



**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR**

**ESCUELA DE NEGOCIO Y COMERCIO INTERNACIONAL**

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA**

***ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA EMS TESTING,  
PICHINCHA-QUITO***

**AUTOR:**

**RICARDO ALEXANDER JIMENEZ BALDEON**

**ASESOR:**

**MSC. ROBERTO PATRICO TADEO TADEO**

**IBARRA – ECUADOR**

**Junio, 2024**



Ibarra, 3 de julio de 2024

Magister  
Maricela Ormaza

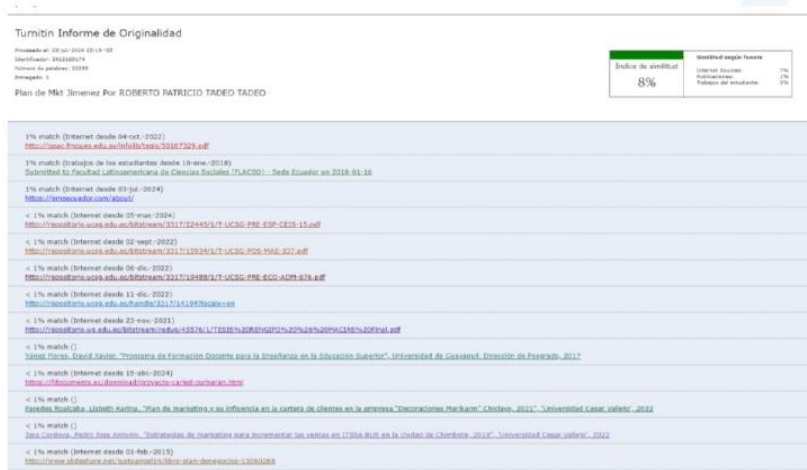
**RESPONSABLE DE TITULACIÓN CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

De mi consideración:

Mediante el presente, tengo a bien certificar que el trabajo de integración curricular del/a estudiante: **Ricardo Alexander Jiménez Baldeon**, con el tema: **“ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA EMS TESTING, PICHINCHA-QUITO.**

Una vez analizado por la herramienta de detección de coincidencias y prevención del plagio académico utilizada por la institución, TURNITIN, obtiene el **8%** de coincidencia. Por lo que se encuentra en el rango establecido de acuerdo a los criterios de valoración del porcentaje de similitud establecidos por la PUCE.

Captura:



Firmado digitalmente por  
**Roberto Tadeo**  
Fecha: 2024.07.03  
15:40:29 -05'00'

FIRMA  
Patricio Roberto Tadeo Tadeo  
C.I. 1001709045  
FECHA: 03-07-2024

## **PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL**

El tribunal examinador, aprueba el presente trabajo en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Ibarra:

(f): .....

Mgs. Patricio Roberto Tadeo Tadeo

C.C.: 1001709045

(f):.....

Msc. Sixto Raúl Manosalvas Sánchez

C.C.: 1002629291

(f):.....

Ms. Irma Daniela Batallas González


C.C.: 1002849337

## ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Yo, *Ricardo Alexander Jiménez Baldeón*, declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 165 del Código Orgánico de Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, que manifiesta textualmente: “Se reconoce facultad de los autores y demás titulares de derechos de disponer de sus derechos o autorizar las utilidades de sus obras o prestaciones a título gratuito y oneroso, según las condiciones que determinen. Esta facultad podrá ejercerse mediante licencias libres, abiertas y otros modelos alternativos de licenciamiento o la renuncia”.

Ibarra, 14 de junio

RI  
CARDÓ  
ALEXANDER  
JIMÉNEZ  
BALDEÓN



Firmado digitalmente por RICARDO ALEXANDER JIMÉNEZ BALDEÓN Fecha: 2024.06.11 22:24:00

---

(f): *Ricardo Alexander Jiménez Baldeón*

C.C.: 1719627265

## AUTORIA

Yo, *Ricardo Alexander Jiménez Baldeón*, portador de la cedula de ciudadanía N° 1719627265 declaro que el presente trabajo de investigación es de total responsabilidad del autor, y eximo expresamente a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Ibarra de posibles reclamos o acciones legales.

Firmado digitalmente por RICARDO ALEXANDER JIMÉNEZ BALDEÓN Fecha: 2024.06.11

RICARDO  
ALEXANDER  
JIMÉNEZ

Firmado digitalmente por  
RICARDO ALEXANDER  
JIMÉNEZ BALDEÓN  
Fecha: 2024.06.11

(f):..... BALDEÓN ..... 22:24:44 -0500'

*Ricardo Alexander Jiménez Baldeón*

C.C.: 1719627265

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo *Ricardo Alexander Jiménez Baldeón*, con cedula de ciudadanía N°\_1719627265, autor del trabajo de integración curricular / titulación titulado "Elaboración de un plan de Marketing para la empresa EMS TESTING", previo a la obtención del título profesional de "Licenciado en Administración de Empresas", en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Ibarra.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Ibarra, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia de referido trabajo de graduación que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2. Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Ibarra a difundir a través del Repositorio Digital de la PUCE el referido trabajo de titulación, respetando las políticas de propiedad intelectual de la Universidad.

Ibarra, 14 de junio de 2024

ICARDO  
ALEXANDER  
JIMÉNEZ BALDEÓN  
Firmado digitalmente por RICARDO ALEXANDER JIMÉNEZ BALDEÓN  
JIMÉNEZ BALDEÓN Fecha:

(f): *Ricardo Alexander Jiménez Baldeón*  
C.C.:\_1719627265

## **DEDICATORIA**

Para mis padres, mis primeros y más grandes maestros, cuyo amor, apoyo y sacrificio han sido la fuerza motriz detrás de cada logro en mi vida. Gracias por creer en mí incluso cuando yo dudaba de mí mismo.

A mis hermanos, compañeros de aventuras y cómplices de risas, quienes han compartido este viaje conmigo, brindándome aliento y comprensión en cada paso del camino.

A mis estimados profesores, fuentes inagotables de sabiduría y guía, cuyo conocimiento y dedicación han iluminado mi camino hacia el aprendizaje y el crecimiento personal.

A mi querida institución Pontificia Universidad Católica del Ecuador, cuna de conocimiento y excelencia académica, donde he tenido el privilegio de cultivar mi mente y expandir mis horizontes.

Gracias por proporcionarme un entorno propicio para el desarrollo integral.

A todos ustedes, mi gratitud eterna. Esta tesis no solo es un testimonio de mi esfuerzo individual, sino también un tributo a su inquebrantable apoyo y confianza en mí.

## **AGRADECIMIENTO**

Querida familia,

En este momento de culminación académica, quiero expresar mi más sincero agradecimiento a cada uno de ustedes por su inquebrantable apoyo a lo largo de mi trayectoria educativa. A mis amados padres, su amor incondicional y constante sacrificio han sido la base sobre la cual he construido mis sueños y aspiraciones. A mis queridos hermanos, su ánimo y compañía han hecho este camino mucho más llevadero y significativo.

A mi distinguida institución, la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, mi profundo agradecimiento por brindarme un entorno académico enriquecedor y por fomentar en mí los valores de excelencia, ética y servicio a los demás.

A mis estimados profesores, su sabiduría y dedicación han sido una fuente inagotable de inspiración y aprendizaje. Cada enseñanza recibida ha dejado una huella imborrable en mi formación académica y personal.

Y a mi querido asesor de tesis, Mgs. Tadeo Roberto Patricio, su orientación experta y su paciencia infinita han sido fundamentales en el desarrollo de este trabajo. Su compromiso y dedicación han sido un faro que me ha guiado a lo largo de este proceso.

A todos ustedes, mi más profundo agradecimiento. Este logro no habría sido posible sin su constante apoyo y aliento. Que este momento sea también un tributo a su contribución en mi vida y en mi crecimiento como persona.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL .....	iii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS.....	v
AUTORIA.....	vi
DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN .....	vii
DEDICATORIA.....	viii
AGRADECIMIENTO.....	ix
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	x
ÍNDICE DE TABLAS .....	xii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiv
RESUMEN.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
INTRODUCCIÓN .....	2
1. ESTADO DEL ARTE .....	6
1.1. Antecedentes.....	6
1.2. Marketing .....	8
2. MATERIALES Y METODOS.....	20
2.1. Tipo de investigación .....	20
2.2. Enfoque .....	21
2.3. Población y muestra .....	21
2.4. Técnicas.....	22
2.5. Análisis de datos de los instrumentos aplicados .....	23
3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	24

3.1. Análisis de la encuesta aplicada a los clientes (empresas petroleras) .....	24
3.2. Análisis de la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa .....	34
4.PROPUESTA.....	56
4.1. Objetivos del plan de marketing.....	56
4.2. Análisis del mercado .....	57
4.3. Objetivos y Estrategias.....	60
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	69
5.1. Conclusiones .....	69
5.2. Recomendaciones.....	72
6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	74
7. ANEXOS.....	77

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Utilización del servicio .....	24
<b>Tabla 2</b> Calidad del servicio .....	25
<b>Tabla 3</b> Necesidades como cliente .....	26
<b>Tabla 4</b> Variedad de servicios .....	27
<b>Tabla 5</b> Recomienda los servicios .....	28
<b>Tabla 6</b> Comunicación efectiva.....	29
<b>Tabla 7</b> Precio acorde .....	30
<b>Tabla 8</b> Eficiencia de servicios y promociones .....	31
<b>Tabla 9</b> Ofertas o promociones .....	32
<b>Tabla 10</b> Valora la satisfacción al cliente.....	33
<b>Tabla 11</b> Posición en el mercado.....	34
<b>Tabla 12</b> Necesidades atendidas.....	35
<b>Tabla 13</b> Objetivos estratégicos .....	36
<b>Tabla 14</b> Acciones tácticas .....	37
<b>Tabla 15</b> Comunicación.....	38
<b>Tabla 16</b> Calendario de actividades.....	39
<b>Tabla 17</b> Presupuesto.....	40
<b>Tabla 18</b> Sistema de control.....	41
<b>Tabla 19</b> Publicidad.....	42
<b>Tabla 20</b> Estrategias de marketing .....	43
<b>Tabla 21</b> Entrevista aplicada a directivos de la empresa EMS TESTING .....	44
<b>Tabla 22</b> Resumen de entrevista aplicada a directivos de la empresa EMS TESTING.....	51
<b>Tabla 23</b> Registro de observación .....	54

<b>Tabla 24</b> PESTEL.....	57
<b>Tabla 25</b> Clasificación de las estrategias del plan de marketing .....	60
<b>Tabla 26</b> Objetivos y Estrategias.....	62
<b>Tabla 27</b> Medición de resultados.....	64
<b>Tabla 28</b> Presupuesto 2024.....	66
<b>Tabla 29</b> Calendarización .....	66

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> Matriz FODA.....	59
----------------------------------	----

## RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo elaborar un plan de marketing para la empresa EMS TESTING localizada en Quito -Pichincha. El estudio para EMS TESTING empleó un enfoque metodológico mixto, combinando investigación exploratoria, diagnóstica, descriptiva y documental. Esto permitió un análisis completo de la situación actual de la empresa y la identificación de estrategias potenciales de marketing. Se utilizó una muestra intencional de 163 clientes y personal directivo, empleando encuestas y entrevistas para recolectar datos cualitativos y cuantitativos. Concluyendo que el plan de marketing elaborado se enfoca en expandir su base de clientes y optimizar la eficiencia interna mediante estrategias, como campañas en redes sociales, anuncios pagados y participación en ferias locales, la empresa fortalecerá su presencia tanto en áreas urbanas como rurales, optimizará el contenido web y a campañas de Google Ads para mejorar la visibilidad de la marca, además, se implementará un sistema de gestión documental digital para agilizar operaciones, junto con herramientas de comunicación interna y encuestas de satisfacción para mejorar la experiencia tanto de clientes como de empleados. Con un presupuesto de \$73,210.00, EMS TESTING está bien posicionada para alcanzar sus metas estratégicas y asegurar un crecimiento significativo en 2024.

**Palabras claves:** Plan de marketing, clientes, análisis situacional, acciones.

## ABSTRACT

The aim of this study is to develop a marketing plan for EMS TESTING, located in Quito-Pichincha. The research employed a mixed methodological approach, combining exploratory, diagnostic, descriptive, and documentary research. This facilitated a comprehensive analysis of the company's current situation and the identification of potential marketing strategies. An intentional sample of 163 clients and managerial staff was utilized, using surveys and interviews to gather qualitative and quantitative data. The concluded marketing plan focuses on expanding its customer base and optimizing internal efficiency through strategies such as social media campaigns, paid advertisements, and participation in local fairs. The company will strengthen its presence in both urban and rural areas, optimize web content, launch Google Ads campaigns to enhance brand visibility, implement a digital document management system to streamline operations, and introduce internal communication tools and satisfaction surveys to enhance the experience for both clients and employees. With a budget of \$73,210.00, EMS TESTING is well positioned to achieve its strategic goals and ensure significant growth in 2024.

**Keywords:** Marketing plan, clients, situational analysis, actions.

## INTRODUCCIÓN

Hoy en día, las organizaciones necesitan optimar la eficacia y la calidad del servicio, la conciencia del consumidor, reconocer a la clientela y aumentar la competitividad en diversos procesos de marketing. De manera que, el departamento de mercadeo es una parte significativa del sistema de gestión, porque es necesario analizar el comportamiento del mercado y la clientela, al igual que los clientes.

Por tal motivo, es muy importante que las empresas hagan marketing, porque este va mucho más allá de la publicidad y además permite analizar todo el desarrollo de las 7P conformada por: producto, precio, plaza, promoción, personas, procesos y posicionamiento. Se trata de conocer y comprender a su mercado objetivo para brindarle mejores formas de servicios, bienes o productos, desarrollando en última instancia relaciones sólidas con ellos y resultando en mayores ventas. Teniendo en cuenta lo anterior, se identificó la necesidad de elaborar estrategias de marketing para la empresa EMS TESTING ubicada en Quito - Pichincha.

Esta investigación consta de cinco capítulos: el primero define el problema, los objetivos y la justificación, el segundo el marco teórico, conformado por los antecedentes y bases teóricas, el tercero comprende el marco metodológico el cuarto el análisis y discusión de los resultados, seguido la propuesta, las conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos.

### **Presentación del tema**

El cambio es la característica principal de la sociedad moderna, lo que significa que ningún negocio puede sobrevivir, y mucho menos tener éxito, porque saber enfrentar la competencia generada por la globalización es un desafío para muchas empresas; como nunca antes, los servicios dominan la creciente economía global y nada se detiene. La tecnología continúa avanzando de maneras sorprendentes, la industria existente debe evolucionar, de lo contrario desaparecerá (Herruzo-Gómez et al., 2019).

No cabe duda que las empresas establecidas van y vienen, debido a que la actividad competitiva es intensa, a menudo adoptan nuevas estrategias y tácticas en respuesta a las necesidades, expectativas y comportamientos en constante cambio de los clientes, algunos lo ven como una oportunidad, mientras que otros lo ven como un inconveniente, e incluso una amenaza (Maldonado, 2024).

Por lo tanto, una estrategia de marketing permite a la empresa establecer objetivos de mercado, especificando qué pretende lograr y cómo los alcanzará. En ella se muestran y aclaran las decisiones clave que conducen a una gestión perfecta y se traza un mapa que muestra los pasos para alcanzar los objetivos marcados por la organización, permitiendo obtener una mejor posición ante el cliente y aumentar la rentabilidad de las ventas (Maldonado, 2024).

Cabe señalar que las limitaciones en las actividades de marketing en las pequeñas y medianas organizaciones que no cuentan con un plan de mercadotecnia formalmente diseñado, le genera dificultades de ampliación de la cartera de clientes, por no saber exactamente lo que estos demandan; es decir, conocer sus necesidades, deseos y expectativas. Los estudios sobre diseños de planes, estrategias y actividades en marketing, existen tanto en nivel nacional e internacional, para empresa de todo tipo, startups, pequeñas y medianas, es decir, hay estudios previos sobre el tema que se pretende investigar, lo que facilitaría realizar el presente estudio.

La empresa EMS TESTING, ubicada en Quito-Pichincha, no escapa de estos cambios, se especializa en mantenimiento preventivo, predictivo y en servicio de equipos eléctricos de baja, media y alta tensión con un componente humano de ingenieros altamente calificados, expertos en transformadores de potencia, diagnóstico, pruebas y diagnóstico de subestaciones en ambientes aislados y cable de alta tensión. Donde las actividades de marketing no son relevantes, tampoco existe un plan con periodicidad semestral, anual, bianual. Las actividades de publicidad que no obedecen a una planificación estratégica, los directivos aprovechan su círculo de amistades,

colegas, conocidos, referidos para dar publicidad a la empresa.

Se hizo necesario la elaboración de las siguientes preguntas del problema; una general ¿Cómo elaborar estrategias de marketing para la empresa EMS TESTING localizada en Quito-Pichincha?, y 4 específicas: ¿Cuál es el estado actual de la empresa? EMSTESTING en cuanto a recursos internos y externos? ¿Cuáles son las principales necesidades de los clientes actuales de EMS TESTING en Quito-Pichincha?; ¿Qué estrategias podrían utilizarse para aumentar la participación de mercado de EMS TESTING en Quito-Pichincha?, y ¿Cómo diseñar estrategias de marketing que incluya calendarización, presupuesto y un sistema de control de las estrategias de promoción, publicidad y comunicación?

### **Justificación del tema**

Considerando que en EMS TESTING no se han establecido directrices claras para optimizar el proceso de comercialización de sus productos y/o servicios, alcanzar los objetivos deseados, la gestión de ventas y servicios no se lleva a cabo de manera estratégica y técnica. Por lo tanto, es necesario que EMS TESTING adapte sus estrategias de marketing a las cambiantes demandas del mercado y busque nuevas oportunidades para explotar sus capacidades subutilizadas. Es crucial que la empresa mejore la gestión de ventas y servicios para garantizar un crecimiento sostenible, especialmente en un mercado competitivo donde la innovación y la calidad son clave para satisfacer las necesidades de los clientes y aumentar la rentabilidad.

El objetivo es ofrecer una orientación práctica que impacte positivamente en la empresa, especialmente en términos de crecimiento de las ventas mensuales, trimestrales y anuales. Se destaca la importancia de implementar estrategias estructuradas que mejoren la ventaja competitiva de la empresa, al comprender las necesidades de los consumidores a lo largo del tiempo. Se busca mejorar la perspectiva estratégica de la empresa para obtener beneficios económicos, como la identificación de oportunidades de mercado, mejorar la competitividad y la adaptación a los

cambios del entorno.

## **Objetivos del trabajo**

### ***General***

Elaborar un plan de marketing para la empresa EMS TESTING localizada en Quito - Pichincha.

### ***Específicos***

- Realizar un análisis situacional de la empresa EMS TESTING.
- Identificar las necesidades del cliente de la empresa EMS TESTING.
- Definir objetivos, estrategias, tácticas y acciones para el plan de marketing.
- Diseñar estrategias de marketing que incluya calendarización, presupuesto, y un sistema de control de las estrategias de promoción, publicidad y comunicación.

## 1. ESTADO DEL ARTE

### 1.1. Antecedentes

En primer lugar, se tiene a Quevedo-Vázquez et al. (2019) llevaron a cabo una investigación relacionada con el plan de marketing como una herramienta integral para mejorar los procesos. Esta requirió información clave, como la participación de empresarios y funcionarios encargados de actividades administrativas, toma de decisiones y operaciones. La prioridad era reducir las debilidades existentes, fortalecer la gestión de los recursos financieros y adaptarse a los nuevos estándares en términos de gestión de riesgos, solvencia y prudencia. El punto inicial fue establecer un objetivo general que explicara los aspectos que causaban bajas ventas. A partir de este objetivo se elaboró una estrategia de marketing que permitiera a la empresa adaptarse a las necesidades cambiantes del mercado y crear una ventaja competitiva para aumentar las ventas. Posteriormente, se establecieron objetivos específicos. Con base en los principales hallazgos obtenidos, se desarrollaron las estrategias de marketing para el Almacén de Pinturas Arco Iris. Estas estrategias fueron validadas mediante la opinión favorable de comerciantes dispuestos a implementarlas. Se trata entonces una herramienta integral que guía la toma de decisiones y acciones correctivas con el objetivo final mejorar la rentabilidad del negocio.

Además, Jordán y Romero (2020) desarrollaron estrategias de marketing para Mafer's Pizza Pizzería. Sin embargo, para concebir el trabajo, se realizan estudios de mercado que pueden proporcionarle datos muy importantes que le ayudarán a ejecutarse correctamente. Es significativo señalar que, dado que el negocio gira en torno a dos áreas, considera las 7P del modelo de marketing mix. Tanto productos como servicios. En el proceso de preparación se utilizaron algunos temas como marketing, ventas e investigación de mercado. Se han realizado algunos cambios en el marketing mix en la p. Por ejemplo, en el producto se ha realizado una propuesta para ampliar el

menú y ofrecer más productos. Los precios siguen siendo los mismos. Además, sigue estando dentro del ámbito de dicho apartado. Incluiremos una variedad de anuncios en nuestras campañas para alentar a las personas a visitar nuestro sitio. Con evidencia física se recomienda cambiar o reestructurar la empresa con el fin de crear condiciones favorables y adecuadas para el completo agrado del cliente, asegurando la formación continua de los empleados y, finalmente, asegurando la viabilidad de la parte financiera.

Seguido de Huamán y Aguirre (2020), se les encomendó la tarea de crear un plan de marketing para incrementar las ventas del videojuego IMPERIVM. Como objetivo general, propusieron desarrollar una estrategia de marketing que permitiera aumentar las ventas. Para lograrlo, se analizaron las características del mercado, como cliente, precio, ubicación, distribución, promociones y comunicaciones relacionadas con el producto o servicio. Se llevó a cabo un estudio descriptivo cuantitativo no experimental sobre ventas, producto, precio, ubicación, distribución y publicidad para sustentar los objetivos y verificar la precisión de las predicciones.

