y fotografía

★★★★☆ ~ 2,939

US\$ **34**⁹⁸

Entrega el **lun, 18 de dic**
Se envía a \$EI Salvador

Más opciones de compra
US\$23.52 (6 ofertas de artículos nuevos y usados)

Fuente: Sitio Web Oficial Amazon - <https://www.amazon.com>



Buscar en toda la tienda...

Productos ▾ Tiendas Ideas ▾ Promociones ▾ Los más buscados Folleto Nuevos Únete al equipo

Inicio / Productos / Climatización / Aires acondicionados / Aire acondicionado 12000 btu inverter 220v seer16 adina



**Aire acondicionado
12000 btu inverter 220v
seer16 adina**

Oferta

\$399

\$469
Temperatura precisa y control avanzado
Desde 01/12/2023 hasta 14/12/2023
Código: SV-2370050

Fuente: Sitio Web Oficial EPA - <https://sv.epaenlinea.com>





[Productos](#) ▾ [Tiendas](#) [Ideas](#) ▾ [Promociones](#) ▾ [Los más buscados](#) [Folleto](#) [Nuevos](#) [Únete al equipo](#)

[Inicio](#) / [Productos](#) / [Muebles y organización](#) / [Oficina](#) / [Sillas](#) / [Silla juvenil de tela negra base plástica](#)



Silla juvenil de tela negra base plástica

\$39

Soporta 70 kg (154 lb).

Código: SV-0926029

Servicio disponible *

-- Por favor Seleccione --

Cantidad

Agregar

Detalles

Más información

Garantía

Fuente: Sitio Web Oficial EPA - <https://sv.epaenlinea.com>





Soyapango ▾



[Productos](#) ▾ [Tiendas](#) [Ideas](#) ▾ [Promociones](#) ▾ [Los más buscados](#) [Folleto](#) [Nuevos](#) [Únete al equipo](#)

Iniciar Sesión

[Inicio](#) / [Productos](#) / [Muebles y organización](#) / [Oficina](#) / [Escritorios](#) / [Escritorio oviedo, color cañac, 120 x 73 x 60 cm](#)



