



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración

“ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL
PARA INCREMENTAR LA CAPTACIÓN DE
CLIENTES EN LA EMPRESA AFG LEAN
SERVICE SAC, 2019-2021”

Trabajo de suficiencia profesional para optar el título
profesional de:

Licenciada en Administración

Autora:

Graciela Reyes Jaramillo

Asesor:

Dr. Jorge Malpartida Gutiérrez

Lima - Perú

2021

TABLA DE CONTENIDOS

| | |
|---|----|
| DEDICATORIA..... | 2 |
| AGRADECIMIENTO | 3 |
| TABLA DE CONTENIDOS | 4 |
| ÍNDICE DE TABLAS..... | 6 |
| ÍNDICE DE FIGURAS | 7 |
| CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN..... | 9 |
| 1.1 Antecedentes de la compañía | 11 |
| 1.2 Ubicación de la empresa | 12 |
| 1.3 Servicios | 12 |
| 1.4 Justificación..... | 14 |
| 1.5 Objetivos | 14 |
| CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO..... | 15 |
| 2.1 Marketing Digital | 15 |
| 2.2 Captación de clientes | 20 |
| CAPÍTULO III. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA | 22 |
| 3.1 Descripción..... | 22 |
| 3.2 Principales funciones del área de administración y marketing..... | 22 |
| 3.3 Procesos generales de la empresa..... | 22 |
| 3.4 Descripción del área de administración y marketing actual | 25 |

| | |
|---|----|
| 3.5 Propuestas de mejora para incrementar la captación de clientes..... | 27 |
| CAPÍTULO IV. RESULTADOS | 36 |
| CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 42 |
| REFERENCIAS | 44 |
| ANEXOS | 47 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla 1: <i>Relación problema-causa-efecto</i> | 38 |
| Tabla 2: <i>Ingresos anuales por canales digitales</i> | 42 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| <i>Figura 1:</i> Diagrama de flujo general | 23 |
| <i>Figura 2:</i> Mapa de procesos | 24 |
| <i>Figura 3:</i> Procesos de administración y marketing inicial..... | 25 |
| <i>Figura 4:</i> Procesos de administración y marketing mejorado..... | 26 |
| <i>Figura 5:</i> Cotización sin formato | 28 |
| <i>Figura 6:</i> Nuevo formato de cotización | 29 |
| <i>Figura 7:</i> Proceso de captación de clientes inicial | 30 |
| <i>Figura 8:</i> Proceso de captación de clienes mejorado | 29 |
| <i>Figura 9:</i> Base de datos para clientes..... | 29 |
| <i>Figura 10:</i> Estrategia SEO | 31 |
| <i>Figura 11:</i> Estrategia SEM de Business Facebook..... | 33 |
| <i>Figura 12:</i> Gráfica de alcance de estrategia SEM de Business Facebook | 34 |
| <i>Figura 13:</i> Cuadro comparatio estrategia emailing..... | 34 |
| <i>Figura 14:</i> Mailing sobre base de datos | 35 |
| <i>Figura 15:</i> Cantidad de leads para Facebook..... | 36 |
| <i>Figura 16:</i> Cantidad de leads para Instagram | 37 |

| | |
|--|----|
| <i>Figura 17: Comparativo de leads de Facebook e Instagram</i> | 38 |
| <i>Figura 18: Cantidad de cotizaciones enviadas versus clientes captados</i> | 39 |
| <i>Figura 19: Resultados de venta facturada por campaña</i> | 40 |
| Anexo 1: Ficha RUC de la empresa | 47 |
| Anexo 2: Información de la empresa | 49 |
| Anexo 3: Organigrama | 52 |
| Anexo 4: Página de Instagram | 53 |
| Anexo 5: Página de Facebook | 54 |

NOTA DE ACCESO

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales.

REFERENCIAS

- Barón, S.; Fermín, S. y Molina, E. (2018). Estrategias de mercadeo basadas en el marketing digital orientadas a la captación de nuevos clientes de las Pymes. Caso de estudio: Grupo Inter Game 2012, C.A. . Revista de Investigación en Ciencias de la Administración Enfoques. [Revista Científica]
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=621968096001>
- Cuadrao, I. (2019). Estrategias de marketing digital y su influencia en la captación de clientes en la empresa Cielo Woman EIRL en el emporio comercial de Gamarra, La Victoria. Universidad Ricardo Palma. [Tesis Pregrado].
https://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/URP/3242/ADM-T030_73074370_T%20%20%20CUADRAO%20REYES%20ISABEL%20LUCERO.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Hernández, C. (2019). Marketing Digital y Captación de Clientes en el Estudio Jurídico Iustitia Legalis S.A.C., Callao – 2019. Universidad César Vallejo. [Tesis Posgrado].
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/38412/Hernandez_CCG.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Kotler, P. y Keller, K. (2012). Dirección de marketing. 14ava Edición. Pearson Educación. México. ISBN: 978-607-32-1245-8
- Lemoine, F.; Medranda, C.; Carvajal, G. y Carbache, C. (2019). El Posicionamiento en Motores de Búsqueda en Empresas Hoteleras del Cantón Sucre: Ecuador 2018. Revista Scientific. [Revista Científica]. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=563659492004>

Luque, S. (2021). Estrategias de marketing digital utilizadas por empresas del retail deportivo.

Revista CEA. [Revista Científica]

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=638167729007>

Marín, J. y López, M. (2020). Análisis de datos para el marketing digital emprendedor: Caso de estudio del Parque de Innovación Empresarial de Manizales. Universidad &

Empresa. [Revista Científica]. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=187263780004>

Narrea, C. y Pinto, R. (2020). Marketing digital y su relación con la captación de clientes de la empresa Grabaciones Metálicas (Grametal EIRL), Marzo-Junio 2020. Universidad San Ignacio de Loyola. [Tesis Pregrado].

http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/11359/1/2020_Narrea%20Concha.pdf

Núñez, E. y Miranda, J. (2020). El marketing digital como un elemento de apoyo estratégico a las organizaciones. Cuadernos Latinoamericanos de Administración. [Revista Científica].

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=409663283006>

Perdigón, R.; Viltres, H. y Madrigal, I. (2018). Estrategias de comercio electrónico y marketing digital para pequeñas y medianas empresas. Revista Cubana de Ciencias Informáticas. [Revista Científica].

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=378365832014>

Sotomayor, M. (2019). Propuesta de difusión turística mediante herramientas web y estrategias de marketing digital. Caso de estudio: cantón Loja, Ecuador. Siembra. [Revista Científica]. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=653868370007>

Striedinger, M. (2018). El marketing digital transforma la gestión de pymes en Colombia.

Cuadernos Latinoamericanos de Administración. [Revista Científica].

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=409658132001>

Trejos, C. (2020). Pertinencia del marketing digital en las empresas de Aburrá Sur. Revista

Escuela de Administración de Negocios. [Revista Científica]

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20667298005>

Villafuerte, C. y Espinoza, B. (2019). Influencia del marketing digital en la captación de

clientes de la empresa Confecciones Sofía Villafuerte. Villa El Salvador, Periodo enero

– agosto 2017. Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle. [Tesis

Pregrado].

<https://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/UNE/2938/TESIS%20FINAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>