Con relación a esto Cabrera et al. (2020), señalan que en la actualidad la innovación y mejora continua son fundamentales para cualquier empresa en el mundo entero. En medio de este constante cambio es necesario contar con sólidas estrategias de marketing digital enfocadas en mantener la estabilidad del mercado mediante el aprovechamiento de las tecnologías emergentes que diferencian tu negocio. Este aspecto es muy importante para las empresas y sus respectivas estrategias. Porque crea una mejor interacción con los usuarios y les brinda una gran experiencia. Por lo tanto, este documento presenta sugerencias para una táctica definida de publicidad minorista digital para crear más atractivo para los consumidores existentes, aumentar su tráfico y atraer nuevos a través de herramientas de marketing digital. Para lograrlo es necesario crear un sitio web confiable que contenga información relevante sobre la empresa, así como una mejor gestión de proyectos que participa la empresa, las redes sociales y las interacciones.

Por otra parte, Sempértégui (2021) realizó un trabajo de investigación para destacar la importancia que tiene la competitividad de las universidades, donde se deben administrar sus marcas estratégicamente en los entornos dinámicos y exigentes de hoy. En este sentido, el objetivo del estudio fue conocer cómo se percibe la marca de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, desde el aspecto empresarial, para plantear un Plan Estratégico que fomente su lealtad. La indagación es de corte transversal, no experimental, y se fundamenta en una estrategia cuantitativa, deductiva, combinada con una descriptiva. Fue viable conocer su percepción a través de la elaboración de cuatro entrevistas y 380 encuestas al sector empresarial. Esto sirve como advertencia al tiempo que destaca las fortalezas de la marca. Lo que hizo posible la sugerencia de la creación de una división que complete estratégicamente los proyectos empresariales. Conclusión: La UCSG podrá participar y colaborar con el sector empresarial a un nivel superior en una variedad de escenarios académicos que afectarán la lealtad a la marca si se pone en práctica la estrategia propuesta.

## **1.2. Marketing**

Más que cualquier otra función comercial, el marketing implica interactuar con los clientes, es decir, mantener relaciones fructíferas. Al prometerles a los nuevos clientes un valor superior, espera atraerlos y, al satisfacer sus necesidades, espera retenerlos. Según Kotler y Armstrong (2014) el marketing se define como creación y el intercambio de valor con otras personas, tanto los individuos como las organizaciones pueden satisfacer sus necesidades y deseos a través del proceso social y gerencial del marketing. Es un aspecto importante de los negocios y la empresa en la misma línea, especialmente en un mundo globalizado y competitivo, las organizaciones luchan cada día por obtener mayor cuota de participación en el mercado. Esto significa más clientes, más facturación y, por lo tanto, más beneficios.

De igual manera, expresan que es el proceso administrativo y social que permite a ciertos grupos o personas intercambiar bienes o servicios por lo que requieren o desean. En este sentido, se requiere de este proceso para comprender las necesidades del consumidor con el fin de proporcionar lo que está buscando y satisfacer sus necesidades. Contribuyendo enormemente al crecimiento del negocio, y su importancia radica en el potencial de cada habilidad, herramienta y estrategia general para crear ventas y un sentido de pertenencia.

Por otra parte, Stanton et al. (2007) definen marketing como algo que puede suceder cada vez que una persona u organización se dedica al comercio de objetos de valor con otra persona o entidad. En términos más generales, se refiere a las acciones realizadas para fomentar y facilitar la interacción para satisfacer una necesidad o preferencia. Con la ayuda del marketing las empresas identifican el nicho al que se dirigen directamente. Entonces, si una empresa conoce y comprende a sus clientes objetivos y puede brindarles la calidad que desean, establecerá relaciones sólidas con ellos y aumentará significativamente las ventas.

En el mismo orden, Fischer y Espejo (2021), definen como el conjunto de acciones que comprenden la conceptualización, planificación, fijación de precios, promoción y distribución de productos con el fin de generar intercambios que satisfagan tanto objetivos personales como comerciales. Esta disciplina ha sido definida y seguirá siendo definida de diferentes maneras, al igual que la mayoría de las actividades relacionadas con el desarrollo. Algunos la ven como el intercambio de bienes y servicios, mientras que otros consideran el comportamiento del consumidor teniendo en cuenta factores temporales y espaciales. El marketing proporciona a los clientes lo que quieren, satisface sus necesidades y al mismo tiempo es rentable. Pocas empresas pueden ser verdaderamente competitivas sin una estrategia de marketing bien planificada o claramente definida. Crear un gran producto no es suficiente. Para ser competitivo, se necesita saber cómo vender.

Ahora bien, la estrategia de marketing está definida por Kotler y Armstrong (2014) las empresas

buscan conciencia de marketing que cree valor para los clientes y construya relaciones efectivas con ellos. Es este sentido, es el tipo de estrategia que toda organización quiere para lograr sus objetivos, considerando lograr una selección, mezcla o combinación de marketing (producto, precio, ubicación, promoción) satisfacer los deseos o necesidades del mercado objetivo y determinar el nivel de gastos de marketing.

En el mismo orden de ideas, se presenta Fischer y Espejo (2021) precisan que estrategia de marketing es una manera de conseguir los objetivos de la empresa. Esto incluye identificar y priorizar productos de mayor rentabilidad. Es decir, a dónde se quiere llegar con la marca, colocándola en la mente del consumidor y trabajando estratégicamente a las variables involucradas a través del marketing mix. Diferentes estrategias de marketing que puede utilizar para lograr sus objetivos comerciales, obtener ganancias, lograr un crecimiento sostenible y volverse competitivo en todas las industrias que el mercado tiene para ofrecer.

Consiste en un proceso que permite a una empresa evaluar de manera efectiva sus recursos existentes y utilizarlos de forma eficiente para incrementar las ventas y obtener una ventaja competitiva. Los objetivos comerciales de la compañía desempeñan un papel central en la estrategia de marketing. Es necesario estructurar y precisar dichos objetivos utilizando el conocido marco de referencia SMART para poder utilizarlos en la creación de un plan exitoso (David, 2023).

- **Específico:** los objetivos deben indicar resultados concretos y tangibles, como Aumentar la generación de clientes potenciales a través de canales digitales en un 30 % en el próximo año.
- **Medible:** debe tener claro qué métricas utilizará para saber si se están cumpliendo sus objetivos.
- **Alcanzable:** Es importante que la meta sea realísticamente difícil. De lo contrario, es

posible que no esté a la altura de las expectativas y desmoralice a su equipo.

- **Relevante:** Los objetivos deben estar relacionados con los generales de la empresa y demostrar una compatibilidad clara. Por ejemplo, para influir en las ventas, la métrica que desea rastrear debe ser las conversiones, no las interacciones de Facebook.
- **Restricciones de tiempo (con plazos):** El horizonte de tiempo de su estrategia de marketing debe estar claramente definido desde el principio.

Existen diferentes tipos de marketing, debido a que este implica cambios en el comportamiento social y siempre debe adaptarse. Por lo tanto, existen diferentes tipos de marketing para adaptarse a diferentes situaciones, necesidades, canales, empresas y consumidores (David, 2023).

- **Directo:** Cuando se tiene información específica sobre el cliente (nombre, teléfono, correo electrónico) se envía información a través de SMS, teléfono, correo electrónico, u otro medio.
- **Indirecto:** Radio, TV, cine, videojuegos, etc. Como se muestra en los medios. Social: cuando una empresa o marca participa en el patrocinio de un evento, documental u otra causa social.
- **Endomarketing:** similar al marketing externo que realizan las empresas, pero dirigido internamente, es decir, a los empleados. Este tipo de marketing puede ayudarlo a retener empleados.
- **Viral:** Caracterizado por bajo costo o presupuesto y alto impacto.
- **Digital:** Este es un aspecto dado a través del medio digital (Internet) y plataformas como Facebook, Twitter, Instagram y YouTube.
- **Contenido:** llegue a los usuarios en múltiples formatos, como imágenes, texto, audio y video. Suelen centrarse en informar y educar a los consumidores.

- **Persona:** Similar a una marca, pero en este caso todos los esfuerzos se centran en la marca de una persona (generalmente un nombre real o ficticio).
- **Relaciones:** Nos enfocamos en construir y mantener relaciones positivas con nuestros clientes. Producto: a veces, una empresa es conocida principalmente por su producto (en lugar de la empresa en sí) debido a este tipo de marketing.
- **Afiliados:** En el momento que una empresa o individuo vende un producto o servicio a un tercero y recibe una comisión por hacerlo.

El marketing existe en todas las esferas del desarrollo humano (social, económico, cultural y político) y su importancia se refleja en las áreas estratégicas y operativas de las organizaciones comerciales y no comerciales para relaciones exitosas y retención de clientes a largo plazo (Mesa y Fontalvo, 2017). La integración del marketing en una empresa ofrece los siguientes beneficios:

- Responsable de las actividades de promoción, ventas, publicidad y desarrollo de productos.
- Te ayuda a crear y adaptarte a nuevas oportunidades para premiar tu negocio y el éxito empresarial.
- La relación de una empresa con sus clientes depende de su capacidad para reconocer y comprender las necesidades de sus clientes.
- Crea capacidad de competir en el mercado y contribuye a la diferenciación.

**Marketing de servicios:** Se trata de resaltar la importancia de los servicios intangibles que una empresa ofrece para satisfacer una necesidad o resolver un problema del cliente. El servicio implica una serie de interacciones entre los representantes de la empresa y los clientes. También se pueden incluir aspectos intangibles que provienen de un producto y que pueden comercializarse para cumplir con los deseos o requerimientos del cliente (David, 2023).

Su mayor característica es que, a diferencia de los productos, no es percibido directamente por los cinco sentidos del cuerpo como objetos físicos, pero esto no significa que pierda sus beneficios. El marketing de servicios sirve para resaltar los beneficios que ofrece una empresa.

### **Descripción comercial del servicio**

**Intangibles.** Esto significa que la actividad no puede verse ni percibirse directamente a través de otros sentidos. Más bien, se trata de una serie de ejecuciones o acciones que permiten a las personas lograr beneficios en su vida diaria.

**Indivisibles.** La relación cliente-empresa es más íntima que en las ventas tradicionales, donde las dos partes se marchan después del pago y ni siquiera tienen contacto directo entre sí. En este caso, la empresa proveedora del producto intangible se pondrá en contacto con el cliente durante el periodo de servicio.

**Heterogéneo.** Las necesidades de los clientes son completamente diferentes y deben ser respondidas por un representante de cada empresa.

**Irregulares.** Los bienes intangibles que proporciona no pueden almacenarse ni archivarse en ningún lugar y, por tanto, no pueden revenderse a otros clientes. Para disfrutar de ese momento, debes ser cliente. Esto no deja espacio para las herramientas tradicionales de inventario, planificación y demanda de productos (David, 2023).

En los beneficios de los servicios de marketing, es muy importante que la gente conozca la calidad de su empresa y no la compare con otras. Esto permite atraer más clientes y aumentar significativamente sus ganancias. En concreto, estas ventajas incluyen: mejorar el valor percibido de su marca, satisfacer a los clientes a través de la escucha activa, presentar sus servicios a más personas, optimizar el ciclo de ventas de su empresa, ofrecer nuevas oportunidades de negocio.

Con relación a las estrategias de marketing de servicios Kotler y Armstrong (2014) expresan que este se basa en los servicios o beneficios que ofrece una organización, los cuales

consisten en servicios intangibles y no conducen a productos físicos. Además, los Servicios se refieren a símbolos, logotipos y elementos tangibles. Por otro lado, el mercado global de servicios y productos está cada día más orientado al cliente y es más competitivo. Por ello, se considera la importancia del marketing de servicios como una filosofía. De esta manera, podrá estar seguro de que el marketing tiene el potencial suficiente para ayudar a mejorar las oportunidades de mercado, el potencial y los recursos de su empresa, permitiendo realizar inversiones de una manera más sostenible, eficiente, inteligente y efectiva.

**Las 7P del marketing.** Es un conjunto de tácticas que agregan valor a los servicios ofrecidos al persuadir a los clientes para que elijan una empresa en particular. Una estrategia de este tipo de marketing puede garantizar la máxima satisfacción del cliente y del usuario (Fischer y Espejo, 2021). Para ellos, es preciso reconocer las 7P de la mercadotecnia de servicios, descritas a continuación:

- **Producto:** es importante considerar qué productos vende su empresa. Debe tener muy claro que ofrece para evitar desvío en lo que quiere el cliente.
- **Precio:** la fijación de precios es un gran desafío, especialmente para los servicios. Esto se debe a que hay algunos factores subjetivos involucrados y muchas tareas similares pueden tener valores completamente diferentes según la industria. Puede ser útil establecer estándares basados en el valor de uso en el mercado, el tiempo dedicado al servicio, las calificaciones requeridas para el servicio y otros factores relevantes.
- **Plaza:** la capacidad de una empresa para ofrecer sus servicios de manera efectiva en un lugar determinado, al igual que las preferencias de los clientes están influenciadas por factores logísticos.
- **Promoción:** significa todo lo que se hace en términos de publicidad para promocionar

los servicios ofrecidos. Desde los mensajes utilizados en la publicidad hasta el lenguaje utilizado para interactuar con sus seguidores en las redes sociales. Al promocionar nuestros servicios, debemos ser innovadores, dinámicos y humanos para ganarnos la confianza de las personas y crear la percepción de que los servicios que ofrecemos son de gran valor.

- **Proceso:** El fin del servicio no es suficiente para restaurar a los clientes. Se cumplen y superan las expectativas siempre que sea posible. Una forma de lograr esto es creando procesos de trabajo efectivos. Cuando los procesos están bien establecidos internamente, es más fácil mostrar a los clientes cómo se prestan los servicios. Cuando se enfrentan a muchas opciones, los clientes suelen elegir la que les parece más segura, y el proceso es una valiosa arma de marketing en este sentido. Personas: ¿Quién estará a tu lado para presentarte? Las habilidades de las personas con las que trabajas son invaluable. Porque si no están debidamente formados (y tratados), los profesionales no pueden satisfacer a sus clientes y mantener sus estándares de calidad. Un gran equipo puede generar más ventas, usar menos recursos.
- **Palpabilidad:** el tacto es una evidencia tangible del progreso. Debido a que esto es intangible, debe brindar a los clientes pequeñas pistas para ayudarlos a visualizar el valor de su oferta. Esto incluye una variedad de elementos, diseño de sitio web de los proveedores de servicios, cuentas en redes sociales y tarjetas de presentación. El uso de un servicio por parte de los clientes está inversamente correlacionado con cuán tangible es para ellos.

En cuanto a las estrategias de Marketing Mix según Lamb et al. (2018) se presentan de la manera siguiente:

**Del servicio:** Las ofertas de productos son intangibles y generalmente comprenden un

proceso o conjunto de procesos. La estrategia de producto para la prestación de servicios implica elecciones con respecto a los procesos que se utilizarán, los servicios básicos y auxiliares, la estandarización o personalización de las ofertas de servicios y la combinación de servicios.

**De precios:** Es crucial establecer la unidad de consumo de un servicio para calcular su precio. Cuando determina el costo de cada servicio, la compañía debe establecer el objetivo de rendimiento. Se tuvieron en cuenta tres precios objetivos.

- Precios basados en los ingresos para aumentar la eficiencia de costos.
- La incapacidad de fijar fácilmente el precio del servicio es un inconveniente de esta estrategia.
- Los precios se ajustan en un esfuerzo por equilibrar la oferta y la demanda.
- Precios centrados en las necesidades del cliente y destinados a aumentar el uso del servicio.
- El precio se basa en la capacidad de pago de los diversos segmentos del mercado y proporciona una variedad de opciones de pago para aumentar el poder adquisitivo.
- Ofertas promocionales. Es complicado para los consumidores evaluar los servicios comerciales debido a su naturaleza menos tangible. Involucra cuatro estrategias de publicidad.
- Enfoque en señales tangibles: son indicadores visibles de los servicios ofrecidos.
- Utilización de fuentes de información personal: son individuos conocidos por usted.
- Construcción de una imagen corporativa sólida: una manera de construir una imagen es gestionar la evidencia, que incluye el entorno físico de las instalaciones, la apariencia física de los empleados y los elementos tangibles asociados con el servicio.
- Participación en comunicaciones posteriores a la compra: las comunicaciones

posteriores a la compra se refieren a las acciones de seguimiento que una empresa puede realizar después de una transacción con un cliente.

- Ubicación o distribución. Se debe enfocar en aspectos como la conveniencia, la cantidad de locales y la distribución directa e indirecta. El servicio es clave, por lo que la calidad del personal de la empresa es fundamental para establecer relaciones duraderas con los clientes.
- Dirigirse al mercado objetivo. El segmento del mercado (personas físicas y empresas) en el que el vendedor dirige sus actividades se denomina mercado objetivo.
- Consolidación. Esta estrategia, también llamada estrategia de mercado masivo o indiferenciada, implica que el vendedor considere a todo su mercado como un único segmento.
- Segmento único. Conocida como estrategia de concentración, esta táctica está orientada hacia una parte específica del mercado general.
- Segmentos diversos. En una estrategia multisegmento, se definen dos o más grupos de clientes potenciales como mercados y se crea una combinación de marketing para abarcar cada segmento.

**Plan de marketing:** es muy común tanto en el mundo empresarial como académico el desconocimiento de elementos específicos de diversos procesos gerenciales, razón por la cual no se implementan en la gestión de determinadas organizaciones o empresas. Lo mismo ocurre con los planes de marketing. Por ello, a continuación, se abordarán las consultas más frecuentes de empresarios y estudiantes sobre las estrategias de marketing (Weinberger, 2013).

Asimismo, el objetivo principal de estrategias de marketing es aumentar las ventas, y todo plan debe tener objetivos. Para determinar este objetivo de ventas, se debe considerar la demanda

estimada de la investigación de mercado, las expectativas del empleador, el volumen de producción de la empresa y su nivel de deuda. Por tanto, deben fijarse de forma accesible y su ejecución debe ser monitoreada a través de una gestión competente de la información recuperada (Weinberger, 2013).

Otros objetivos importantes están relacionados con la diversificación de productos o mercados, la respuesta del consumidor a un producto o servicio de marca específico, los objetivos de participación de mercado y la medida en que la empresa puede ser recordada por el público en general. Un elemento del plan de marketing es un esquema escrito de los planes para la organización, así como una fecha límite. El plan describe el procedimiento para desarrollar una estrategia (Arellano, 2010).

De igual manera, Fischer y Espejo (2021) consideran que el éxito de una empresa en nuevos mercados de estrategias de marketing que se haya desarrollado con base en investigaciones, encuestas y análisis de mercado. Las ventajas de este plan rendirán mayores beneficios que los recursos necesarios para desarrollarlo. Entre otras muchas utilidades destacan las siguientes:

- a) Actuar como hoja de ruta o brújula para alcanzar las metas de la organización.
- b) Estar al tanto del estado de mi negocio.
- c) Estar al tanto del estado de mis stakeholders y del mercado.
- d) Reconocer problemas potenciales, oportunidades y amenazas en el futuro.
- e) Ejecutar un efectivo control de gestión.
- f) Organizar el trabajo de las unidades de la empresa.

En otras palabras, es un documento que describe las estrategias y acciones que debe tomar para lograr los objetivos comerciales de su marca. Por lo general, las estrategias de marketing requieren conocer el estado actual de la empresa, el análisis competitivo, definir los objetivos

(deben estar relacionados con sus objetivos comerciales), identifica las actividades a desarrollar, entre otras actividades (Fischer y Espejo, 2021). Además, se enfoca en identificar constantemente las insuficiencias de los consumidores, por ejemplo, un estudio de mercado, para poder diagnosticar el mercado, el entorno y la circunstancia, la empresa y por la otra parte el marketing operativo, que pretende alcanzar los objetivos fijados mediante el diseño de las mejores estrategias y plan de acción.

**La empresa:** Especialista en mantenimiento predictivo, preventivo y puesta en marcha de equipos eléctricos. EMS Ecuador, tiene como función la puesta en marcha de equipos eléctricos, mantenimiento predictivo y preventivo, cuenta con excelentes profesionales, expertos en el campo de transformadores de corriente, diagnóstico de subestaciones, pruebas y diagnóstico de cables aislados de media y alta tensión. A través de tecnología avanzada y especializada, ofrece soluciones perfectas a las empresas eléctricas, garantizando alta calidad y satisfacción.

**Misión:** “Ofrecemos soluciones completas y de óptima calidad en el campo de la ingeniería eléctrica. Se enfoca en la instalación y mantenimiento de transformadores y subestaciones”.

**Visión:** “Para ser el líder y estándar nacional en operación y diagnóstico eléctrico profesional, ofrecemos soluciones confiables y de calidad que garantizan el rendimiento y la seguridad de las instalaciones de sus productos”

**Valores:** Confianza, liderazgo, integridad, cooperación y responsabilidad.

## 2. MATERIALES Y METODOS

La metodología fue el enfoque o proceso que se siguió para obtener conocimientos que sean seguros, confiables demostrables. En este caso, la investigación se clasifica como de campo, ya que se recopilan datos directamente del mundo real, conoce como datos primarios. Estos tienen un valor importante debido a que permiten determinar las circunstancias reales en las cuales fueron obtenidos (Tamayo y Tamayo, 2019).

### 2.1. Tipo de investigación

**Exploratoria:** Se utilizó para investigar problemas indefinidos. Esto se hizo para una mejor comprensión, pero no para el resultado final, busca comprender el escenario actual de la empresa EMS TESTING, explorar posibles estrategias de marketing que puedan ser implementadas (Hernández et al., 2019).

**Diagnostica:** Los estudios de diagnóstico incluyeron el análisis de casos, analizar la situación es un momento difícil, hace querer saber qué está pasando, incluye en su definición relaciones complejas entre sujetos (actores), prácticas (acciones) y marcos (estructuras). Además, se realizó un análisis de la situación actual de la empresa para identificar potenciales problemas o áreas de desarrollo en su estrategia de marketing (Hernández et al., 2019).