Escritorio oviedo, color cañac, 120 x 73 x 60 cm

\$79

120 x 73 x 60cm

Código: SV-0910095

Servicio disponible *

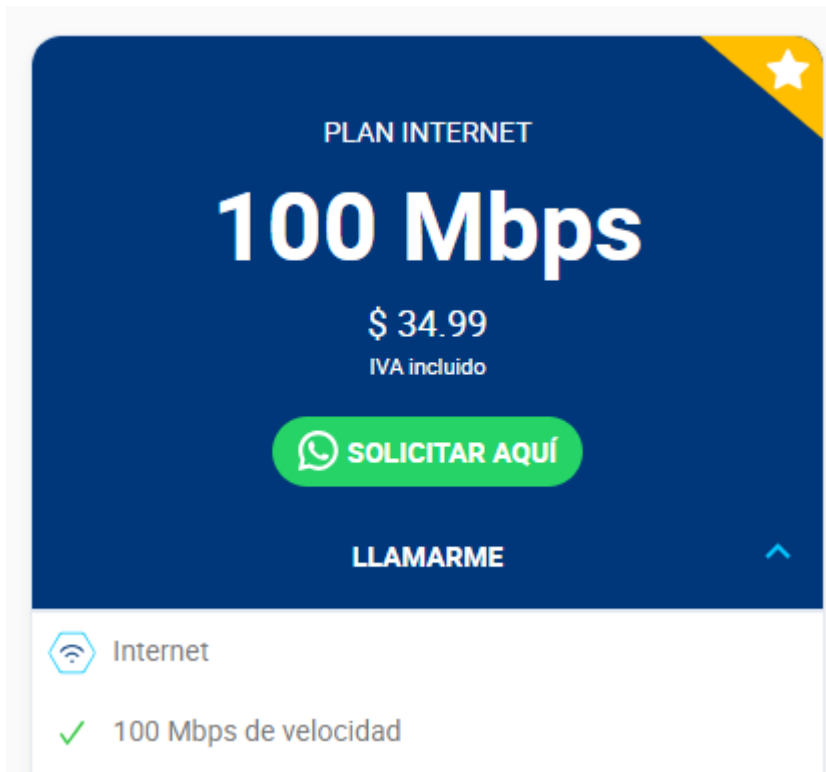
-- Por favor Seleccione --

Cantidad

Agregar



Fuente: Sitio Web Oficial EPA - <https://sv.epaenlinea.com>



PLAN INTERNET

100 Mbps

\$ 34.99
IVA incluido

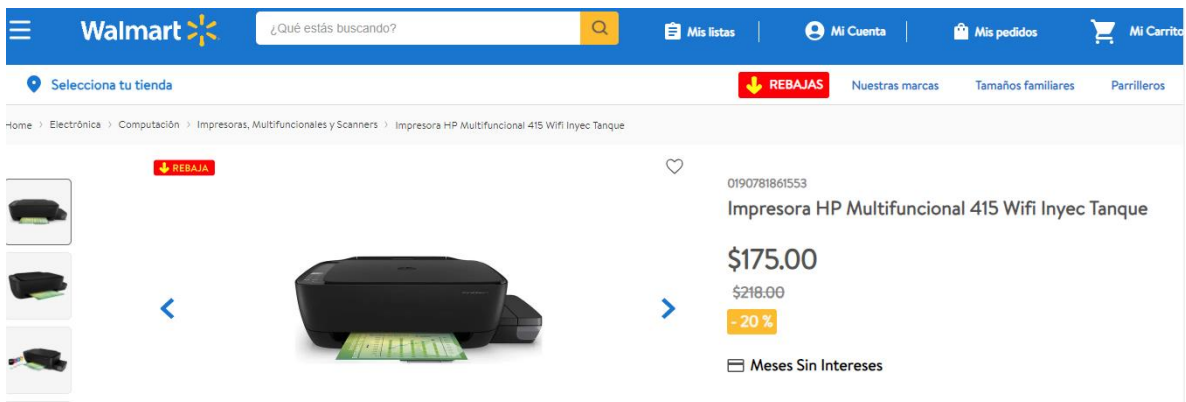
SOLICITAR AQUÍ

LLAMARME

Internet

✓ 100 Mbps de velocidad

Fuente: Sitio Web Oficial Tigo El Salvador - <https://www.tigo.com.sv>



Walmart

¿Qué estás buscando?

Mis listas | Mi Cuenta | Mis pedidos | Mi Carrito

Selecciona tu tienda

REBAJAS | Nuestras marcas | Tamaños familiares | Parrilleros

Home > Electrónica > Computación > Impresoras, Multifuncionales y Scanners > Impresora HP Multifuncional 415 Wifi Inyec Tanque

REBAJA

0190781861553

Impresora HP Multifuncional 415 Wifi Inyec Tanque

\$175.00

\$218.00

-20%

Meses Sin Intereses

Fuente: Sitio Web Oficial Walmart - <https://www.walmart.com.sv>

Anexo 6. Plantilla Sitio Web Ping Media



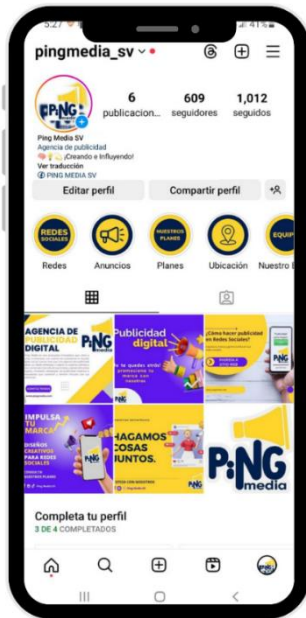
Fuente: Elaboración propia por el equipo de investigación 5E 2023

Anexo 7. Facebook Ping Media



Fuente: Elaboración propia por el equipo de investigación 5E 2023

Anexo 8. Instagram Ping Media



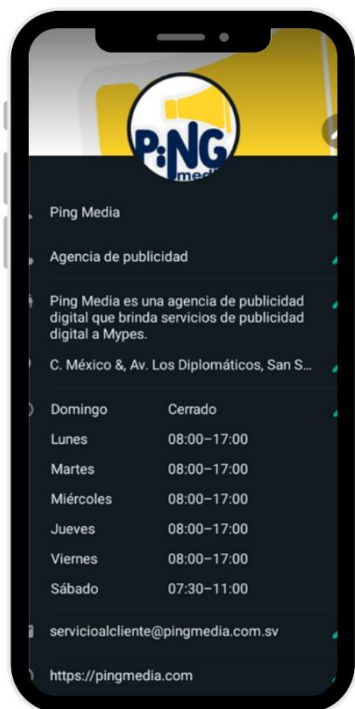
Fuente: Elaboración propia por el equipo de investigación 5E 2023

Anexo 9. TikTok Ping Media



Fuente: Elaboración propia por el equipo de investigación 5E 2023

Anexo 10. WhatsApp Business



Fuente: Elaboración propia por el equipo de investigación 5E 2023