**Descriptiva:** Es un estudio que busca el "qué" más que el "por qué". Como sugiere el nombre, intenta describir qué se está investigando, qué sucede, es decir, representó en detalle las necesidades del cliente de la empresa EMS TESTING y definió objetivos, estrategias y medidas específicas de marketing (Hernández et al., 2019).

**Documental:** Los estudios documentales, se refieren a documentos, libros, revistas, grabaciones, películas, periódicos, bibliografías, describir detalladamente las necesidades del cliente de la empresa EMS TESTING y definió objetivos, estrategias y acciones (Arias, 2012).

## **2.2. Enfoque**

El enfoque mixto que recoge, examina e integra características numéricas y cualitativas. Se emplea cuando se busca una comprensión más exhaustiva del problema de investigación y no es factible presentar cada método por separado. Los datos numéricos incluyen información implícita, tal como la utilizada para medir relaciones, como las escalas de evaluación.

El análisis de este tipo de datos requiere un estudio estadístico de las puntuaciones obtenidas a través de encuestas para responder preguntas o probar hipótesis en la investigación. Los datos cualitativos son información que los investigadores suelen adquirir mediante métodos como entrevistas, grupos focales y observaciones. Estos datos, que pueden consistir en palabras, texto o comportamientos, se organizan con el fin de entender la diversidad de ideas obtenidas durante la investigación (Sampieri y Mendoza, 2018).

## **2.3. Población y muestra**

Al respecto, Tamayo y Tamayo (2019) expresa que puede incluir un país, un grupo de personas o una entidad con características comunes. Incluye un conjunto completo y bien definido de estudios contra los cuales cada estudio pretende sacar conclusiones. La empresa EMS TESTING, actualmente cuenta con una totalidad de 163 clientes.

Cabe señalar que, para el desarrollo de este estudio únicamente se utilizó como muestra a los clientes industriales que han solicitado el servicio de mantenimiento de subestaciones eléctricas por parte de la empresa los últimos 3 años, que adicionalmente pertenecen al sector petrolero y valoren la excelencia técnica, 12 empresas privadas que mantienen sus operaciones en el país, de 163 clientes. De igual manera, al personal directivo de la empresa EMS TESTING conformado por 4 gerentes que corresponden a la gerencia general, administrativa, de mantenimiento y de salud ocupacional, y los 12 colaboradores que pertenecen a la misma.

En este sentido, se consideró una muestra de tipo intencional, también conocida como muestra de juicio o muestra selectiva, que según Arias (2012) se selecciona de manera deliberada con base en ciertos criterios específicos que el investigador considera relevantes para el estudio, debido a que se persigue obtener información detallada y específica sobre un grupo particular que tenga características comunes. Esto puede ayudar a profundizar en el estudio y obtener conclusiones más precisas y aplicables a ese sector en particular.

#### **2.4. Técnicas**

**Encuesta:** Es uno de los métodos más utilizados en la investigación de mercado, esta permite obtener información completa de fuentes primarias. Sin embargo, antes de aprender y utilizar esta importante habilidad, es importante saber qué es una encuesta, pero también lo es obtener una imagen completa desde diferentes perspectivas.

Se adoptó el método de la encuesta como metodología para brindar un procedimiento sencillo para el desarrollo de este trabajo de investigación. Mientras tanto, Falcón et al. (2019) muestran que esta población tiene puntos de vista de los lectores sobre temas específicos, para efectos de esta investigación se le aplica la encuesta a las 12 empresas del sector petrolero que forman parte de los clientes frecuentes de la empresa EMS TESTING, adicionalmente se desarrollara otra encuesta aplicada a los colaboradores.

**Entrevista:** Es un proceso de comunicación entre dos personas en el que el entrevistador obtiene información directamente del entrevistado. Generalmente, se trata de una conversación en la que ambas partes intercambian información. En este caso, los roles del entrevistador y del entrevistado pueden cambiar durante la conversación. En el estudio se realizaron dos entrevistas, una dirigida a los directivos de la empresa EMS TESTING (Pérez et al., 2013).

**Observación:** Es una parte fundamental de cualquier proceso de investigación, ya que permite obtener datos relevantes. Gran parte del conocimiento científico se basó en la observación. La forma en que se llevó a cabo esta observación estuvo influenciada por el marco teórico y las técnicas utilizadas por el investigador (SanJuan, 2010).

En este estudio, buscó recopilar información detallada sobre EMS TESTING para desarrollar estrategias de marketing adaptadas a sus necesidades específica.

**Instrumentos:** Como instrumentos para recopilar datos en esta investigación, se utilizó cuestionarios, entrevistas y registros documentales de observaciones. El cuestionario es una herramienta fácil de usar que permite al investigador obtener datos sin manipulaciones ni respuestas falsas. Se realizaron un cuestionario y dos entrevistas para recolectar información sobre las variables establecidas (Cruz, 2021).

## **2.5. Análisis de datos de los instrumentos aplicados**

Una vez obtenidos los resultados de la encuesta, estos fueron tabulados utilizando Microsoft Excel para su posterior análisis más preciso. Los pasos incluyeron tabular los datos según las frecuencias correspondientes a cada alternativa, calcular los porcentajes por ítem y generar gráficos para analizarlos adecuadamente. Esta presentación visual permitió al lector comprender mejor los resultados obtenidos y su precisión porcentual con respecto a los objetivos específicos del estudio generalizado.

### 3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 3.1. Análisis de la encuesta aplicada a los clientes (empresas petroleras)

1. ¿Ha utilizado usted el servicio EMS TESTING en el último año?

**Tabla 1**

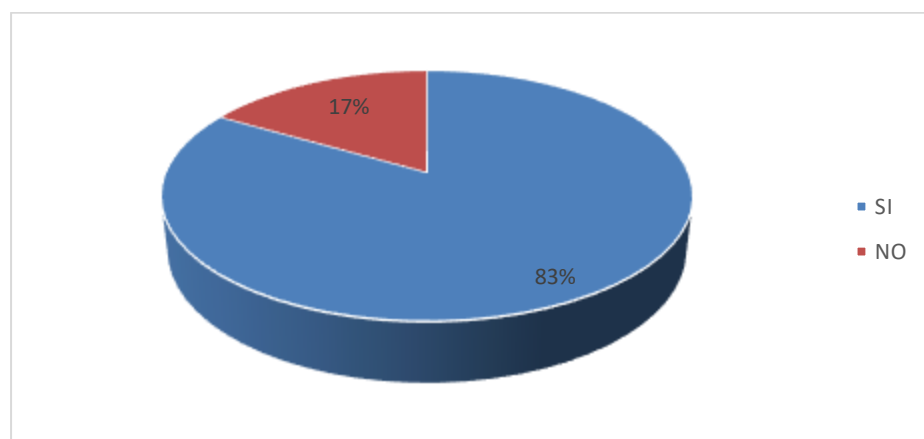
*Utilización del servicio*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
<b>Si</b>	10	83
<b>No</b>	2	17
<b>Total</b>	12	100

*Nota.* Resultado pregunta 1, obtenida de las encuestas aplicadas a los clientes

**Figura 1**

*Utilización del servicio*



*Nota.* Resultado pregunta 1, obtenida de las encuestas aplicadas a los clientes

**Interpretación.** Basado en tabla 1 proporcionada, la frecuencia de utilización del servicio EMS TESTING en el último año por parte de los encuestados, refleja que el 87% indicó que, si utilizó el servicio EMS TESTING en el último año, y el 17 % responde que no lo ha utilizado.

2. ¿Se siente satisfecho con la calidad del servicio recibido a través de EMS TESTING?

**Tabla 2**

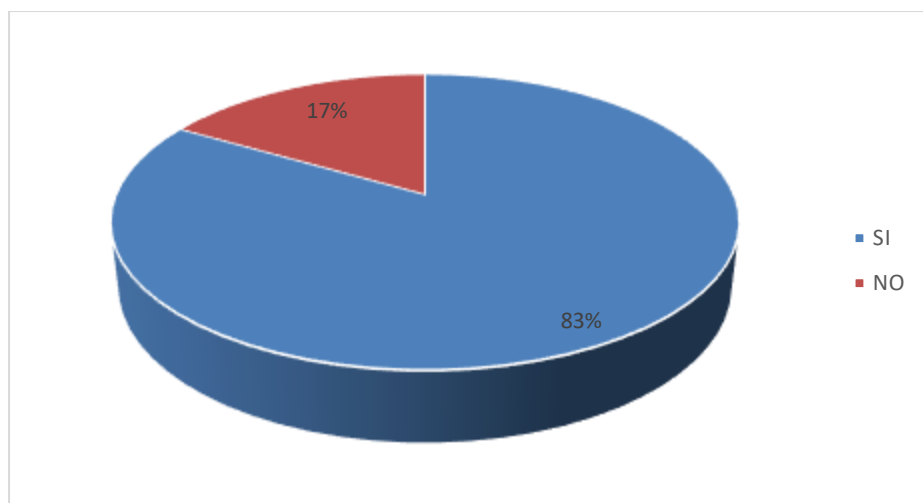
*Calidad del servicio*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
<b>Si</b>	10	83
<b>No</b>	2	17
<b>Total</b>	12	100

*Nota.* Resultado pregunta 2, obtenida de las encuestas aplicadas a los clientes

**Figura 2**

*Calidad del servicio*



*Nota.* Resultado pregunta 1, obtenida de las encuestas aplicadas a los clientes

**Interpretación:** En la Tabla 2 proporcionada, se observa que la satisfacción de los clientes con la calidad del servicio recibido a través de EMS TESTING, está representada en el 83 % de los encuestados indicó que, si se siente satisfecho con la calidad del servicio recibido a través de EMS TESTING, el 17% no estarlo.

3. ¿Siente usted que EMS TESTING comprende sus necesidades como cliente?

**Tabla 3**

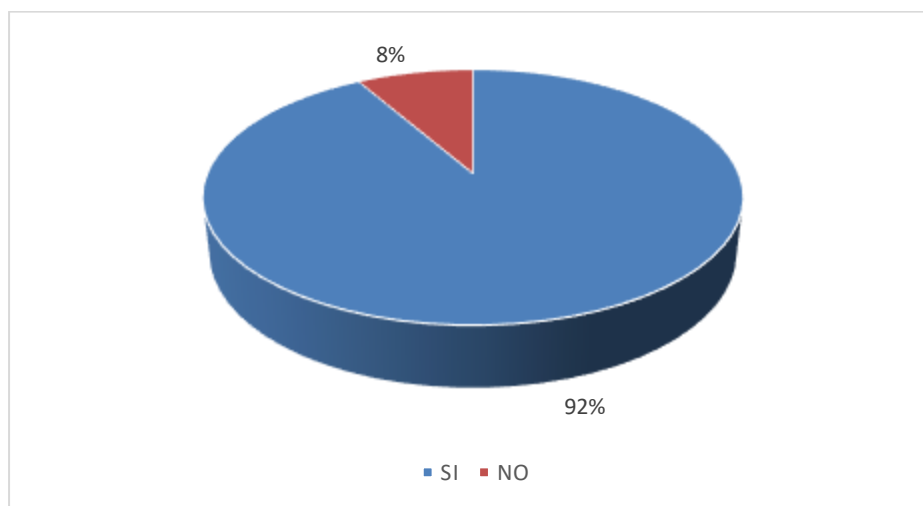
*Necesidades como cliente*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
<b>Si</b>	11	92
<b>No</b>	1	8
<b>Total</b>	12	100

*Nota.* Resultado pregunta 3, obtenida de las encuestas aplicadas a los clientes

**Figura 3**

*Necesidades como cliente*



*Nota.* Resultado pregunta 1, obtenida de las encuestas aplicadas a los clientes

**Interpretación:** La tabla 4 proporcionada, se logra analizar si los clientes sienten que EMS TESTING comprende sus necesidades, obteniendo que el 92% de los encuestados indicó que, si sienten que se comprende sus necesidades como cliente, y solamente un 8 % indico que no.

4. ¿Considera que EMS TESTING ofrece una variedad de servicios que cumplen con sus requerimientos?

**Tabla 4**

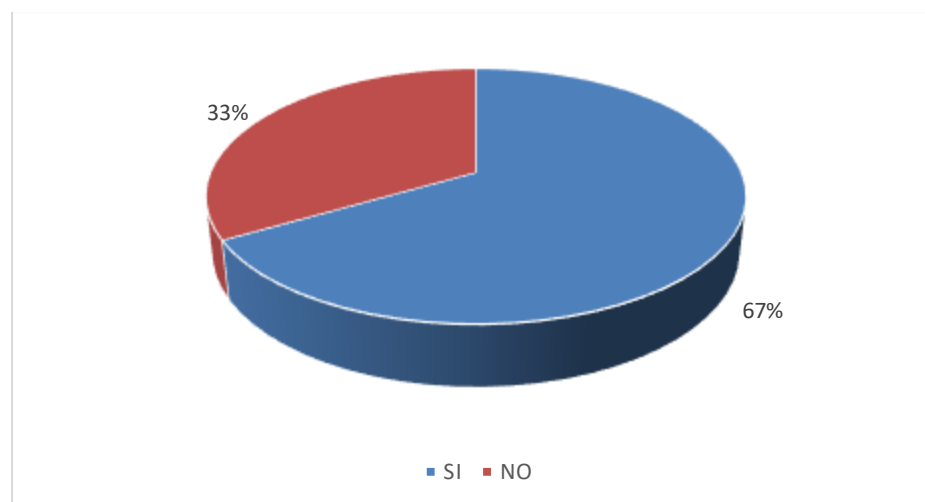
*Variedad de servicios*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
<b>Si</b>	8	67
<b>No</b>	4	33
<b>Total</b>	12	100

*Nota.* Resultado pregunta 2, obtenida de las encuestas aplicadas a los clientes

**Figura 4**

*Variedad de servicios*



*Nota.* Resultado pregunta 4, obtenida de las encuestas aplicadas a los clientes

**Interpretación:** Se observa que los clientes consideran que EMS TESTING ofrece una variedad de servicios que cumplen con sus requerimientos, a lo cual el 67% de los encuestados indicaron que si consideran que ofrece una variedad de servicios que cumplen con sus requerimientos, y un 33% respondieron que no.

5. ¿Recomendaría usted los servicios de EMS TESTING a otra persona o empresa?

**Tabla 5**

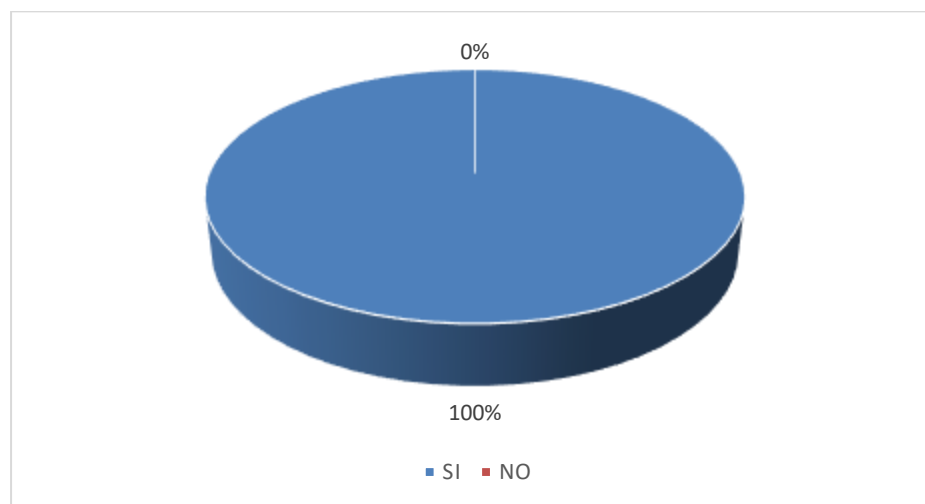
*Recomienda los servicios*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
<b>Si</b>	12	100
<b>No</b>	0	0
<b>Total</b>	12	100

*Nota.* Resultado pregunta 5, obtenida de las encuestas aplicadas a los clientes

**Figura 5**

*Recomienda los servicios*



*Nota.* Resultado pregunta 5, obtenida de las encuestas aplicadas a los clientes

**Interpretación:** Basados en la Tabla 5 proporcionada, se observa que, en su totalidad, los clientes recomendarían los servicios de EMS TESTING a otra persona o empresa.

6. ¿Considera que la comunicación es efectiva con el equipo de EMS TESTING?

**Tabla 6**

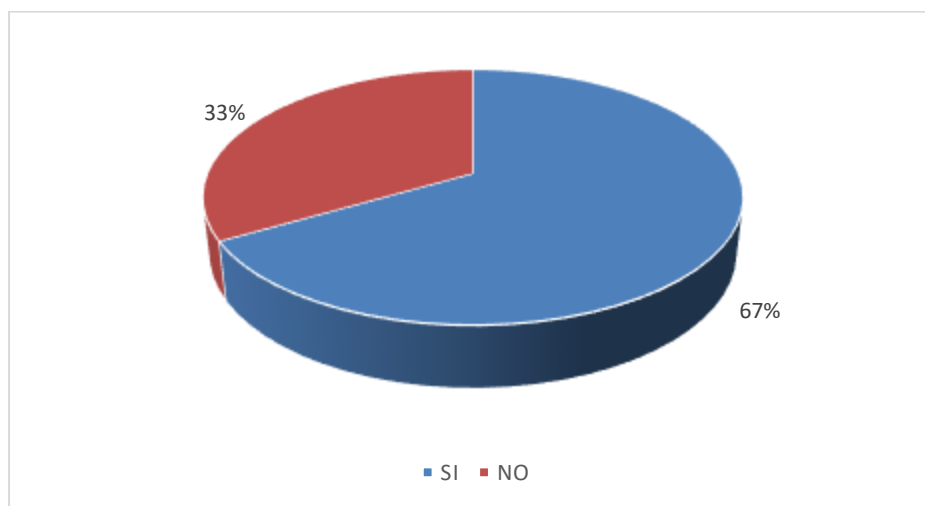
*Comunicación efectiva*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
<b>Si</b>	8	67
<b>No</b>	4	33
<b>Total</b>	12	100

*Nota.* Resultado pregunta 6, obtenida de las encuestas aplicadas a los clientes

**Figura 6**

*Comunicación efectiva*



*Nota.* Resultado pregunta 6, obtenida de las encuestas aplicadas a los clientes

**Interpretación:** La Tabla 6 proporcionada, analiza si los clientes consideran que la comunicación es efectiva con el equipo de EMS TESTING, se observa que el 67 % de los encuestados indicó que, si consideran que la comunicación es efectiva con el equipo, mientras que el 33 % restante consideran que no lo es.

7. ¿Consideran que el precio de los servicios de EMS TESTING está acorde con el mercado?

**Tabla 7**

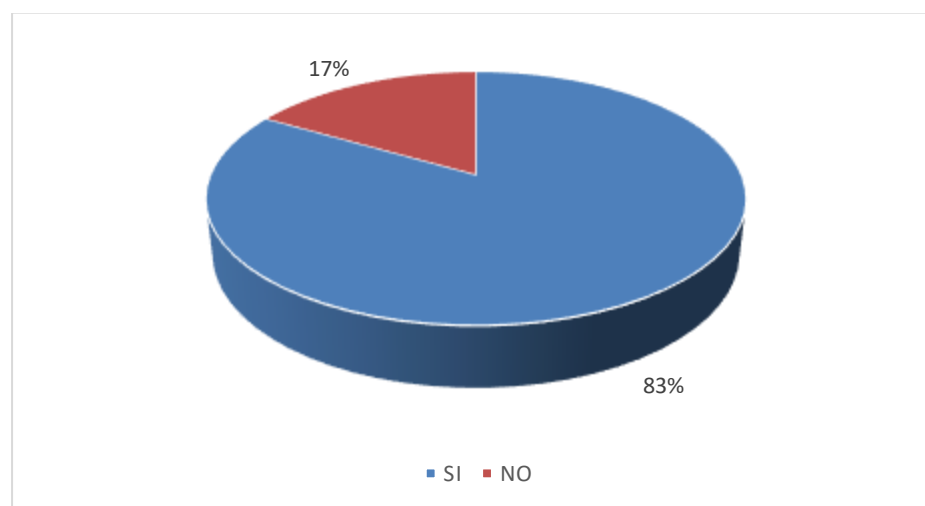
*Precio acorde*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
<b>Si</b>	10	83
<b>No</b>	2	17
<b>Total</b>	12	100

*Nota.* Resultado pregunta 7, obtenida de las encuestas aplicadas a los clientes

**Figura 7**

*Precio acorde*



*Nota.* Resultado pregunta 7, obtenida de las encuestas aplicadas a los clientes

**Interpretación:** La Tabla 7 proporcionada, analiza si los clientes consideran que el precio de los servicios de EMS TESTING está acorde con el mercado, observándose que el 83% de los encuestados indicaron que, si consideran que el precio de los servicios de EMS TESTING está acorde con el mercado, mientras que el 17% restante indica que no lo está.

8. ¿Considera que EMS TESTING ofrece eficazmente sus servicios y promociones?

**Tabla 8**

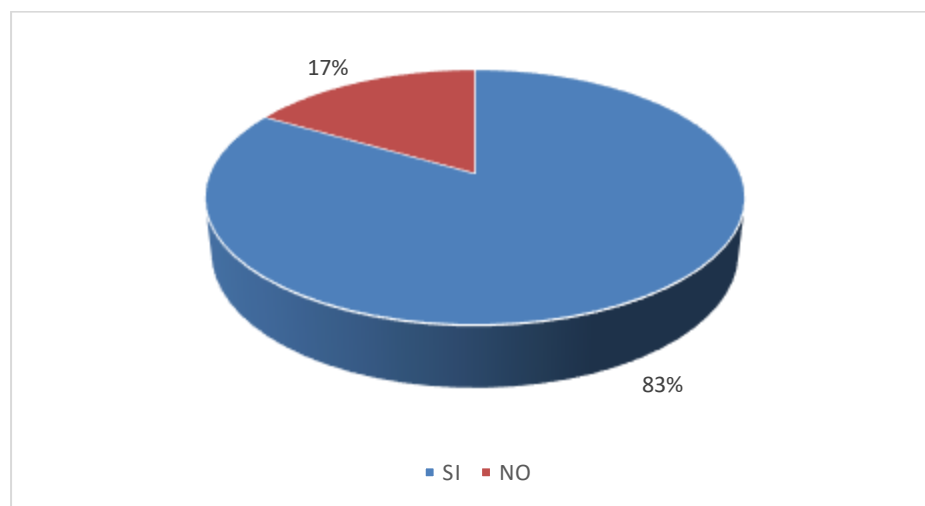
*Eficiencia de servicios y promociones*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
<b>Si</b>	10	83
<b>No</b>	2	17
<b>Total</b>	12	100

*Nota.* Resultado pregunta 8, obtenida de las encuestas aplicadas a los clientes

**Figura 8**

*Eficiencia de servicios y promociones*



*Nota.* Resultado pregunta 8, obtenida de las encuestas aplicadas a los clientes

**Interpretación:** Tabla 8 muestra que los clientes consideran que ofrece eficazmente sus servicios y promociones, el 83% indicaron que, si consideran que EMS TESTING ofrece eficazmente sus servicios y promociones, mientras que el otro 17 % restante dicen que no.

9. ¿Le gustaría ver nuevas ofertas o promociones de EMS TESTING en el futuro próximo con mayor frecuencia?

**Tabla 9**

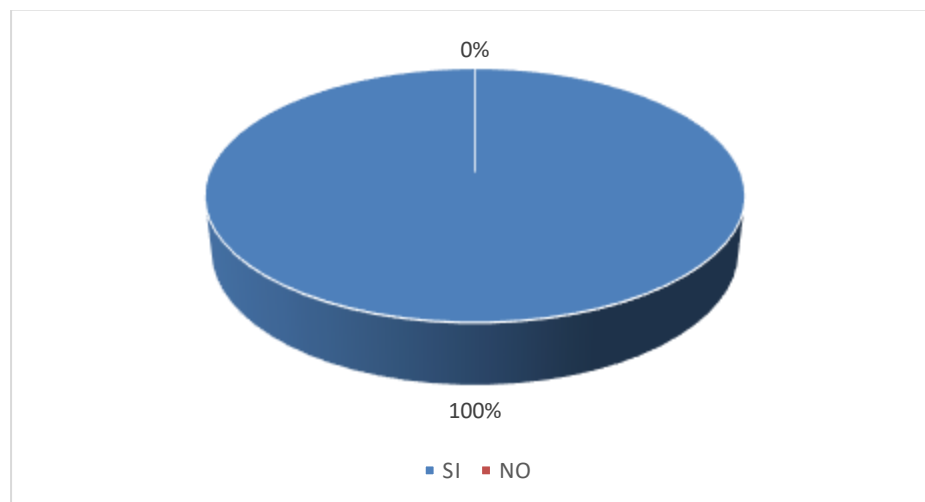
*Ofertas o promociones*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
Si	12	100
No	0	0
<b>Total</b>	12	100

*Nota.* Resultado pregunta 9, obtenida de las encuestas aplicadas a los clientes

**Figura 9**

*Ofertas o promociones*



*Nota.* Resultado pregunta 9, obtenida de las encuestas aplicadas a los clientes

**Interpretación:** La Tabla 9 proporcionada, puede verse que, si a los clientes les gustaría ver nuevas ofertas o promociones de EMS TESTING en el futuro próximo, representados en un 100% de los encuestados.

10. ¿Considera que EMS TESTING valora la satisfacción del cliente?

**Tabla 10**

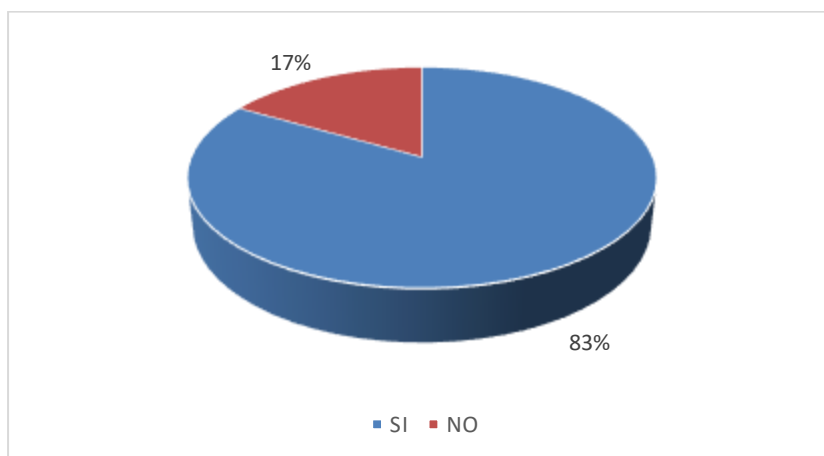
*Valora la satisfacción al cliente*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
<b>Si</b>	10	83
<b>No</b>	2	17
<b>Total</b>	12	100

*Nota.* Resultado pregunta 10, obtenida de las encuestas aplicadas a los clientes

**Figura 10**

*Valora la satisfacción al cliente*



*Nota.* Resultado pregunta 10, obtenida de las encuestas aplicadas a los clientes

**Interpretación:** La Tabla 10 proporciona en su análisis de si los clientes consideran que EMS TESTING valora la satisfacción del cliente, tiene que el 83% de los encuestados indicaron que, si consideran que EMS TESTING valora la satisfacción del cliente, mientras que el 17% respondieron que no.

### 3.2. Análisis de la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa

1. ¿Considera que EMS TESTING tiene una buena posición en el mercado actualmente?

**Tabla 11**

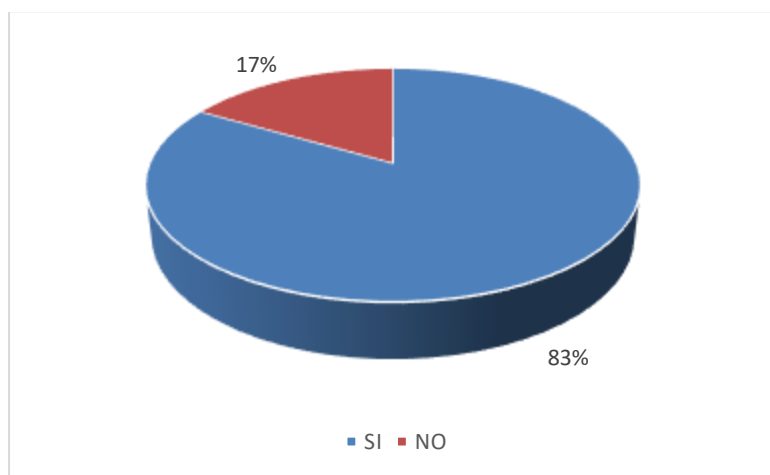
*Posición en el mercado*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
Si	10	83
No	2	17
<b>Total</b>	12	100

*Nota.* Resultado pregunta 1, obtenida de las encuestas aplicadas a los clientes

**Figura 11**

*Posición en el mercado*



*Nota.* Resultado pregunta 1, obtenida de las encuestas aplicadas a los clientes

**Interpretación:** Basándonos en los resultados obtenidos, el 83 % respondió que, si tiene una buena posición en el mercado, 17% restante respondieron que no.

2. ¿Cree usted que las necesidades de los clientes de EMS TESTING están siendo adecuadamente atendidas?

**Tabla 12**

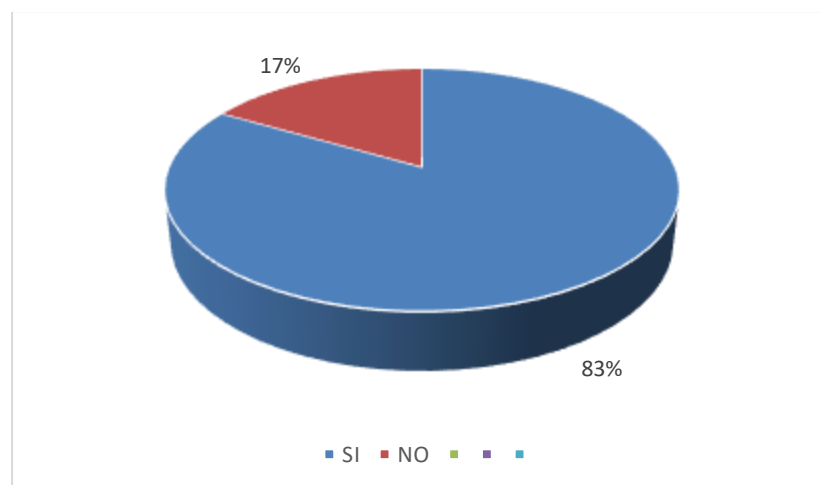
*Necesidades atendidas*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
<b>Si</b>	10	83
<b>No</b>	2	17
<b>Total</b>	12	100

*Nota.* Resultado pregunta 2, obtenida de las encuestas aplicadas a los clientes

**Figura 12**

*Necesidades atendidas*



*Nota.* Resultado pregunta 2, obtenida de las encuestas aplicadas a los clientes

**Interpretación:** Basándonos en los resultados de la pregunta se observó que, el 83% de los encuestados indicaron que, si se atienden adecuadamente las necesidades de los clientes, el 17% restante coincidió en que no son atendidas.

3. ¿Está de acuerdo en que se deben establecer objetivos estratégicos para mejorar las estrategias de marketing de la empresa?

**Tabla 13**

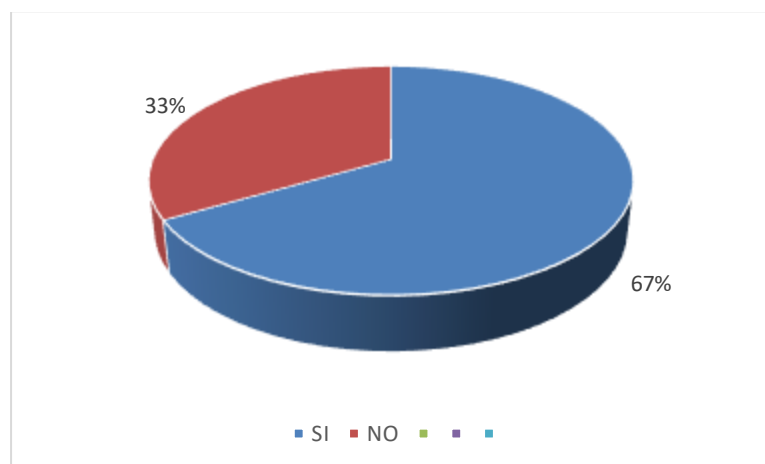
*Objetivos estratégicos*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
Si	8	67
No	4	33
<b>Total</b>	12	100

*Nota.* Resultado pregunta 3, obtenida de las encuestas aplicadas a los clientes

**Figura 13**

*Objetivos estratégicos*



*Nota.* Resultado pregunta 3, obtenida de las encuestas aplicadas a los clientes

**Interpretación:** Con base en los resultados se tiene que el 67% de los encuestados están de acuerdo en que, si deben establecer objetivos estratégicos para mejorar las estrategias de marketing de la empresa, el 33 % restante indicaron que no.

4. ¿Apoyaría la implementación de acciones tácticas para promocionar los servicios de EMS TESTING?

**Tabla 14**

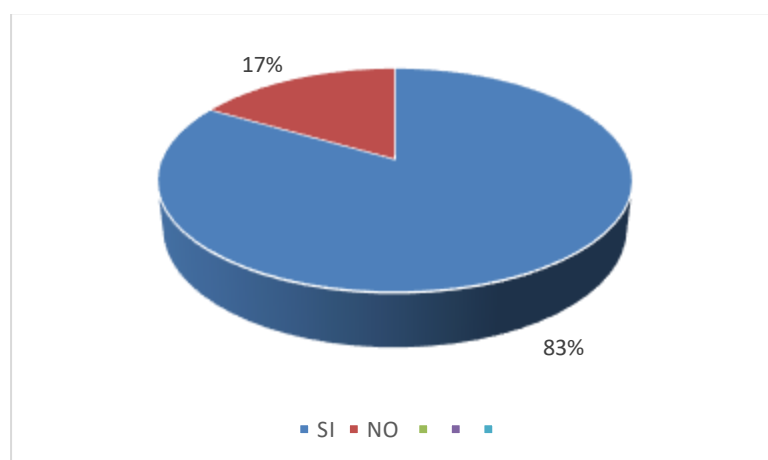
*Acciones tácticas*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
<b>Si</b>	10	83
<b>No</b>	2	17
<b>Total</b>	12	100

*Nota.* Resultado pregunta 4, obtenida de las encuestas aplicadas a los clientes

**Figura 14**

*Acciones tácticas*



*Nota.* Resultado pregunta 4, obtenida de las encuestas aplicadas a los clientes

**Interpretación:** Según los resultados obtenidos se pudo observar que el 83% de los encuestados manifestaron que, si apoyaran la implementación de acciones tácticas para promocionar los servicios de EMS TESTING, el 17% indicaron que no.

5. ¿Piensa usted que la comunicación con los clientes de EMS TESTING debería ser mejorada?

**Tabla 15**

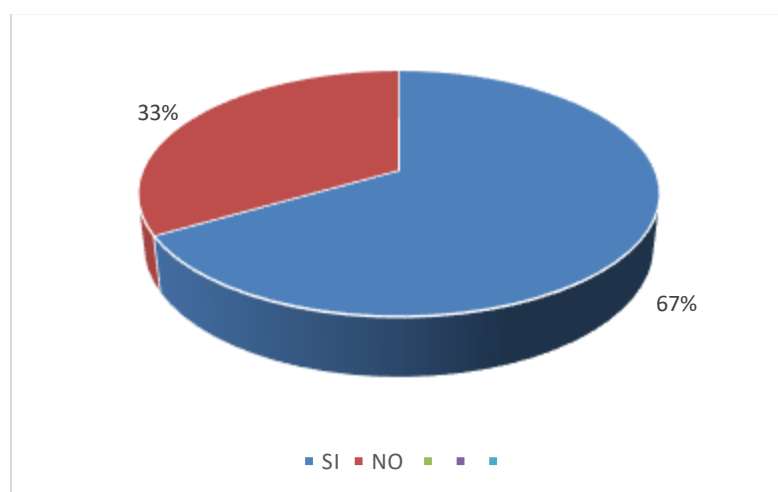
*Comunicación*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
Si	8	67
No	4	33
<b>Total</b>	12	100

*Nota.* Resultado pregunta 5, obtenida de las encuestas aplicadas a los clientes

**Figura 15**

*Comunicación*



*Nota.* Resultado pregunta 5, obtenida de las encuestas aplicadas a los clientes

**Interpretación:** Basado en los resultados se tiene que el 67% de los encuestados consideraron que, si se debiera mejorar la comunicación con los clientes de EMS TESTING, mientras que los 33 % restantes manifestaron que no.

6. ¿Considera importante tener un calendario de actividades para las estrategias de marketing de EMS TESTING?

**Tabla 16**

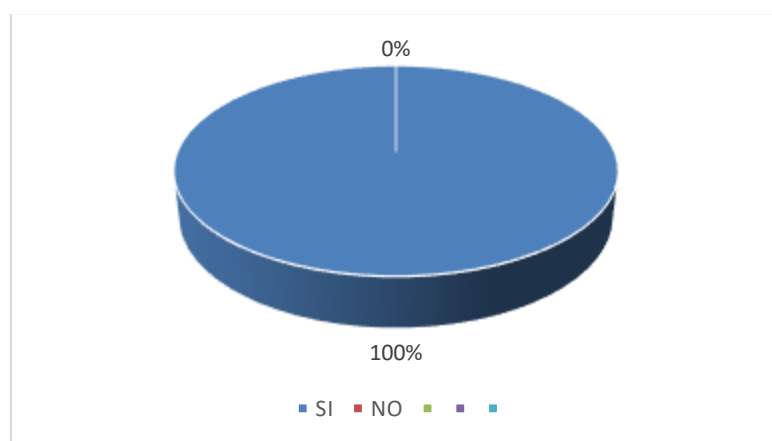
*Calendario de actividades*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
Si	12	100
No	0	0
<b>Total</b>	12	100

*Nota.* Resultado pregunta 6, obtenida de las encuestas aplicadas a los clientes

**Figura 16**

*Calendario de actividades*



*Nota.* Resultado pregunta 6, obtenida de las encuestas aplicadas a los clientes

**Interpretación:** Basado en los resultados la totalidad de los encuestados consideraron que sí es importante tener un calendario de actividades para las estrategias de marketing de EMS TESTING.

7. ¿Está de acuerdo con el presupuesto destinado al marketing de EMS TESTING?

**Tabla 17**

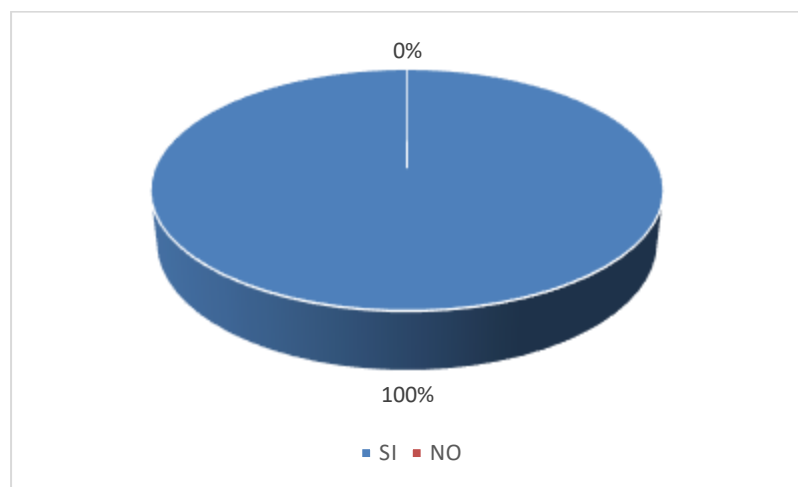
*Presupuesto*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
<b>Si</b>	12	100
<b>No</b>	0	0
<b>Total</b>	12	100

*Nota.* Resultado pregunta 7, obtenida de las encuestas aplicadas a los clientes

**Figura 17**

*Presupuesto*



*Nota.* Resultado pregunta 7, obtenida de las encuestas aplicadas a los clientes

**Interpretación:** Con base en los resultados se observa que el 100% de los encuestados indicaron que sí están de acuerdo con el presupuesto destinado al marketing de EMS TESTING.

8. ¿Apoya la idea de implementar un sistema de control para evaluar las estrategias de promoción?

**Tabla 18**

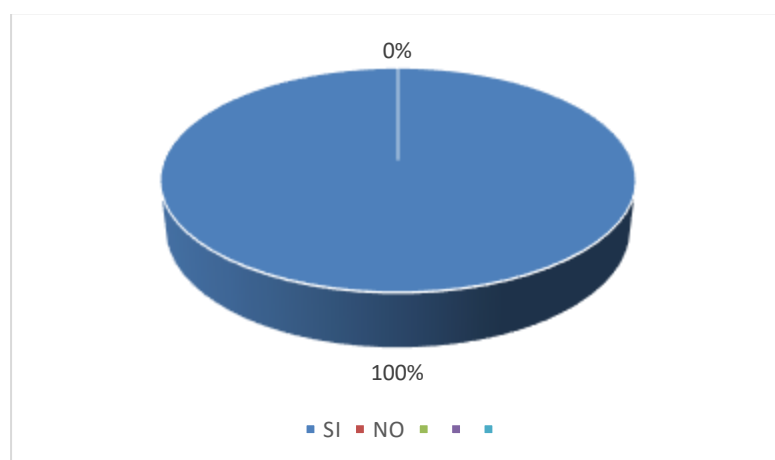
*Sistema de control*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
Si	12	100
No	0	0
<b>Total</b>	12	100

*Nota.* Resultado pregunta 8, obtenida de las encuestas aplicadas a los clientes

**Figura 18**

*Sistema de control*



*Nota.* Resultado pregunta 8, obtenida de las encuestas aplicadas a los clientes

**Interpretación:** Con base en los resultados se observa que el 100% de los encuestados indicaron que si están de acuerdo con apoyar la idea de implementar un sistema de control para evaluar las estrategias de promoción No hubo respuestas en la otra categoría.

9. ¿Cree que la publicidad es un factor clave para el éxito de EMS TESTING?

**Tabla 19**

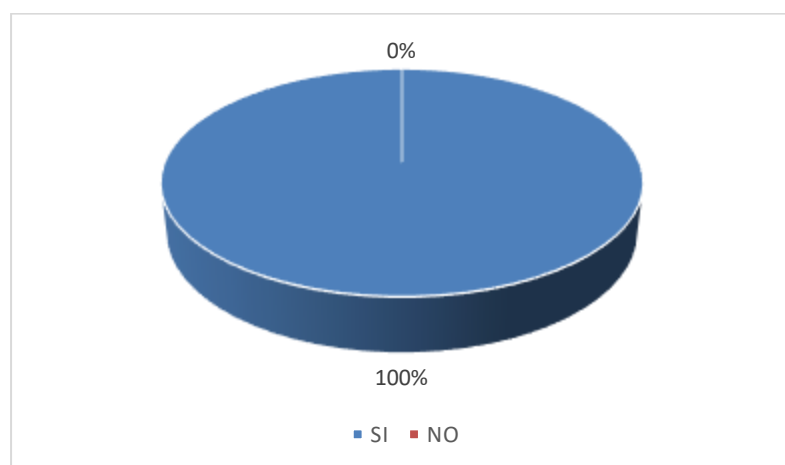
*Publicidad*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
<b>Si</b>	12	100
<b>No</b>	0	0
<b>Total</b>	12	100

*Nota.* Resultado pregunta 9, obtenida de las encuestas aplicadas a los clientes

**Figura 19**

*Publicidad*



*Nota.* Resultado pregunta 9, obtenida de las encuestas aplicadas a los clientes

**Interpretación:** Con base en los resultados se observa que el 100% de los encuestados indicaron que si están de acuerdo con la publicidad es un factor clave para el éxito de EMS TESTING.

10. ¿Está dispuesto a contribuir personalmente al éxito de las estrategias de marketing de EMS TESTING?

**Tabla 20**

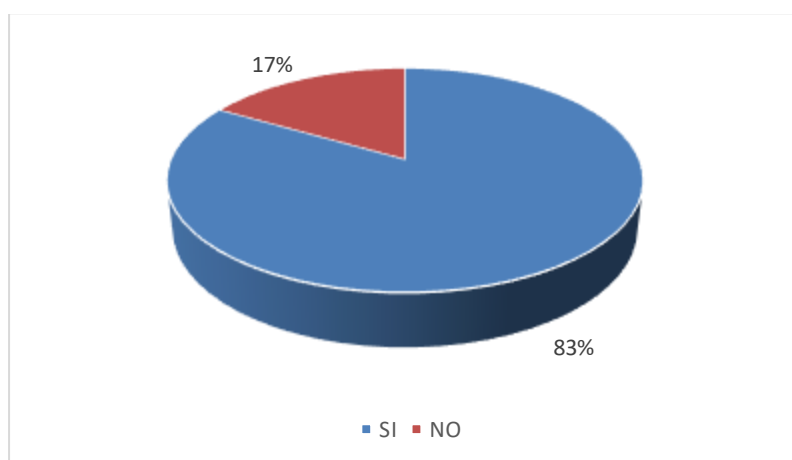
*Estrategias de marketing*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
Si	10	83
No	2	17
<b>Total</b>	12	100

*Nota.* Resultado pregunta 10, obtenida de las encuestas aplicadas a los clientes

**Figura 20**

*Estrategias de marketing*



*Nota.* Resultado pregunta 10, obtenida de las encuestas aplicadas a los clientes

**Interpretación:** Con base en los resultados se observa que el 83 % de los encuestados indicaron que, si está dispuesto a contribuir personalmente al éxito de las estrategias de marketing de EMS TESTING, el 17 % manifestaron que no.

Tabla 21

*Entrevista aplicada a directivos de la empresa EMS TESTING*

Preguntas	Gerencia			
	General	Administración	Mantenimiento	Salud ocupacional
<b>1. ¿Conoce usted cuál es la visión y misión de EMS TESTING?</b>	Sí, conozco la visión y misión de EMS TESTING. Nuestra visión es ser líderes en servicios mantenimiento de subestaciones eléctricas, como actividad principal, además en pruebas y ensayos de calidad, aportando valor a nuestros clientes. Nuestra misión es garantizar la seguridad y la calidad en los procesos industriales a través de servicios confiables y eficientes.	Sí, en EMS TESTING estamos comprometidos con la visión de ser líderes en servicios mantenimiento de subestaciones eléctricas, soluciones innovadoras y confiables a nuestros clientes. Nuestra misión es garantizar la seguridad y la excelencia en cada prueba que realizamos.	La visión de EMS TESTING es convertirse en líder en el mercado de mantenimiento de subestaciones eléctricas, pruebas y servicios tecnológicos, brindando soluciones innovadoras y confiables. Su misión es proporcionar a los clientes servicios de alta calidad que garanticen la seguridad y el rendimiento de sus equipos y sistemas.	Como gerente de salud ocupacional, conozco que la visión de EMS TESTING es ser líder en el mercado de mantenimiento de subestaciones eléctricas. Pruebas, y brindando soluciones innovadoras y confiables. La misión de la empresa es ofrecer servicios de alta calidad que garanticen la seguridad y eficiencia de las operaciones de sus clientes.
<b>2. ¿Cuáles son los principales productos/servicios que ofrece EMS TESTING?</b>	EMS TEST Somos expertos en mantenimiento de subestaciones eléctricas y puesta en marcha, mantenimiento preventivo y puesta en marcha de equipos eléctricos.	Principales Productos/Servicios: En EMS TESTING, ofrecemos una variedad de servicios siendo el principal el mantenimiento de subestaciones eléctricas, pruebas de resistencia, de calidad de materiales, de seguridad y de funcionamiento para una amplia gama de sectores industriales.	EMS TESTING ofrece servicios de mantenimiento de subestaciones eléctricas, con diagnóstico avanzado de transformadores de potencia, subestaciones y cables aislados de medio y alto voltaje	Los principales productos y servicios que ofrece EMS TESTING es el mantenimiento de subestaciones eléctricas, pruebas de equipos eléctricos, mecánicos y de seguridad, mantenimiento preventivo y correctivo, asesoría técnica

<b>3. ¿Cuál es el mercado objetivo de EMS TESTING?</b>	Nuestro mercado objetivo son empresas petroleras, mineras y constructoras que requieren servicios de pruebas y ensayos para asegurar la calidad de sus procesos y productos.	Nuestro mercado objetivo incluye empresas sector petrolero, minero, electrónico y tecnológica que requieren servicios de pruebas de calidad para garantizar la excelencia de sus productos.	El mercado objetivo de EMS TESTING son empresas de sectores como la industria manufacturera, petroquímica, y construcción que requieran servicios de pruebas y mantenimiento de alta calidad.	El mercado objetivo de EMS TESTING está compuesto por empresas de diversos sectores industriales que requieren servicios de mantenimiento predictivo, preventivo y puesta en marcha de equipos eléctricos
<b>4. ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta EMS TESTING en términos de marketing?</b>	Actualmente, los principales desafíos que enfrentamos en términos de marketing incluyen aumentar la visibilidad de la empresa en el mercado y diferenciamos de la competencia, así como mejorar la retención de clientes.	Algunos de los principales desafíos que enfrentamos en términos de marketing incluyen la competencia en el mercado, la generación de leads cualificados y la diferenciación de nuestra marca en un mercado saturado.	Los principales desafíos que enfrenta EMS TESTING en términos de marketing incluyen la competencia en el mercado, la generación de leads cualificados, la creación de conciencia de marca y la diferenciación de la oferta en un mercado saturado.	Los principales desafíos que enfrenta EMS TESTING en términos de marketing incluyen la competencia en el mercado, mostrar las normas de higiene y seguridad, entre otras.
<b>5. ¿Cómo describirían la cultura organizacional de EMS TESTING?</b>	En EMS TESTING, nuestra cultura organizacional se basa en la excelencia, la responsabilidad y la orientación al cliente. Buscamos siempre superar las expectativas y ofrecer un servicio de alta calidad.	En EMS TESTING, nuestra cultura organizacional se caracteriza por la excelencia, la transparencia, la innovación y el compromiso con la calidad en todo lo que hacemos. Fomentamos un ambiente colaborativo y profesional donde cada empleado puede crecer y desarrollarse.	La cultura organizacional de EMS TESTING se caracteriza por ser orientada al cliente, centrada en la calidad, el trabajo en equipo y la innovación constante en la mejora de los servicios ofrecidos.	El trabajo en equipo y la innovación, puede contribuir a crear un entorno laboral favorable para la salud y el bienestar de los empleados, al promover la satisfacción laboral, la calidad de vida en el trabajo y fomentar un sentido de pertenencia
<b>6. ¿Cuál es la percepción de los</b>	La percepción de los clientes sobre EMS TESTING	La percepción de nuestros clientes sobre EMS TESTING es	La percepción de los clientes sobre EMS TESTING es	La percepción de los clientes sobre EMS TESTING es

<b>clientes sobre EMS TESTING?</b>	ha sido positiva en general, valorando la calidad de nuestros servicios, la precisión de nuestras pruebas y la atención personalizada que brindamos.	muy positiva, ya que valoran nuestra precisión en las pruebas, nuestra atención personalizada y nuestro compromiso con la satisfacción del cliente.	generalmente positiva, destacando la confiabilidad, profesionalismo y expertos técnicos de la empresa en la prestación de servicios de pruebas y mantenimiento.	generalmente buena, destacando la confiabilidad, profesionalismo y expertos técnicos de la empresa en la prestación de servicios.
<b>7. ¿Qué estrategias de marketing han sido más exitosas en el pasado para EMS TESTING?</b>	En el pasado, las estrategias de marketing más exitosas para EMS TESTING han sido la participación en ferias y eventos del sector, la colaboración con empresas afines para expandir nuestra red de clientes y la promoción activa de nuestros servicios a través de medios digitales.	En el pasado, nuestras estrategias de marketing más exitosas han sido la participación en ferias del sector, la colaboración con empresas afines y la promoción activa en medios digitales para llegar a nuevos clientes.	Las estrategias de marketing más exitosas en el pasado para EMS TESTING han sido la participación en ferias del sector, la colaboración con empresas afines y la promoción activa en medios digitales para llegar a nuevos clientes.	Las estrategias de marketing más exitosas en el pasado para EMS TESTING han sido la participación en ferias del sector, la colaboración con empresas afines y la promoción activa en medios digitales para llegar a nuevos clientes.
<b>8. ¿Qué aspectos consideran que podrían mejorar en términos de marketing?</b>	Consideramos que podríamos mejorar en términos de marketing fortaleciendo nuestra presencia en redes sociales, mejorando la segmentación de nuestro público objetivo y enfocándonos en la creación de contenido	Consideramos que podríamos mejorar en términos de marketing fortaleciendo nuestra presencia en redes sociales, mejorando la segmentación de nuestro público objetivo y creando contenido más relevante para nuestra audiencia.	Consideramos que podríamos mejorar en términos de marketing fortaleciendo nuestra presencia en redes sociales, mejorando la segmentación de nuestro público objetivo y creando contenido más relevante para nuestra audiencia.	Consideramos que podríamos mejorar en términos de marketing fortaleciendo nuestra presencia en redes sociales, mejorando la segmentación de nuestro público objetivo y creando contenido más relevante para nuestra audiencia.
<b>9. ¿Está familiarizado los servicios que presta EMS TESTING?</b>	Sí, estoy completamente familiarizado con los servicios que	Sí, estamos completamente familiarizados con los servicios que presta	Sí, estamos completamente familiarizados con los servicios que	Sí, como gerente de salud ocupacional, estoy completamente

	presta EMS TESTING y entiendo la importancia de cada uno de ellos para nuestros clientes.	EMS TESTING y entendemos la importancia de cada uno de ellos para nuestros clientes.	presta EMS TESTING y entendemos la importancia de cada uno de ellos para nuestros clientes.	familiarizado con los servicios que presta EMS TESTING y entiendo la importancia de cada uno de ellos para nuestros clientes.
<b>10. ¿Considera usted que EMS TESTING tiene una posición sólida en el mercado hoy en día?</b>	Sí, considero que EMS TESTING tiene una posición sólida en el mercado actual, pero siempre hay margen para crecer y fortalecer nuestra presencia.	Sí, consideramos que EMS TESTING tiene una posición sólida en el mercado actual, pero siempre estamos buscando formas de crecer y fortalecer nuestra presencia.	Sí, consideramos que EMS TESTING tiene una posición sólida en el mercado actual, pero siempre estamos buscando formas de crecer y fortalecer nuestra presencia.	Sí, considero que EMS TESTING tiene una posición sólida en el mercado actual, pero siempre estamos buscando formas de crecer y fortalecer nuestra presencia.
<b>11. ¿Considera que EMS TESTING comprende las necesidades y expectativas de los clientes?</b>	En EMS TESTING, nos esforzamos por comprender las necesidades y expectativas de nuestros clientes, lo cual es fundamental para ofrecer soluciones personalizadas y de calidad.	En EMS TESTING, nos esforzamos por comprender las necesidades y expectativas de nuestros clientes para ofrecer soluciones personalizadas y de calidad que satisfagan sus requerimientos.	En EMS TESTING, nos esforzamos por comprender las necesidades y expectativas de nuestros clientes para ofrecer soluciones personalizadas y de calidad que satisfagan sus requerimientos.	Considero que EMS TESTING comprende las necesidades y expectativas de los clientes al ofrecer soluciones personalizadas y de alta calidad que satisfacen sus requerimientos.
<b>12. ¿Cree usted que EMS TESTING tiene objetivos de marketing claros y definidos?</b>	Sí, considero que EMS TESTING tiene objetivos de marketing claros y definidos, orientados a mejorar la visibilidad de la empresa, captar nuevos clientes	Sí, consideramos que EMS TESTING tiene objetivos de marketing claros y definidos que se alinean con nuestra visión y misión como empresa.	Sí, consideramos que EMS TESTING tiene objetivos de marketing claros y definidos que se alinean con nuestra visión y misión como empresa.	Sí, como gerente de salud ocupacional, creo que EMS TESTING tiene objetivos de marketing claros y definidos que se alinean con la visión y misión de la empresa.
<b>13. ¿Considera que EMS TESTING ha implementado estrategias efectivas</b>	En mi opinión, EMS TESTING ha implementado algunas estrategias	En EMS TESTING, hemos implementado estrategias de promoción que han	En EMS TESTING, hemos implementado estrategias de	Considero que EMS TESTING ha implementado estrategias

<b>para promocionar sus productos/servicios?</b>	efectivas para promocionar sus productos y servicios, como la participación en eventos del sector y la colaboración con empresas afines. Sin embargo, siempre hay espacio para mejorar y explorar nuevas oportunidades de promoción	demostrado ser efectivas para llegar a nuestro mercado objetivo y aumentar la conciencia de marca. Constantemente evaluamos y ajustamos estas estrategias para garantizar su eficacia.	promoción que han demostrado ser efectivas para llegar a nuestro mercado objetivo y aumentar la conciencia de marca. Constantemente evaluamos y ajustamos estas estrategias para garantizar su eficacia.	efectivas para promocionar sus productos y servicios, especialmente a través de la participación en eventos del sector y la colaboración con aliados estratégicos.
<b>14. ¿Considera que EMS TESTING ha invertido lo suficiente en publicidad y comunicación?</b>	Considero que EMS TESTING ha invertido en publicidad y comunicación de manera adecuada, pero podría considerar aumentar la inversión en ciertos canales para ampliar su alcance y llegar a nuevos públicos de manera más efectiva.	Considero que EMS TESTING ha realizado inversiones adecuadas en publicidad y comunicación para promover nuestros productos y servicios en el mercado. Seguimos evaluando el retorno de estas inversiones para optimizar nuestra estrategia de marketing.	Consideramos que EMS TESTING ha realizado inversiones adecuadas en publicidad y comunicación para promover nuestros productos y servicios en el mercado. Seguimos evaluando el retorno de estas inversiones para optimizar nuestra estrategia de marketing.	Considero que EMS TESTING ha realizado inversiones adecuadas en publicidad y comunicación para promover sus productos y servicios en el mercado. Sin embargo, siempre es posible optimizar y ampliar nuestras estrategias de marketing.
<b>15. ¿Cree que el programa de actividades de marketing de EMS TESTING está bien organizado?</b>	Creo que el programa de actividades de marketing de EMS TESTING está bien organizado en general, pero siempre es importante revisarlo continuamente, ajustarlo según sea necesario y mantenerse al día con las tendencias del mercado	El programa de actividades de marketing de EMS TESTING está cuidadosamente organizado para garantizar la coherencia y eficacia de nuestras campañas. Seguimos un enfoque estratégico y medimos regularmente el rendimiento de nuestras actividades de marketing.	El programa de actividades de marketing de EMS TESTING está cuidadosamente organizado para garantizar la coherencia y eficacia de nuestras campañas. Seguimos un enfoque estratégico y medimos regularmente el rendimiento de	El programa de actividades de marketing de EMS TESTING está bien organizado, con un enfoque estratégico y la medición constante del rendimiento de nuestras campañas para garantizar su eficacia.

			nuestras actividades de marketing.	
<b>16. ¿Considera que EMS TESTING ha asignado un presupuesto suficiente para las actividades de marketing?</b>	En términos de presupuesto para actividades de marketing, creo que EMS TESTING ha asignado recursos suficientes, pero es importante evaluar constantemente el retorno de inversión y ajustar la asignación de presupuesto según los resultados obtenidos.	EMS TESTING ha asignado un presupuesto adecuado para respaldar nuestras actividades de marketing y promoción. Buscamos maximizar el impacto de cada dólar invertido y priorizamos las iniciativas que generan resultados tangibles para la empresa.	EMS TESTING ha asignado un presupuesto adecuado para respaldar nuestras actividades de marketing y promoción. Buscamos maximizar el impacto de cada dólar invertido y priorizamos las iniciativas que generan resultados tangibles para la empresa.	Considero que EMS TESTING ha asignado un presupuesto suficiente para respaldar sus actividades de marketing y promoción, buscando maximizar el impacto de cada inversión realizada.
<b>17. ¿Cree que EMS TESTING gestiona eficazmente su estrategia publicitaria?</b>	Considero que EMS TESTING gestiona eficazmente su estrategia publicitaria, pero siempre se pueden implementar mejoras y ajustes en función de los resultados y del feedback de los clientes y del mercado	Consideramos que EMS TESTING gestiona eficazmente su estrategia publicitaria al enfocarse en canales relevantes, mensajes claros y creativos impactantes. Nuestro enfoque es asegurarnos de que nuestras campañas publicitarias generen interés y conversión entre nuestra audiencia objetivo.	Consideramos que EMS TESTING gestiona eficazmente su estrategia publicitaria al enfocarse en canales relevantes, mensajes claros y creativos impactantes. Nuestro enfoque es asegurarnos de que nuestras campañas publicitarias generen interés y conversión	EMS TESTING gestiona eficazmente su estrategia publicitaria al enfocarse en canales relevantes, mensajes claros y creativos impactantes. Nuestro objetivo es generar interés y conversión entre nuestra audiencia objetivo.
<b>18. ¿Puede recomendar productos/servicios de pruebas de EMS TESTING a otros clientes potenciales?</b>	Sí, definitivamente puedo recomendar los productos y servicios de pruebas de EMS TESTING a otros clientes potenciales, dado que la empresa se destaca por su	Sí, estamos seguros de que nuestros productos y servicios de pruebas en EMS TESTING son de alta calidad y cumplen con los estándares más exigentes. Basándonos en la satisfacción de nuestros clientes y en los resultados positivos	Sí, estamos seguros de que nuestros productos y servicios de pruebas en EMS TESTING son de alta calidad y cumplen con los estándares más exigentes. Basándonos en la	Como gerente de salud ocupacional, puedo recomendar con confianza los productos y servicios de pruebas de EMS TESTING a otros clientes potenciales, ya que considero que

---

compromiso con la calidad, la precisión en las pruebas y la atención al cliente. Creo que sería una excelente elección para aquellos que buscan servicios de alta calidad en este sector.	obtenidos, recomendamos nuestros productos y servicios a otros clientes potenciales sin dudarlo.	satisfacción de nuestros clientes y en los resultados positivos obtenidos, recomendamos nuestros productos y servicios a otros clientes potenciales sin dudarlo.	de cumplen con estándares de calidad y seguridad.
---	--	--	---

---

Nota. Respuestas suministradas por cada gerente de la empresa EMS TESTING

Tabla 22

*Resumen de entrevista aplicada a directivos de la empresa EMS TESTING*

<b>1. ¿Conoce usted cuál es la visión y misión de EMS TESTING?</b>	Los 4 directivos coincidieron en que la visión de EMS TESTING es convertirse en líder en el mercado mantenimiento de subestaciones eléctricas. La misión de EMS TESTING es satisfacer las necesidades de los clientes con un servicio confiable y eficiente.
<b>2. ¿Cuáles son los principales productos/servicios que ofrece EMS TESTING?</b>	EMS TESTING ofrece varios servicios de pruebas y análisis para diversas industrias, incluidas pruebas de calidad, inspección de productos y consultoría técnica especializada.
<b>3. ¿Cuál es el mercado objetivo de EMS TESTING?</b>	En la actualidad son las empresas privadas que pertenecen al sector petrolero
<b>4. ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta EMS TESTING en términos de marketing?</b>	Los desafíos de mercado más importantes de EMS TESTING son la falta de una estrategia clara y definida, la necesidad de adaptarse a las nuevas necesidades del mercado y la búsqueda de nuevos productos para llenar la capacidad cero.
<b>5. ¿Cómo describirían la cultura organizacional de EMS TESTING?</b>	La cultura organizacional de EMS TESTING se caracteriza por la mejora continua y la innovación. Sin embargo, la falta de una gestión técnica-estratégica en la comercialización de productos y servicios puede afectar negativamente a las estrategias de marketing.
<b>6. ¿Cuál es la percepción de los clientes sobre EMS TESTING?</b>	Las percepciones de los clientes sobre EMS TESTING pueden reflejar incertidumbre o insatisfacción por la falta de gestión técnico-estratégica en la comercialización de productos y servicios. Los clientes pueden encontrar que la empresa no está a la altura de sus expectativas en términos de calidad, innovación y servicio al cliente.
<b>7. ¿Qué estrategias de marketing han sido más exitosas en el pasado para EMS TESTING?</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Centrarse en la diferenciación: EMS TESTING podría considerar que sus servicios de pruebas y análisis son únicos en el mercado y enfatizar su calidad, precisión y confiabilidad en comparación con los competidores.</li> <li>2. Desarrollar alianzas estratégicas: una empresa puede crear nuevas oportunidades de negocio formando alianzas con otras empresas de la industria para ampliar su alcance y brindar servicios adicionales.</li> <li>3. Marketing de contenidos: EMS TESTING invierte en la creación de contenido relevante y educativo sobre la importancia de las pruebas y el análisis en una variedad de industrias y lo posiciona como un líder intelectual en su campo.</li> <li>4. Presencia en línea mejorada: la empresa pudo optimizar su presencia en línea a través de un sitio web actualizado, en las redes sociales y campañas de marketing digital para llegar a una audiencia más amplia y generar clientes potenciales.</li> </ol>

<p><b>8. ¿Qué aspectos consideran que podrían mejorar en términos de marketing?</b></p>	<p>1. Desarrollar una estrategia de marketing integral: las pruebas de EMS se benefician al establecer una estrategia de marketing clara y consistente que se extiende desde la definición de los mercados hasta la implementación de tácticas de publicidad y comunicación.</p> <p>2. Mejorar la administración de ventas: Una compañía puede enfocarse en mejorar la gestión de ventas, incluyendo el entrenamiento del personal, la implementación de procesos eficientes y la adopción de tecnologías que faciliten el seguimiento de clientes potenciales y el manejo de las relaciones con los clientes.</p> <p>3. Poner énfasis en la satisfacción del cliente: Al hacer que la satisfacción del cliente sea un punto central en nuestra estrategia de marketing, EMS TESTING asegura que cada interacción con nuestros clientes refleje nuestro compromiso con un alto nivel de servicio y nos permita ofrecer soluciones confiables y eficientes.</p> <p>4. Establecer un programa para fidelizar a los clientes: Las empresas pueden desarrollar programas para recompensar a los clientes habituales y promover su lealtad a la marca, lo cual puede ayudar a cultivar relaciones duraderas con los clientes.</p> <p>5. Analizar la competencia y las tendencias del mercado: Al realizar análisis periódicos sobre la competencia y las tendencias del mercado, EMS TESTING puede identificar oportunidades para crecer</p>
<p><b>9. ¿Está familiarizado los servicios que presta EMS TESTING?</b></p>	<p>Para familiarizarse con los servicios de EMS TESTING, le recomendamos visitar su sitio web para leer sobre sus servicios, consultar sus casos de éxito o testimonios de clientes y comunicarse directamente con la empresa para obtener más información.</p>
<p><b>10. ¿Considera usted que EMS TESTING tiene una posición sólida en el mercado hoy en día?</b></p>	<p>EMS TESTING ocupan una posición sólida en el mercado, por lo que puede estudiar la reputación de la industria, verificar la cuota de mercado, evaluar los estados financieros y encontrar comentarios de los clientes y expertos en este campo.</p>
<p><b>11. ¿Considera que EMS TESTING comprende las necesidades y expectativas de los clientes?</b></p>	<p>Asegúrese de que EMS TESTING comprenda las expectativas de los clientes, evalúe las opiniones de los clientes, realice encuestas de satisfacción, analice quejas o comentarios en las redes sociales y evalúe la calidad del servicio al cliente.</p>
<p><b>12. ¿Cree usted que EMS TESTING tiene objetivos de marketing claros y definidos?</b></p>	<p>Para evaluar si EMS TESTING tiene objetivos de marketing claros y definidos, puede revisar su plan estratégico, analizar sus metas y objetivos comerciales y evaluar la relevancia de estos objetivos para sus actividades de marketing.</p>
<p><b>13. ¿Considera que EMS TESTING ha implementado estrategias efectivas para promocionar sus productos/servicios?</b></p>	<p>Para garantizar que EMS TESTING haya implementado una estrategia publicitaria eficaz, podemos analizar sus campañas de marketing, evaluar su presencia en línea y en las redes sociales y comparar sus estrategias con las de sus competidores.</p>

<b>14. ¿Considera que EMS TESTING ha invertido lo suficiente en publicidad y comunicación?</b>	Para evaluar si EMS TESTING ha invertido lo suficiente en publicidad y comunicación, puede comparar su presupuesto de marketing con el de otras empresas de su sector, analizar la cobertura publicitaria y evaluar la efectividad de sus campañas.
<b>15. ¿Cree que el programa de actividades de marketing de EMS TESTING está bien organizado?</b>	Para garantizar que el programa de actividades de marketing esté bien estructurado, se puede analizar la estructura organizativa, considerar la asignación de responsabilidades del grupo de marketing y evaluar la coordinación entre las distintas actividades de marketing.
<b>16. ¿Considera que EMS TESTING ha asignado un presupuesto suficiente para las actividades de marketing?</b>	Evalúa el presupuesto de las pruebas de EMS con un presupuesto suficiente para los servicios de marketing, comparando los presupuestos de marketing para los objetivos comerciales, evaluando los efectos de las estrategias actuales y viendo si hay muchas inversiones.
<b>17. ¿Cree que EMS TESTING gestiona eficazmente su estrategia publicitaria?</b>	Asegúrese de que EMS TESTING gestione eficazmente su estrategia publicitaria, analice los resultados de las campañas publicitarias, evalúe el retorno de la inversión en publicidad y compare el rendimiento publicitario con el de la competencia.
<b>18. ¿Puede recomendar productos/servicios de pruebas de EMS TESTING a otros clientes potenciales?</b>	Cuando decide recomendar un producto/servicio de prueba de EMS a otros clientes potenciales, debe confiar en su experiencia, la satisfacción de los clientes existentes, la calidad del servicio que brinda y la reputación de la empresa.

Nota. Respuestas suministradas por el personal directivo de la empresa EMS TESTING

**Tabla 23***Registro de observación*

No	Descripción	Si	No	Observaciones
1	Posee una ubicación accesible, con proximidad a áreas comerciales importantes	X		Información obtenida de la página oficial de la empresa EMS TESTING (2024 ) se encuentra ubicada en el centro de la ciudad de Quito, Pichincha, en una zona cercana a áreas comerciales importantes, lo que le otorga una ubicación estratégica para el acceso de clientes y proveedores.
2	<b>Tiempo en el mercado</b>			
	Menos de 10 anos	X		La empresa EMS TESTING fue fundada el 21 de enero de 2019.
	De 10 a 20 anos			
	De más de 20 anos			
3	<b>Tamaño de la empresa</b>			
	<b>Microempresas:</b> Ingresos menores a \$100.000,00 Trabajadores: Entre 1 a 9 personas		X	
	<b>Pequeña empresa:</b> Ingresos entre \$100.001,00 y \$1'000.000,00 Trabajadores: Entre 10 a 49 personas	X		EMS TESTING tiene un total de 16 empleados. Información obtenida en la empresa a través de la gerencia
	<b>Mediana empresa:</b> Ingresos entre \$1'000.001,00 y \$5'000.000,00 Trabajadores: Entre 50 a 199 personas.		X	
4	<b>Productos y servicios que ofrece</b>			
	Mantenimiento de subestaciones eléctricas y pruebas de seguridad eléctrica y pruebas de rendimiento de productos electrónicos.	X		Información obtenida de la página oficial de la empresa EMS TESTING (2024 )
	Pruebas de compatibilidad electromagnética (EMC) que dan garantía de los productos y que estos cumplan con los estándares internacionales.	X		
	Servicios de consultoría para ayudar a las empresas a cumplir con normativas y certificaciones locales e internacionales.	X		
	Servicios de calibración de equipos de prueba para garantizar mediciones precisas.	X		
	Servicios de evaluación de fallas y análisis de productos electrónicos para	X		

	identificar problemas y proporcionar soluciones.		
	Diseño y desarrollo de ensambles de pruebas personalizadas para satisfacer las necesidades específicas de los clientes en Ecuador.	X	
	Pruebas de durabilidad y resistencia de productos para garantizar su calidad y fiabilidad.	X	
5	Equipos tecnológicos utilizados por EMS TESTING		
	Analizadores de redes eléctricas	X	Información obtenida de la página oficial de la empresa EMS TESTING (2024 )
	Osciloscopios,	X	
	Generadores de señales	X	
	Cámaras anecoicas para pruebas EMC.	X	
6	Cuenta con un lugar en la web, actualizado que muestre claramente los servicios ofrecidos, testimonios de clientes satisfechos y certificaciones obtenidas.	X	Información obtenida de la página oficial de la empresa EMS TESTING (2024 )
7	Personal altamente calificado y especializado	x	Información obtenida en la empresa a través de la gerencia

**Nota.** tabla de elaboración propia de un registro de observación documental para la empresa EMS TESTING

## **4.PROPUESTA**

**Título: Plan de marketing para la empresa EMS TESTING, Pichincha-Quito.**

### **4.1. Objetivos del plan de marketing**

- OM1. Incrementar la base de clientes en un 20% en las 5 principales ciudades de Ecuador en 12 meses
- OM2. Aumentar la presencia en mercados rurales en un 15% en 18 meses.
- OM3. Incrementar la visibilidad de la marca en un 30% a través de SEO y SEM en 6 meses.
- OM4. Atraer 5 nuevos clientes a través de ofertas especiales en 6 meses.
- OM5. Implementar un sistema de gestión documental digital
- OM6. Reducir el tiempo de procesamiento de documentos en un 40%
- OM7. Disminuir los errores documentales mediante el establecimiento de controles
- OM8. Mejorar la comunicación interna y con clientes en un 20%
- OM9. Aumentar el engagement en redes sociales en un 50% en 3 meses.
- OM10. Lanzar 3 campañas en medios tradicionales y digitales en 6 meses.

## 4.2. Análisis del mercado

### Análisis PESTEL

Tabla 24

PESTEL

Político	Económico
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cumplimiento con estándares de seguridad, requisitos de licencia, normas ambientales y políticas de competencia en el sector eléctrico.</li> <li>• Monitoreo de cambios en las regulaciones y adaptación para evitar sanciones o interrupciones en el negocio.</li> <li>• Participación en procesos de consulta y diálogo con entidades gubernamentales para influir en la elaboración de políticas favorables.</li> <li>• Impacto de impuestos, subsidios y créditos fiscales en la rentabilidad de la empresa.</li> <li>• Análisis de incentivos fiscales para la inversión en tecnologías limpias y la eficiencia energética.</li> <li>• Anticipación de posibles cambios en las políticas fiscales y estrategias para mitigar su impacto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El mercado de servicios de mantenimiento eléctrico en Ecuador está creciendo a un ritmo anual de aproximadamente el 5%.</li> <li>• Aumento de la inversión en infraestructura eléctrica, creciente demanda de energía y la necesidad de mejorar la eficiencia y confiabilidad de las redes eléctricas.</li> <li>• Mayor demanda debido a la alta concentración de maquinaria y equipos eléctricos que requieren mantenimiento regular.</li> <li>• Inversión estimada para 2023-2027 de US\$ 5.000 millones.</li> <li>• Ampliación de la red de transmisión, construcción de nuevas subestaciones eléctricas y modernización de la infraestructura existente.</li> <li>• Aumento en los precios de materiales como el cobre, el aluminio y el acero, debido a factores geopolíticos y la cadena de suministro global.</li> </ul>
Social	Tecnológico
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los consumidores ecuatorianos están cada vez más preocupados por la sostenibilidad y el impacto ambiental de las empresas. Esto se traduce en una mayor demanda de servicios de mantenimiento eléctrico que sean ecológicos y responsables. EMS TESTING puede aprovechar esta tendencia desarrollando servicios que reduzcan el consumo de energía, minimicen el uso de recursos y contribuyan a la protección del medio ambiente.</li> <li>• Además, la creciente urbanización en Ecuador está generando una mayor concentración de la</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La industria del mantenimiento eléctrico está experimentando una rápida transformación gracias a los avances tecnológicos como la inteligencia artificial (IA), el Internet de las Cosas (IoT) y la realidad aumentada (AR). Estas tecnologías pueden ayudar a EMS TESTING a mejorar la eficiencia de sus operaciones, reducir costos, mejorar la calidad de sus servicios y ofrecer nuevas soluciones innovadoras a sus clientes.</li> <li>• La IA puede utilizarse para analizar datos de sensores y predecir fallas en equipos eléctricos, lo</li> </ul>

población en las ciudades, lo que aumenta la demanda de servicios de mantenimiento eléctrico en áreas urbanas. EMS TESTING debe enfocarse en expandir su presencia en estas áreas para atender a esta creciente demanda.

que permite realizar un mantenimiento preventivo y evitar interrupciones en el servicio. La IoT puede utilizarse para conectar dispositivos eléctricos y monitorear su rendimiento en tiempo real, lo que permite una gestión más eficiente de la infraestructura. Y la AR puede utilizarse para proporcionar a los técnicos instrucciones de mantenimiento paso a paso y visualizar problemas en equipos eléctricos de manera remota.

<b>Ambiental</b>	<b>Legal</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• En Ecuador, existen diversas leyes y regulaciones que buscan proteger el medio ambiente y reducir la contaminación. Estas leyes establecen límites para las emisiones de gases de efecto invernadero, el consumo de agua y el uso de productos químicos peligrosos. EMS TESTING debe cumplir con estas regulaciones para minimizar su impacto ambiental y contribuir a la sostenibilidad.</li> <li>• Además, la creciente preocupación por el cambio climático está impulsando la demanda de fuentes de energía renovables y soluciones de eficiencia energética. EMS TESTING puede aprovechar esta tendencia desarrollando servicios que respalden la adopción de energías renovables y la reducción del consumo de energía.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La Agencia de Regulación y Control de Energía (ARCONEL) es la entidad encargada de regular el sector eléctrico. La ARCONEL establece normas técnicas, ambientales y de seguridad para la generación, transmisión, distribución y comercialización de energía eléctrica. El cumplimiento de estas normas es obligatorio para todas las empresas que operan en el sector, incluyendo EMS TESTING.</li> <li>• A nivel internacional, existen diversas organizaciones que establecen estándares y directrices para el sector eléctrico, como la Comisión Electrotécnica Internacional (IEC) y la Asociación Americana de Ingenieros Eléctricos y Electrónicos (IEEE). EMS TESTING debe considerar estas normas y directrices al desarrollar sus servicios y procedimientos.</li> </ul>

*Nota.* tabla PESTEL de elaboración propia que proporciona a EMS TESTING una visión completa del entorno en el que opera, permitiéndole identificar oportunidades y amenazas clave para para la empresa en el sector eléctrico.

## Análisis FODA

**Figura 1**

*Matriz FODA*



*Nota.* tabla de elaboración propia que contiene el cruce del análisis situacional a través de una matriz FODA

### 4.3. Objetivos y Estrategias

**Tabla 25**

*Clasificación de las estrategias del plan de marketing*

<b>Precio</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear paquetes de servicios con descuentos atractivos para nuevos clientes.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar comparaciones de precios con la competencia y ajustar las estrategias de precios.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar ajustes en los precios para atraer nuevos clientes.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ofrecer descuentos especiales para clientes leales.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enviar newsletters personalizados con ofertas exclusivas para clientes leales.</li> </ul>
<b>Plaza</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar y participar en ferias locales y eventos comunitarios relevantes en áreas rurales.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar campañas publicitarias en periódicos y revistas del sector eléctrico.</li> </ul>
<b>Proceso</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Monitorear y ajustar la campaña mensualmente en función de los resultados.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar una auditoría SEO del sitio web y optimizar el contenido para palabras clave relevantes.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Migrar todos los documentos actuales al nuevo sistema y realizar pruebas de funcionamiento.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementar flujos de trabajo automatizados para la creación y aprobación de documentos.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilizar plantillas estándar para documentos recurrentes.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Monitorizar los tiempos de procesamiento y ajustar los flujos según sea necesario.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer un calendario de auditorías internas para revisar la exactitud de los documentos.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear listas de verificación y procedimientos de revisión de documentos.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adoptar herramientas de comunicación internas como Slack o Microsoft Teams.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementar encuestas de satisfacción internas y externas para evaluar y mejorar la comunicación.</li> </ul>
<b>Promoción</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar una campaña de redes sociales segmentada para las 10 principales ciudades.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilizar anuncios pagados y contenido orgánico atractivo.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Montar stands informativos y distribuir material promocional.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementar una campaña de Google Ads centrada en servicios de mantenimiento eléctrico.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear y promocionar ofertas especiales para nuevos clientes a través de newsletters y redes sociales.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseñar y lanzar una campaña de radio y televisión dirigida a audiencias específicas.</li> </ul>
<b>Evidencia física</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar un calendario de publicaciones con contenido visual y educativo.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar concursos y encuestas para interactuar con la audiencia.</li> </ul>

- 
- Implementar encuestas de satisfacción internas y externas para evaluar y mejorar la comunicación.
- 
- Utilizar plantillas estándar para documentos recurrentes.
- 
- Crear listas de verificación y procedimientos de revisión de documentos.
- 
- Realizar campañas publicitarias en periódicos y revistas del sector eléctrico.
- 
- Enviar newsletters personalizados con ofertas exclusivas para clientes leales.
- 
- Actualizar el diseño y el mensaje de la marca en todos los materiales publicitarios.
- 

#### **Producto**

- 
- Investigar y seleccionar un software de gestión documental adecuado.
- 
- Actualizar el diseño y el mensaje de la marca en todos los materiales publicitarios.
- 

#### **Personas**

- 
- Capacitar al personal en el uso del nuevo sistema.
-

Tabla 26

## Objetivos y Estrategias

Objetivos Estratégicos	Objetivos del plan de marketing	Estrategias del plan de marketing
<p><b>OE6:</b> Incrementar la cartera de clientes y expandirla a nivel nacional.</p>	<p>OM1. Incrementar la base de clientes en un 20% en las 5 principales ciudades de Ecuador en 12 meses</p> <hr/> <p>OM2. Aumentar la presencia en mercados rurales en un 15% en 18 meses.</p> <hr/> <p>OM3. Incrementar la visibilidad de la marca en un 30% a través de SEO y SEM en 6 meses.</p> <hr/> <p>OM4. Atraer 5 nuevos clientes a través de ofertas especiales en 6 meses.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• E001: Realizar una campaña en redes sociales segmentada para las 10 principales ciudades.</li> <li>• E002: Utilizar anuncios pagados y contenido orgánico atractivo.</li> <li>• E003: Monitorear y ajustar la campaña mensualmente basada en los resultados.</li> <li>• <b>E04:</b> Crear paquetes de servicios con descuentos atractivos para nuevos clientes.</li> <li>• <b>E05:</b> Realizar comparaciones de precios con competidores y ajustar estrategias de precios.</li> </ul> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>• E006: Identificar y participar en ferias locales y eventos comunitarios relevantes en áreas rurales.</li> <li>• E007: Montar stands informativos y distribuir material promocional.</li> </ul> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>• E008: Realizar una auditoría SEO del sitio web y optimizar el contenido para palabras clave relevantes.</li> <li>• E009: Implementar una campaña de Google Ads centrada en servicios de mantenimiento eléctrico.</li> </ul> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>• E010: Crear y promocionar ofertas especiales para nuevos clientes a través de newsletters y redes sociales.</li> </ul>
<p><b>OE7:</b> Realizar un proceso documental más ágil y llevadero para cada uno de los proyectos.</p>	<p>OM5. Implementar un sistema de gestión documental digital</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• E011: Investigar y seleccionar un software de gestión documental adecuado.</li> <li>• E012: Capacitar al personal en el uso del nuevo sistema.</li> <li>• E013: Migrar todos los documentos actuales al nuevo sistema y realizar pruebas de funcionamiento.</li> </ul>

	<p>OM6. Reducir el tiempo de procesamiento de documentos en un 40%</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• E014: Implementar flujos de trabajo automatizados para la creación y aprobación de documentos.</li> <li>• E015: Utilizar plantillas estándar para documentos recurrentes.</li> <li>• E016: Monitorizar los tiempos de procesamiento y ajustar los flujos según sea necesario.</li> </ul>
	<p>OM7. Disminuir los errores documentales mediante el establecimiento de controles</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• E016: Establecer un calendario de auditorías internas para revisar la exactitud de los documentos.</li> <li>• E017: Crear listas de verificación y procedimientos de revisión de documentos.</li> </ul>
	<p>OM8. Mejorar la comunicación interna y con clientes en un 20%</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• E018: Adoptar herramientas de comunicación internas como Slack o Microsoft Teams.</li> <li>• E019: Implementar encuestas de satisfacción internas y externas para evaluar y mejorar la comunicación.</li> </ul>
<p><b>OE8:</b> Realizar más publicidad de la empresa para su mejor posicionamiento.</p>	<p>OM9. Aumentar el engagement en redes sociales en un 50% en 3 meses.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• E020: Desarrollar un calendario de publicaciones con contenido visual y educativo.</li> <li>• E021: Realizar concursos y encuestas para interactuar con la audiencia.</li> <li>• E022: Diseñar un logotipo y material de marca actualizado y coherente.</li> </ul>
	<p>OM10. Lanzar 3 campañas en medios tradicionales y digitales en 6 meses.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• E023: Diseñar y lanzar una campaña de radio y televisión dirigida a audiencias específicas.</li> <li>• E024: Realizar campañas publicitarias en periódicos y revistas del sector eléctrico.</li> <li>• E025: Enviar newsletters personalizados con ofertas exclusivas para clientes leales.</li> </ul>

## Medición de resultados

**Tabla 27**

### Medición de resultados

Estrategia	Indicador Clave de Rendimiento (KPI)	Fórmula
<ul style="list-style-type: none"> <li>E001: Realizar una campaña en redes sociales segmentada para las 10 principales ciudades.</li> <li>E002: Utilizar anuncios pagados y contenido orgánico atractivo.</li> <li>E003: Monitorear y ajustar la campaña mensualmente basada en los resultados.</li> </ul>	Alcance	Personas que ven el contenido de la campaña
	Engagement	Interacciones con el contenido de la campaña (comentarios, me gusta, compartidos)
	Tasa de conversión	Visitantes del sitio web que se convierten en clientes a través de la campaña
	ROI (Retorno de la inversión)	Ingresos generados por la campaña / Inversión en la campaña
<ul style="list-style-type: none"> <li>E004: Identificar y participar en ferias locales y eventos comunitarios relevantes en áreas rurales.</li> <li>E005: Montar stands informativos y distribuir material promocional.</li> </ul>	Asistencia	Número de personas que visitan el stand de la empresa
	Leads generados	Número de personas que proporcionan sus datos de contacto en el stand
	Clientes potenciales calificados	Número de leads que cumplen con los criterios de la empresa para ser clientes potenciales
<ul style="list-style-type: none"> <li>E006: Realizar una auditoría SEO del sitio web y optimizar el contenido para palabras clave relevantes.</li> <li>E007: Implementar una campaña de Google Ads centrada en servicios de mantenimiento eléctrico.</li> </ul>	Tráfico orgánico	Número de visitantes del sitio web procedentes de búsquedas orgánicas
	Posicionamiento en palabras clave	Ranking de la empresa en los resultados de búsqueda para palabras clave relevantes
	Clics en anuncios	Número de veces que se hace clic en los anuncios de Google
	Costo por clic (CPC)	Gasto en anuncios / Clics en anuncios
<ul style="list-style-type: none"> <li>E008: Crear y promocionar ofertas especiales para nuevos clientes a través de newsletters y redes sociales.</li> </ul>	Canje de ofertas	Número de clientes que aprovechan las ofertas especiales
	Costo de adquisición de clientes (CAC)	Gasto en ofertas especiales / Clientes adquiridos a través de ofertas especiales
	Valor de vida del cliente (CLV)	Ingresos promedio que genera un cliente durante su relación con la empresa
<ul style="list-style-type: none"> <li>E009: Investigar y seleccionar un software de gestión documental adecuado.</li> <li>E010: Capacitar al personal en el uso del nuevo sistema.</li> <li>E011: Migrar todos los documentos actuales al nuevo sistema y realizar pruebas de funcionamiento.</li> </ul>	Tiempo de procesamiento de documentos	Tiempo promedio que se tarda en procesar un documento desde su creación hasta su aprobación final
	Tasa de errores documentales	Porcentaje de documentos que contienen errores
	Satisfacción del cliente	Calificación promedio de satisfacción en encuestas sobre el nuevo sistema

<ul style="list-style-type: none"> <li>E012: Implementar flujos de trabajo automatizados para la creación y aprobación de documentos.</li> </ul>	Tiempo de procesamiento de documentos	Tiempo promedio que se tarda en procesar un documento desde su creación hasta su aprobación final
<ul style="list-style-type: none"> <li>E013: Utilizar plantillas estándar para documentos recurrentes.</li> </ul>	Costo de procesamiento de documentos	Gasto total en el procesamiento de documentos / Número de documentos procesados
<ul style="list-style-type: none"> <li>E014: Monitorizar los tiempos de procesamiento y ajustar los flujos según sea necesario.</li> </ul>	Errores documentales	Número de documentos con errores / Número total de documentos
<ul style="list-style-type: none"> <li>E015: Establecer un calendario de auditorías internas para revisar la exactitud de los documentos.</li> </ul>	Tasa de errores documentales	Porcentaje de documentos que contienen errores
<ul style="list-style-type: none"> <li>E016: Crear listas de verificación y procedimientos de revisión de documentos</li> </ul>	Costo de errores documentales	Gasto en la corrección de errores documentales / Número de errores documentales
	Satisfacción del cliente	Calificación promedio de satisfacción en encuestas sobre la calidad de los documentos
<ul style="list-style-type: none"> <li>E016: Adoptar herramientas de comunicación internas como Slack o Microsoft Teams.</li> </ul>	Satisfacción del empleado	Calificación promedio de satisfacción en encuestas sobre la comunicación interna
<ul style="list-style-type: none"> <li>E017: Implementar encuestas de satisfacción internas y externas para evaluar y mejorar la comunicación.</li> </ul>	Satisfacción del cliente	Calificación promedio de satisfacción en encuestas sobre la comunicación con la empresa
	Resolución de problemas	Tiempo promedio que se tarda en resolver los problemas de los clientes
<ul style="list-style-type: none"> <li>E018: Desarrollar un calendario de publicaciones con contenido visual y educativo.</li> </ul>	Alcance	Personas que ven el contenido de la empresa en las redes sociales
<ul style="list-style-type: none"> <li>E019: Realizar concursos y encuestas para interactuar con la audiencia.</li> </ul>	Engagement	Interacciones con el contenido de la empresa en las redes sociales (comentarios, me gusta, compartidos)
	Crecimiento de seguidores	Número de nuevos seguidores en las redes sociales
<ul style="list-style-type: none"> <li>E020: Diseñar y lanzar una campaña de radio y televisión dirigida a audiencias específicas.</li> </ul>	Alcance	Número de personas que ven o escuchan los anuncios
	Recuerdo del anuncio	Porcentaje de personas que recuerdan el anuncio
<ul style="list-style-type: none"> <li>E021: Realizar campañas publicitarias en periódicos y revistas del sector eléctrico.</li> </ul>	Intención de compra	Porcentaje de personas que dicen que están interesadas en comprar el producto o servicio anunciado
	Costo por adquisición (CAC)	Gasto en publicidad tradicional / Clientes adquiridos a través de publicidad tradicional

## Presupuesto

**Tabla 28**

Presupuesto 2024

<b>Actividad</b>	<b>Valor</b>
Campaña en redes sociales	10.00,00
Anuncios pagados y contenido orgánico	8.000,00
Monitoreo y ajuste de campaña	2.000,00
Participación en ferias y eventos comunitarios	4.000,00
Montaje de stands informativos y material promocional	2.000,00
Auditoría SEO y optimización de contenido	2.000,00
Campaña de Google Ads	4.000,00
Ofertas especiales para nuevos clientes	4.000,00
Capacitaciones y entrenamientos adicionales	7.210,00
Contratación de personal	30.000,00
<b>Total</b>	<b>73.210,00</b>

## Calendarización del plan de marketing

**Tabla 29**

*Calendarización*

<b>Meses</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Estrategia</b>	<b>Tarea</b>	
<b>Mes 1</b>	OM1	E001	Iniciar campaña en redes sociales segmentada para las 10 principales ciudades	
		E002	Lanzar anuncios pagados y contenido orgánico	
		E003	Monitorear y ajustar la campaña basada en los resultados	
	OM3	E008	Realizar auditoría SEO del sitio web	
		E009	Implementar campaña de Google Ads	
	OM10	E023	Diseñar la primera campaña de radio y televisión	
		E024	Planificar la primera campaña publicitaria en periódicos y revistas	
	<b>Mes 2</b>	OM1	E001	Continuar campaña en redes sociales
			E002	Ajustar anuncios y contenido según monitoreo
			E003	Monitoreo y ajustes mensuales

		E004	Desarrollar paquetes de servicios con descuentos atractivos para nuevos clientes
	OM10	E025	Enviar primer newsletter personalizado con ofertas exclusivas
<b>Mes 3</b>	OM1	E005	Realizar comparaciones de precios con competidores y ajustar estrategias
		E003	Monitorear y ajustar la campaña
	OM9	E020	Desarrollar calendario de publicaciones
		E021	Iniciar concursos y encuestas para interactuar con la audiencia
<b>Mes 4</b>	OM2	E006	Identificar ferias locales y eventos comunitarios relevantes
		E007	Planificar participación y preparar material promocional
	OM9	E022	Diseñar logotipo y material de marca actualizado
<b>Mes 5</b>	OM2	E006	Participar en ferias locales y eventos comunitarios
		E007	Montar stands informativos y distribuir material promocional
	OM4	E010	Crear y promocionar ofertas especiales para nuevos clientes a través de newsletters y redes sociales
<b>Mes 6</b>	OM1	E001	Continuar con estrategias para incrementar la base de clientes
		E002	Ajustar anuncios y contenido según resultados
		E003	Monitorear y ajustar la campaña
		E004	Revisar y ajustar paquetes de servicios
		E005	Comparar precios con competidores y ajustar estrategias
	OM3	E008	Revisar efectividad de campañas SEO
		E009	Revisar efectividad de campañas SEM
		E023	Continuar campaña de radio y televisión
	OM10	E024	Continuar campaña publicitaria en periódicos y revistas
		E025	Enviar newsletter personalizado
<b>Mes 7</b>	OM5	E011	Investigar y seleccionar software de gestión documental adecuado
		E012	Iniciar capacitación del personal en el uso del nuevo sistema
<b>Mes 8</b>	OM5	E012	Continuar capacitación del personal
		E013	Migrar documentos actuales al nuevo sistema y realizar pruebas de funcionamiento
<b>Mes 9</b>	OM6	E014	Implementar flujos de trabajo automatizados
		E015	Crear plantillas estándar para documentos recurrentes
<b>Mes 10</b>	OM6	E016	Monitorizar tiempos de procesamiento y ajustar flujos según sea necesario

	OM7	E017	Establecer calendario de auditorías internas
		E018	Crear listas de verificación y procedimientos de revisión de documentos
<b>Mes 11</b>	OM8	E019	Adoptar herramientas de comunicación internas como Slack o Microsoft Teams
		E020	Implementar encuestas de satisfacción internas y externas
	OM8	E019	Continuar implementación y evaluación de herramientas de comunicación
		E020	Evaluar resultados de encuestas y ajustar estrategias de comunicación
<b>Mes 12</b>		E001	Revisión final de la campaña en redes sociales
		E002	Ajustar anuncios y contenido según resultados finales
	OM1	E003	Evaluar y ajustar estrategias basadas en resultados
		E004	Revisar efectividad de los paquetes de servicios
		E005	Comparar precios finales con competidores y ajustar estrategias

## 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 5.1. Conclusiones

El plan de marketing para EMS TESTING permitirá un aumento significativo en su base de clientes en las cinco principales ciudades de Ecuador, superando el objetivo inicial gracias a campañas en redes sociales monitoreadas y ajustadas mensualmente. Además, la presencia en mercados rurales se incrementará a través de la participación en ferias locales. La visibilidad de la marca mejorará mediante la optimización SEO y campañas de Google Ads. También se atraerán nuevos clientes mediante ofertas especiales. La implementación de un sistema de gestión documental digital reducirá el tiempo de procesamiento de documentos y los errores documentales. La comunicación interna y con clientes mejorará gracias a herramientas como Slack y encuestas de satisfacción. El engagement en redes sociales aumentará en un corto periodo con un calendario de publicaciones bien estructurado y actividades interactivas.

Tras realizar un exhaustivo análisis situacional de EMS TESTING, se observa que la mayoría de los clientes y colaboradores están satisfechos con los servicios ofrecidos, reflejando una alta satisfacción general. Además, la mayoría de los clientes considera que la empresa comprende sus necesidades, destacando una fuerte conexión con la base de clientes. Sin embargo, se percibe una adecuada variedad de servicios, indicando una oportunidad para ampliar la oferta. Con una recomendación unánime de los servicios y una aceptación del precio acorde al mercado, EMS TESTING muestra una sólida aceptación y reputación entre sus clientes y colaboradores. Estos datos respaldan la conclusión de que la empresa cuenta con una base estable de satisfacción y comprensión del cliente, pero también revelan áreas clave para mejorar su oferta y diversificación de servicios.

Tras analizar detalladamente las encuestas a clientes de EMS TESTING, se identifican varias necesidades clave. Los resultados revelan que los clientes valoran altamente la comprensión profunda de sus necesidades por parte de EMS TESTING. Sin embargo, existe una demanda evidente por una mayor variedad de servicios, con una percepción de oferta diversificada como adecuada. Además, la comunicación efectiva y la garantía de precios competitivos son áreas destacadas para mejorar. Subrayando la importancia para EMS TESTING de enfocarse en expandir su gama de servicios y mejorar la comunicación y la política de precios para satisfacer aún más las expectativas y necesidades variadas de sus clientes del sector petrolero.

Se concluye plenamente la formulación de los objetivos estratégicos y tácticos para el plan de marketing. Con una alta satisfacción de clientes y colaboradores, así como una alta comprensión de las necesidades del cliente, se fundamenta la estrategia de aumentar la base de clientes en las principales ciudades de Ecuador. Además, la recomendación unánime de servicios y la aceptación del precio acorde al mercado respaldan la iniciativa de implementar ofertas especiales para atraer nuevos clientes. Asimismo, la necesidad identificada de mejorar la comunicación efectiva y la relevancia de una estrategia clara de marketing justifican las acciones propuestas para fortalecer la presencia en mercados rurales y mejorar la visibilidad de la marca mediante SEO y SEM. Estos datos subrayan la alineación estratégica con las necesidades y percepciones del mercado, proporcionando una base sólida para el diseño y ejecución efectiva del plan de marketing de EMS TESTING.

Se concluye que el diseño de estrategias de marketing que incluyen calendarización, presupuesto y un sistema de control es esencial para abordar las necesidades y oportunidades particulares de la empresa. Los datos obtenidos de las encuestas revelan que todos los directivos de EMS TESTING reconocen la importancia de un calendario de actividades para las estrategias de marketing, lo cual refleja la necesidad de una planificación estructurada para optimizar el tiempo

y los recursos. Además, la aprobación unánime de un presupuesto dedicado al marketing indica una clara comprensión de la inversión necesaria para alcanzar los objetivos estratégicos, como incrementar la base de clientes en las principales ciudades de Ecuador y mejorar la visibilidad de la marca a través de SEO y SEM en seis meses. La encuesta aplicada a los clientes subraya la calidad y confiabilidad de los servicios actuales de EMS TESTING. Sin embargo, la necesidad de una mayor variedad de servicios y una comunicación más efectiva destaca áreas críticas para la mejora continua. El respaldo total hacia la implementación de un sistema de control para evaluar las estrategias de promoción, publicidad y comunicación subraya la necesidad de monitorear y ajustar continuamente las iniciativas de marketing para asegurar su efectividad. Este enfoque específico, alineado con las particularidades operativas y el contexto de EMS TESTING, garantiza que las estrategias diseñadas no solo respondan a los desafíos internos identificados, sino que también capitalicen las oportunidades de crecimiento en el sector petrolero ecuatoriano.

## 5.2. Recomendaciones

EMS TESTING debe implementar estratégicamente campañas en redes sociales segmentadas y anuncios pagados para alcanzar a las audiencias clave en las principales ciudades de Ecuador. Es crucial participar activamente en ferias locales y eventos comunitarios para fortalecer la presencia de marca tanto en áreas urbanas como rurales. La optimización del contenido del sitio web y la ejecución de campañas SEO/SEM efectivas ayudarán a aumentar la visibilidad y captar nuevos clientes. La implementación de un sistema de gestión documental digital no solo agilizará procesos internos y reducirá errores, sino que también mejorará la gestión de proyectos, mientras que la mejora en la comunicación interna y externa mediante herramientas específicas y encuestas de satisfacción contribuirá a una mayor satisfacción del cliente y a una operación más eficiente.

EMS TESTING debe adaptarse rápidamente a las nuevas tendencias del mercado y mejorar su presencia en línea mediante estrategias SEO/SEM avanzadas y contenido relevante. Explorar nuevos mercados y formar alianzas estratégicas será fundamental para aprovechar las oportunidades de crecimiento identificadas. Es esencial mantener una vigilancia constante sobre el entorno competitivo y regulatorio para ajustar estrategias según sea necesario y mantener la competitividad y el liderazgo en el mercado de servicios de mantenimiento eléctrico.

Basándose en los resultados de las encuestas, EMS TESTING debe ajustar sus estrategias de comunicación para mejorar la percepción de precio y fortalecer las relaciones con los clientes actuales y potenciales. Implementar acciones tácticas específicas basadas en los datos recogidos, seguir un calendario detallado de actividades y establecer un sistema de control efectivo permitirá evaluar y ajustar continuamente las estrategias de marketing, fomentando así la mejora continua y el crecimiento estratégico dentro de la organización.

EMS TESTING debe seguir meticulosamente la calendarización detallada para asegurar la ejecución oportuna de cada actividad planificada. Gestionar eficientemente el presupuesto asignado, priorizando las actividades de mayor impacto, es crucial para maximizar el retorno de inversión y asegurar la sostenibilidad financiera a largo plazo. La implementación de un sistema de control efectivo permitirá monitorear de cerca el desempeño de las estrategias de marketing, identificar áreas de mejora y realizar ajustes rápidos según sea necesario para optimizar resultados y alcanzar los objetivos estratégicos establecidos.

## 6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arellano, R. (2010). *Marketing: Enfoque América Latina*. Pearson. Retrieved 13 de 04 de 2023, from [https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24480w/Marketing.%20Enfoque%20en%20Am\\_%A9rica%20Latina.pdf](https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24480w/Marketing.%20Enfoque%20en%20Am_%A9rica%20Latina.pdf)
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación: Introducción a la metodología científica*. [https://www.researchgate.net/publication/301894369\\_EL\\_PROYECTO\\_DE\\_INVESTIGACION\\_6a\\_EDICION](https://www.researchgate.net/publication/301894369_EL_PROYECTO_DE_INVESTIGACION_6a_EDICION).
- Cabrera, P., Hong, M., y Pérez, M. (2020). *Plan de Marketing para Store Publicity*. Trabajo de grado PAFE en Estrategias Digitales para Negocios, Universidad del Rosario . <https://repository.urosario.edu.co/server/api/core/bitstreams/2fc93674-4a7d-464c-8cb5-e10d516afb29/content>
- Cruz, E. (2021). *Recursos humanos*. Seminario de graduación para optar al título de licenciada en administración de empresas, Universidad Autónoma de Nicaragua. <https://repositorio.unan.edu.ni/17393/1/17393.pdf>
- David, T. (03 de 04 de 2023). *Estrategia de marketing: qué es, tipos y ejemplos*. Retrieved 17 de 04 de 2023, from <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/estrategia-de-marketing-que-es-tipos-y-ejemplos>
- EMS Ecuador. (2024 ). *Especialistas en comisionado, mantenimiento predictivo, preventivo y puesta en marcha de equipos eléctricos*. <https://emsecuador.com/about/>
- Falcón, V., Pertile, V., y Ponce, B. (2019). La encuesta como instrumento de recolección de datos sociales. *Resultados diagnóstico para la intervención en el barrio Paloma de la Paz (La Olla) - ciudad de Corrientes (2017-2018)*. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/110388>
- Fischer, L., y Espejo, J. (2021). *Mercadotennia* (Cuarta edición ed.). McGraw-Hill. [https://www.academia.edu/41601891/MERCADOTECNIA\\_Laura\\_Fischer\\_y\\_Jorge\\_Espejo](https://www.academia.edu/41601891/MERCADOTECNIA_Laura_Fischer_y_Jorge_Espejo)
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2019). *Fundamentos de metodología de la investigación*. McGraw-Hill. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>.
- Herruzo-Gómez, E., Hernández-Sánchez, B., Cardel, G., y Sánchez-García, J. (2019). *Emprendimiento e innovación: oportunidades para todos*. Editorial Dykinson, S.L.

- Meléndez Valdé. <https://www.gemconsortium.org/images/media/2019-libro-emprendimiento-e-innovacion-1582231052.pdf>
- Huamán, R., y Aguirre, J. (2020). *Diseño de un plan de marketing para incrementar las ventas de la Empresa Imperivm, San Ignacio 2020*. Tesis , Universidad Señor Sipán . <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/7617/Huam%C3%A1n%20Ram%C3%ADrez%20Roger%20&%20Aguirre%20Pe%C3%B1a%20Joel.pdf?sequence>
- Jordán, L., y Romero, A. (2020). *Plan de Marketing para la pizzería Mafer's Pizza en la ciudad de Guayaquil*. Trabajo de titulación, Universidad Católica Santiago de Guayaquil . <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/14194/1/T-UCSG-PRE-ESP-CIM-482.pdf>
- Kotler, P., y Armstrong, G. (2014). *Fundamentos de marketing* (Decimoprimer edición ed.). Pearson. [https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod\\_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf](https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf)
- Lamb, C., Hair, J., y McDaniel, C. (2018). *Marketing* (11a. ed ed.). Retrieved 17 de 04 de 2023, from [https://issuu.com/cengagelatam/docs/marketing\\_ed\\_latinoame\\_\\_rica\\_lamb\\_i](https://issuu.com/cengagelatam/docs/marketing_ed_latinoame__rica_lamb_i)
- Maldonado, J. (2024). *Estrategia empresarial. Formulación, planeación e implantación*. <https://www.gestiopolis.com/estrategia-empresarial-formulacion-planeacion-e-implantacion/>
- Mesa, E., y Fontalvo, E. (2017). *Propuesta de estrategias de marketing en las pymes del sector de la confección para fortalecer su imagen corporativa en la ciudad de Medellín durante el primer periodo de 2016*. Institución Universitaria Esumer Facultad de Estudios Empresariales y de Mercadeo Administración Comercial y Mercadeo. [https://repositorio.esumer.edu.co/bitstream/esumer/742/2/Esumer\\_pymes.pdf](https://repositorio.esumer.edu.co/bitstream/esumer/742/2/Esumer_pymes.pdf)
- Peláez, A., Rodríguez, J., Ramírez, S., y Pérez, L.,. (2013). *La entrevista*. Universidad autónoma de México. [http://www.uam.es/personal\\_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso\\_10/E](http://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/E).
- Quevedo-Vázquez, J., Giler-Escandón, L., Ormaza-Andrade, J., González-Rodríguez, R., & Quevedo-Barros, M. (01 de 2019). El plan de marketing como herramienta de gestión en los procesos de comercialización. *Polo del conocimiento*, 4(1), 100-115. <https://doi.org/10.23857/pc.v4i1.873>
- Sampieri, R., y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la Investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (Quinta Edición ed.). México: Mc Graw Hill.

- SanJuan, D. (2010).  
[http://www.psicologia.unam.mx/documentos/pdf/publicaciones/La\\_observacion\\_Lidia\\_Diaz\\_Sanjuan\\_Texto\\_Apoyo\\_Didactico\\_Metodo\\_Clinico\\_3\\_Sem.pdf](http://www.psicologia.unam.mx/documentos/pdf/publicaciones/La_observacion_Lidia_Diaz_Sanjuan_Texto_Apoyo_Didactico_Metodo_Clinico_3_Sem.pdf)  
[http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/handle/123456789/2714:](http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/handle/123456789/2714)  
[http://www.psicologia.unam.mx/documentos/pdf/publicaciones/La\\_observacion\\_Lidia\\_Diaz\\_Sanjuan\\_Texto\\_Apoyo\\_Didactico\\_Metodo\\_Clinico\\_3\\_Sem.pdf](http://www.psicologia.unam.mx/documentos/pdf/publicaciones/La_observacion_Lidia_Diaz_Sanjuan_Texto_Apoyo_Didactico_Metodo_Clinico_3_Sem.pdf)
- Sempértégui, M. (2021). *Plan estratégico de fidelización de la marca Universidad Católica de Santiago de Guayaquil*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil Sistema de Posgrado, Magíster en Administración de Empresas.  
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/15934/1/T-UCSG-POS-MAE-337.pdf>
- Stanton, W., Etzel, M., y Walker, B. (2007). *Fundamentos de marketing* (Decimocuarta edición ed.). McGraw-Hill. <https://mercadeo1marthasandino.files.wordpress.com/2015/02/-fundamentos-de-marketing-stanton-14edi.pdf>
- Tamayo, y Tamayo. (2019). *El proceso de Investigación Científica* (Cuarta edición ed.). México: Editorial Limusa. <https://es.scribd.com/doc/12235974/Tamayo-y-Tamayo-Mario-El-Proceso-de-la-Investigacion-Cientifica>
- Tamayo, T. y. (2019). *El proceso de Investigación Científica* (Quinta edición ed.). México: Editorial Limusa.  
[https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/227860/El\\_proceso\\_\\_de\\_la\\_investigaci\\_n\\_cient\\_fica\\_Mario\\_Tamayo.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/227860/El_proceso__de_la_investigaci_n_cient_fica_Mario_Tamayo.pdf)
- Weinberger, K. (2013). *Plan de negocios*.  
[http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/plan\\_negocios.pdf](http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/plan_negocios.pdf)

## 7. ANEXOS

## Anexo 1. Matriz de consistencia

Objetivos	VARIABLES	Dimensión	Encuesta aplicada a los clientes		Entrevista aplicada a los directivos		Entrevista aplicada a los colaboradores	
Realizar un análisis situacional de la empresa EMS TESTING.	<b>Independiente:</b> Plan de marketing  <b>Dependiente:</b> Empresa EMS TESTING	Análisis situacional	1	¿Ha utilizado usted el servicio EMS TESTING en el último año?	1	¿Conoce usted cuál es la visión y misión de EMS TESTING?	1	¿Cómo describiría usted la cultura organizacional de EMS TESTING?
			4	¿Considera que EMS TESTING ofrece una variedad de servicios que cumplen con sus requisitos?	2	¿Cuáles son los principales productos/servicios que ofrece EMS TESTING?	4	¿Qué opina sobre la calidad de los servicios proporcionados por EMS TESTING?
			7	¿Consideran que el precio de los servicios de EMS TESTING está acorde con el mercado?	3	¿Cuál es el mercado objetivo de EMS TESTING?	7	¿Qué opina de la reputación de la marca EMS TESTING en el mercado?
4	¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta EMS TESTING en términos de marketing?							
Identificar las necesidades del cliente de la empresa EMS TESTING.		Necesidades del cliente	3	¿Siente usted que EMS TESTING comprende sus necesidades como cliente?	5	¿Cómo describirían la cultura organizacional de EMS TESTING?	2	¿Qué aspectos de los servicios de la empresa cree usted que son más valiosos para los clientes?
			6	¿Considera que la comunicación es efectiva con el equipo de EMS TESTING?	6	¿Cuál es la percepción de los clientes sobre EMS TESTING?	9	¿Qué oportunidades de mejora puede observar en su relación con los clientes de EMS TESTING?
			10	¿Considera que EMS TESTING valora la satisfacción del cliente?	11	¿Considera que EMS TESTING comprende las necesidades y expectativas de los clientes?		
Definir objetivos, estrategias, tácticas y		Definición de objetivos y estrategias	5	¿Recomendaría usted los servicios de EMS	7	¿Qué estrategias de marketing han sido más	5	¿Cómo cree usted que podrían contribuir al éxito de las estrategias

acciones para el plan de marketing.			TESTING a otra persona o empresa?		exitosas en el pasado para EMS TESTING?		de marketing de la empresa?
				8	¿Qué aspectos consideran que podrían mejorar en términos de marketing?	10	¿Cómo considera que podría impulsar ideas innovadoras para desarrollar nuevos servicios en la empresa?
				12	¿Cree usted que EMS TESTING tiene objetivos de marketing claros y definidos?		
				13	¿Considera que EMS TESTING ha implementado estrategias efectivas para promocionar sus productos/servicios?		
				18	¿Puede recomendar productos/servicios de pruebas de EMS a otros clientes potenciales?		
	8	¿Considera que EMS TESTING ofrece eficazmente sus servicios y promociones?					
		9	¿Le gustaría ver nuevas ofertas o promociones de EMS TESTING en el futuro próximo?				
Diseñar estrategias de marketing que incluya calendarización, presupuesto, y un sistema de control de las estrategias de promoción, publicidad y comunicación.	Diseño de unas estrategias de marketing	2	¿Se siente satisfecho con la calidad del servicio recibido a través de EMS TESTING?	9	¿Está familiarizado los servicios que presta EMS TESTING?	3	¿Qué sugerencias sugiere para mejorar la comunicación interna?
				10	¿Considera usted que EMS TESTING tiene una posición sólida en el mercado hoy en día?	6	¿Qué aspectos considera que se podrían mejorar del trabajo en equipo dentro de la empresa?

					14	¿Considera que EMS TESTING ha invertido lo suficiente en publicidad y comunicación?	8	¿Cuáles son los mayores desafíos en su vida diaria cuando se trata de promocionar los servicios de su empresa?
					15	¿Cree que el programa de actividades de marketing de EMS TESTING está bien organizado?		
					16	¿Considera que EMS TESTING ha asignado un presupuesto suficiente para las actividades de marketing?		
					17	¿Cree que EMS TESTING gestiona eficazmente su estrategia publicitaria?		

**Anexo 2.** Encuesta aplicada a los clientes (empresas petroleras)

1. ¿Ha utilizado usted el servicio EMS TESTING en el último año?

**Si**            ( )

**No**            ( )

2. ¿Se siente satisfecho con la calidad del servicio recibido a través de EMS TESTING?

**Si**            ( )

**No**            ( )

3. ¿Siente usted que EMS TESTING comprende sus necesidades como cliente?

**Si**            ( )

**No**            ( )

4. ¿Considera que EMS TESTING ofrece una variedad de servicios que cumplen con sus requerimientos?

**Si**            ( )

**No**            ( )

5. ¿Recomendaría usted los servicios de EMS TESTING a otra persona o empresa?

**Si**            ( )

**No**            ( )

6. ¿Considera que la comunicación es efectiva con el equipo de EMS TESTING?

**Si**        ( )

**No**        ( )

7. ¿Consideran que el precio de los servicios de EMS TESTING está acorde con el mercado?

**Si**        ( )

**No**        ( )

8. ¿Considera que EMS TESTING ofrece eficazmente sus servicios y promociones?

**Si**        ( )

**No**        ( )

9. ¿Le gustaría ver nuevas ofertas o promociones de EMS TESTING en el futuro próximo con mayor frecuencia?

**Si**        ( )

**No**        ( )

10. ¿Considera que EMS TESTING valora la satisfacción del cliente?

**Si**        ( )

**No**        ( )

**Anexo 3.** Entrevista aplicada a los 4 directivos de la empresa EMS TESTING

1. ¿Conoce usted cuál es la visión y misión de EMS TESTING?
2. ¿Cuáles son los principales productos/servicios que ofrece EMS TESTING?
3. ¿Cuál es el mercado objetivo de EMS TESTING?
4. ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta EMS TESTING en términos de marketing?
5. ¿Cómo describirían la cultura organizacional de EMS TESTING?
6. ¿Cuál es la percepción de los clientes sobre EMS TESTING?
7. ¿Qué estrategias de marketing han sido más exitosas en el pasado para EMS TESTING?
8. ¿Qué aspectos consideran que podrían mejorar en términos de marketing?
9. ¿Está familiarizado los servicios que presta EMS TESTING?
10. ¿Considera usted que EMS TESTING tiene una posición sólida en el mercado hoy en día?
11. ¿Considera que EMS TESTING comprende las necesidades y expectativas de los clientes?
12. ¿Cree usted que EMS TESTING tiene objetivos de marketing claros y definidos?
13. ¿Considera que EMS TESTING ha implementado estrategias efectivas para promocionar sus productos/servicios?
14. ¿Considera que EMS TESTING ha invertido lo suficiente en publicidad y comunicación?
15. ¿Cree que el programa de actividades de marketing de EMS TESTING está bien organizado?
16. ¿Considera que EMS TESTING ha asignado un presupuesto suficiente para las actividades de marketing?
17. ¿Cree que EMS TESTING gestiona eficazmente su estrategia publicitaria?
18. ¿Puede recomendar productos/servicios de pruebas de EMS a otros clientes potenciales?

**Anexo 4.** Encuesta aplicada a los 12 colaboradores de la empresa EMS TESTING

<b>Preguntas</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
1. ¿Considera que EMS TESTING tiene una buena posición en el mercado actualmente?		
2. ¿Cree usted que las necesidades de los clientes de EMS TESTING están siendo adecuadamente atendidas?		
3. ¿Está de acuerdo en que se deben establecer objetivos estratégicos para mejorar las estrategias de marketing de la empresa?		
4. ¿Apoyaría la implementación de acciones tácticas para promocionar los servicios de EMS TESTING?		
5. ¿Piensa usted que la comunicación con los clientes de EMS TESTING debería ser mejorada?		
6. ¿Considera importante tener un calendario de actividades para las estrategias de marketing de EMS TESTING?		
7. ¿Está de acuerdo con el presupuesto destinado al marketing de EMS TESTING?		
8. ¿Apoya la idea de implementar un sistema de control para evaluar las estrategias de promoción?		
9. ¿Cree que la publicidad es un factor clave para el éxito de EMS TESTING?		
10. ¿Está dispuesto a contribuir personalmente al éxito de las estrategias de marketing de EMS TESTING?		

**Anexo 5.** Instrumento de registro de observación documental

Fecha de observación: \_\_\_\_\_

Investigador: \_\_\_\_\_

**1. Análisis de la situación actual de la empresa EMS TESTING**

Ubicación de EMS TESTING en Quito Pichincha.
Registro del tamaño de la empresa, número de empleados, estructura organizativa.
Identificación de los productos o servicios que ofrece la empresa.
Seguimiento de la competencia en el mercado y la posición de la empresa respecto al mismo.

**2. Identificación de las necesidades del cliente de la empresa EMS TESTING**

Prestar atención al perfil del cliente
Entiende las necesidades y preferencias de los clientes actuales y potenciales.
Identificar problemas o inconvenientes del cliente relacionados con los productos o servicios de la empresa.

**3. Definición de objetivos estrategias, tácticas y acciones para el plan de marketing**

Supervisar las metas y objetivos de marketing de EMS TESTING.
Capta las estrategias y tácticas que la empresa utiliza actualmente en su plan de marketing.
Identificar las acciones específicas que la empresa emprenderá para promocionar su producto o servicio.

**4. Diseño de unas estrategias de marketing que incluya calendarización, presupuesto y sistema de control**

Planificación de registros de promociones, estrategias publicitarias y de comunicación.
Determinar el presupuesto asignado a sus estrategias de marketing y cómo se utilizará.
Sistema de seguimiento que utiliza la empresa para medir el éxito de su estrategia de marketing.

Observaciones adicionales:

---

---

Firma del investigador: \_\_\_\_\_

**Anexo 6. Plan estratégico de la Empresa EMS TESTING Aprobado 2022-2025**

<b>Empresa EMS TESTING</b>	
<b>Misión</b>	Proponer soluciones integrales y de óptima calidad en el campo de la ingeniería eléctrica; con énfasis en el montaje y mantenimiento de transformadores y subestaciones eléctricas
<b>Visión</b>	Ser líderes y referentes a nivel nacional en el campo de comisionado y diagnóstico eléctrico especializado, ofreciendo soluciones de calidad y confiables para garantizar la excelencia en el rendimiento y la seguridad de las instalaciones de nuestros productos
<b>Valores corporativos</b>	Confianza Liderazgo Integridad Solidaridad Responsabilidad
<b>Visión general del plan</b>	Posicionar a EMS TESTING como líder en el mercado de servicios mantenimiento de subestaciones eléctricas en la región de Pichincha-Quito.
<b>Productos y/o servicios</b> EMS TESTING es una empresa ecuatoriana que presta sus servicios al sector estratégico Eléctrico	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Mantenimiento y comisionado de subestaciones.</li> <li>✓ Pruebas de campo de transformadores de potencia y distribución.</li> <li>✓ Análisis y comisionado de protecciones eléctricas.</li> <li>✓ Mantenimiento preventivo de transformadores.</li> <li>✓ Pruebas eléctricas a generadores y motores</li> </ul>
<b>Objetivos Estratégicos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Expansión de la presencia de mercado</b></li> <li>- <b>Mejora de la experiencia del cliente</b></li> <li>- <b>Impulso a la innovación y tecnología</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Penetrar en nuevos segmentos de mercado en la región de Pichincha-Quito</li> <li>✓ Implementar mejoras en los procesos de atención al cliente.</li> <li>✓ Apostar por la innovación tecnológica en los servicios ofrecidos</li> </ul>
<b>Segmentación de mercado y desarrollo de nuevos segmentos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Realizar un análisis detallado de los nuevos segmentos de mercado.</li> <li>✓ Adaptar la oferta de servicios de EMS TESTING a las necesidades específicas de estos segmentos.</li> <li>✓ Implementar estrategias de marketing y ventas dirigidas a los nuevos segmentos identificados.</li> </ul>

<b>Mejora de la atención al cliente</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Capacitar al personal en habilidades de servicio al cliente.</li> <li>✓ Implementar un sistema de retroalimentación para recopilar y actuar sobre las opiniones de los clientes.</li> <li>✓ Establecer un programa de fidelización de clientes para fortalecer las relaciones a largo plazo.</li> </ul>
<b>Innovación y tecnología</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Realizar investigaciones de mercado para identificar tendencias tecnológicas emergentes.</li> <li>✓ Desarrollar e implementar nuevas soluciones tecnológicas para mejorar los servicios de pruebas de software.</li> <li>✓ Promover la adopción de estas soluciones entre los clientes a través de campañas de comunicación y demostraciones prácticas.</li> </ul>
<b>Análisis de la Situación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Análisis del mercado, competencia y tendencias relevantes.</li> <li>✓ Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas).</li> </ul>
<b>Estrategias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Estrategias de marketing.</li> <li>✓ Estrategias de ventas.</li> <li>✓ Estrategias de operaciones.</li> <li>✓ Estrategias de desarrollo de productos/servicios.</li> <li>✓ Estrategias de recursos humanos.</li> <li>✓ Estrategias de tecnología e innovación.</li> </ul>
<b>Plan de Acción</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Descripción detallada de las acciones específicas a llevar a cabo para implementar cada estrategia.</li> <li>✓ Asignación de responsabilidades y fechas límite para cada acción.</li> </ul>
<b>Presupuesto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Detalle de los recursos financieros necesarios para la implementación del plan de estrategias.</li> <li>✓ Distribución del presupuesto entre las diferentes áreas estratégicas.</li> </ul>
<b>Indicadores de Desempeño</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Definición de métricas clave para medir el progreso y el éxito de cada estrategia.</li> <li>✓ Establecimiento de metas y seguimiento del desempeño a lo largo del tiempo.</li> </ul>

**Plan de acción estratégico de la empresa EMS TESTING Aprobado 2022-2025**

<b>Estrategia</b>	<b>Acciones</b>	<b>Responsable</b>	<b>Tiempo</b>
Segmentación de mercado y desarrollo de nuevos segmentos	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Realizar un estudio de mercado para identificar oportunidades en segmentos no explorados.</li> <li>✓ Analizar la demanda, competencia y viabilidad en cada segmento.</li> </ul>	Equipo de investigación de mercado	1mes
Adaptación de la oferta de servicios	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Personalizar los servicios de pruebas de software para atender las necesidades específicas de los nuevos segmentos.</li> <li>✓ Desarrollar paquetes de servicios y precios competitivos.</li> </ul>	Equipo de desarrollo de productos	2meses
Estrategias de marketing y ventas	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Diseñar campañas de marketing dirigidas a los nuevos segmentos identificados.</li> <li>✓ Capacitar al equipo de ventas en las características y beneficios de los servicios adaptados.</li> </ul>	Equipo de marketing y equipo de ventas	Continuamente
Mejora de la atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Impartir sesiones de capacitación en habilidades de comunicación y atención al cliente.</li> <li>✓ Educar al personal sobre la importancia de la satisfacción del cliente.</li> </ul>	Departamento de Recursos Humanos	1 mes. Seguimiento continuo
Sistema de retroalimentación	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Implementar una encuesta de satisfacción del cliente.</li> <li>✓ Establecer un sistema de seguimiento de quejas y sugerencias.</li> </ul>	Equipo de atención al cliente	2 semanas
Programa de fidelización de clientes	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Diseñar un programa de recompensas o beneficios para clientes frecuentes.</li> <li>✓ Enviar comunicaciones personalizadas agradeciendo su lealtad.</li> </ul>	Equipo de marketing y equipo de ventas	1 mes

## **Anexo 7.** Plan de marketing de la Empresa EMS TESTING Aprobado 2022

Elaborado por: Villacís Molina, Jessica Maribel

Revisado por: Dr. Velarde Molina, Jehovanni Fabricio

### **4.3.2.6.1. Plan de Mercadeo.**

#### **Introducción:**

La empresa EMS TETING en la actualidad no está bien posicionada en el mercado, esto es una debilidad que posee la empresa por lo cual se plantea una solución en el presente plan de mercadeo, tomando en cuenta el diagnostico interno y externo de la empresa, lo que se plantea está enfocado en crear un valor agregado al cliente con respecto a los servicios que brinda, realizar los trabajos técnicos con personal calificado, equipos modernos, documentación al día, precios competitivos y calidad.

#### **Objetivo general**

Acrecentar la participación de la empresa en el mercado público y privado brindando mejores precios, mejorando la imagen de la empresa, utilizando marketing digital logrando un mejor posicionamiento.

#### **Objetivo estratégico del plan**

- Incrementar la cartera de clientes y expandirla a nivel nacional.
- Realizar un proceso documental más ágil y llevadero para cada uno de los proyectos.
- Definir una nueva estructura de costos de los servicios que brinda para ser mas competitivos en el mercado.
- Realizar más publicidad de la empresa para su mejor posicionamiento.

## **Estrategias**

En los objetivos planteados líneas arriba se pretende que la empresa gane posicionamiento a nivel regional.

- **Estrategia de servicio**

Ecuador es un país que está creciendo a pasos agigantados en el área eléctrica, considerando las oportunidades, EMS TESTING en el entorno externo cuenta con oportunidades en el área eléctrica las cuales se las pretende aprovechar:

- Prestación de servicios de buena calidad, para esto se cuenta con personal técnico altamente calificado.
- Inmediata respuesta en los servicios emergentes, la empresa cuenta con logística y equipos propios.
- Pronta entrega documental al cliente, el QA/QC que es la persona que se encarga de los registros, formatos, informes, reportes de obra diaria, planilla debe entregar la documentación en tiempos establecidos.
- Diversificación de servicios: expandir la prestación de servicios de la empresa otros campos eléctricos, incrementando el volumen de venta, con el personal que dispone la empresa para los trabajos técnicos y administrativos, ya que se conformara un equipo de trabajo multidisciplinario.

- **Estrategia de precio**

Realizar un análisis de los precios referenciales de la competencia y los precios de la empresa EMS TESTING para compararlos y encontrar una manera de abaratar costos, ser competitivos y más atractivos al cliente, por otro lado, se determinará un valor agregado a los servicios realizados el cual se propone que sea una pequeña capacitación técnica al cliente antes de realizar los servicios en donde se le explique de una manera rápida las normativas que respaldan los trabajos.

- **Estrategia publicitaria**

Se propone realizar un manejo eficaz de la página web, las redes sociales como Facebook, Instagram, LinkedIn para promocionar los servicios que brinda la empresa en el área eléctrica, la frecuencia de esta publicidad puede ser cada semana con el fin de dar a conocer a clientes potenciales todos los servicios que brinda la empresa, para esto se debe definir bien la publicidad más atractiva para que llame la atención del público.

Otra propuesta es la actualización de los brochures con la información actualizada de los últimos grandes trabajos realizados en el sector público y privado con los equipos propios que posee la empresa, también se propone trimestralmente realizar webinar para todo el público de temas que domine la empresa.

- **Estrategia postventa**

Una de las estrategias post venta que se propone es realizar es una encuesta al cliente para saber que tan satisfactorio fue el trabajo desde el punto de vista del cliente final y así observar si se tiene puntos críticos para poder aplicar un plan de mejora continua, elaborar una base de datos con la información de los clientes para darles el respectivo seguimiento y ofrecer los servicios.

- **Estrategia de personal**

En los factores internos se determinó que una de la fortaleza de la empresa EMS TESTING es que cuenta con personal especializado por lo que se plantea que periódicamente se les capacite técnicamente dentro y fuera del país, adicional el personal que tenga contacto directo con el cliente también debe ser capacitado en relaciones interpersonales para que interactúen de una manera amable, cordial y que siempre estén brinden un servicio de calidad.

Se propone a los socios de la empresa brindar una charla a todos los trabajadores en donde se les dé a conocer en plan estratégico de la empresa, visión, misión, reglamentos internos, actividades por cargo, etc., finalmente se propone realizar una vez al año un Coaching de integración que son actividades de construcción de equipo

o de fomento de trabajo grupal que ayudara para que los trabajadores de EMS TESTING sean unidos.

- **Financiamiento**

Para el desarrollo del plan de mercadeo que se propone para la empresa EMS TESTING para los siguientes 4 años se necesita aproximadamente un presupuesto de:

**TABLA 7. FINANCIAMIENTO DEL PLAN DE MERCADEO PARA EMS TESTING.**

Item	Tarea	Presupuesto año 2022	Presupuesto año 2023	Presupuesto año 2024	Presupuesto año 2025
1	Contratación personal	69240	69240	69240	69240
2	Capacitación personal	1200	200	1200	200
3	Marketing digital	1500	1500	1500	1500
4	Publicidad impresa	120	120	120	120
5	Publicidad on-line (webinar)	150	150	150	150
6	Coaching integral	1000	500	1000	500
	<b>Total por año</b>	<b>73210</b>	<b>71710</b>	<b>73210</b>	<b>71710</b>
			<b>Total en los 4 años</b>		<b>286840</b>