

ANEXOS
CRONOGRAMA

Para la elaboración del cronograma se seleccionó la herramienta del diagrama de Gantt, ya que se trata de una herramienta de gestión de proyecto que pese a ser utilizado en la mayoría de proyectos de intervención, por lo que nos permite planificar y llevar un control del registro de las actividades propuestas por los gestores del proyecto, muestra algunas ventajas y desventajas de esta herramienta:

Tabla 6. Cronograma de actividades. Ejecución del proyecto de intervención. Elaborado por la autora.

Cronograma																			
Actividades	Meses															Pre supuesto	Responsables		
	es 1	es 2	es 3	es 4	es 5														
Creación de la fan Page de Facebook.																		\$ 0,00	Equipo de trabajo

Tabla 7. Cronograma de Actividades del proyecto de intervención. Elaborado por la Autora.

Cronograma del Proyecto de Intervención de la Empresa DISNACON

Actividades	Meses					
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
FASE 1						
Propuesta del tema del proyecto de intervención	X					
Aceptación de tutor	X					
Aceptación del tema del proyecto de intervención	X					
Recopilación de la información		X				
Redacción fundamentación teórica		X				
FASE 2						

Aplicación de la metodología			X			
Elaboración de instrumentos			X			
Recolección de datos			X			
Tabulación de datos				X		
Análisis e interpretación de datos				X		
Mecanografía y presentación II				X		
FASE 3						
Ejecución del proyecto de intervención					X	X
Elaboración de conclusiones y recomendaciones						X

Presentación y revisión						X
----------------------------	--	--	--	--	--	---

RESPALDO DE RECOLECCIÓN DE DATOS DEL PROYECTO DE INTERVENCIÓN

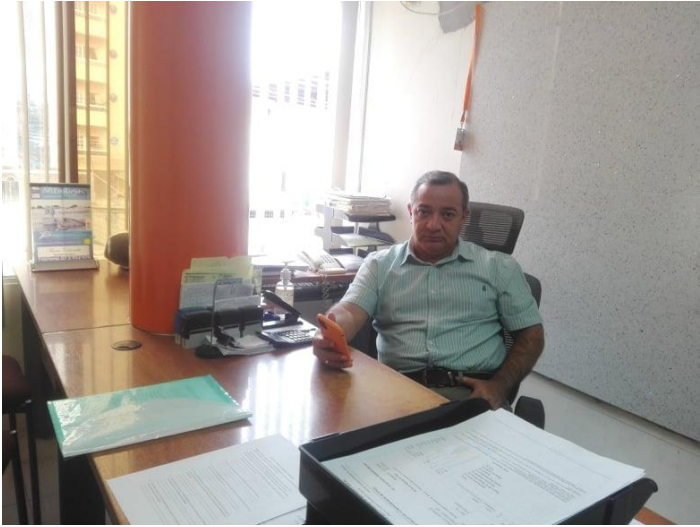


Figura 1. Gerente propietario de la empresa DISNACON



Figura 2. Realizando la entrevista en la empresa DISNACON.

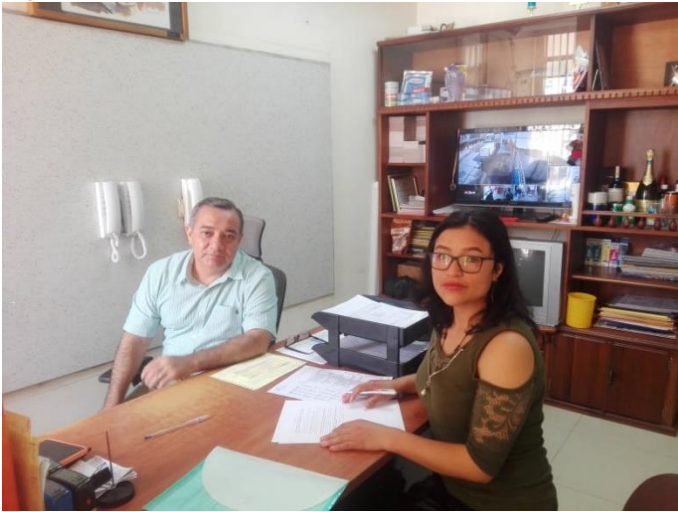


Figura 3. Presentando la propuesta de implementación de medios digitales.



Figura 4. Encuestando a las personas que forman parte del proyecto de intervención.

Plan a implementarse en la empresa DISNACON

Segmentación: Dirigido a un público etario entre los 18 y 60 años, es decir emprendedores activos económicamente y que quieran sacar en adelante una tienda de abarrotes o Quioscos en el sector de Pasaje Provincia del Oro.

Objetivo General: crear canales digitales para la difusión y recepción de contenido comunicacionales, para mejorar la imagen corporativa de la empresa DISNCON y fortalecer las relaciones entre la empresa y sus públicos ideales, en este sentido con el público externo “clientes”

Objetivos específicos

Implementar canales digitales de comunicación para la empresa DISNACON

Generar interacción en redes sociales entre la empresa y clientes, por medio de contenido creativo.

Tabla 8. Plan para crear las estrategias digitales de la empresa DISNACON

Estrategia: Crear los canales comunicacionales digitales de la empresa DISNACON								
Objetivo: Implementar canales comunicaciones digitales de la empresa DISNACON								
Actividades	Meta	Público	Recursos Materiales	Indicadores de impacto	Indicadores de verificación	Plazo	Presupuest o	Responsable
Crear la página empresarial: Facebook Instagram WhatsApp Tik-tok Crear la Tienda online.	90% en hacer presencia en las redes sociales y tienda Online.	Publico externo "Clientes"	1 PC internet 1 escritorio 1 silla 1 dominio 1 hosting 1 certificado SSL. Energía eléctrica	Facebook Insights Facebook Analytics Instagram Analytics Tik Tok Analytics Google Analytics StatCoun ter	Observación directa.	Durante los 6 primeros meses de la intervención	\$ 300	Kerly Medina

--	--	--	--	--	--	--	--	--

Estrategia de contenido

Estrategias: Elaboración de contenido creativo para las redes sociales de la empresa DISNACON								
Objetivo: Generar interacción en redes sociales entre la empresa y clientes, por medio de contenido creativo								
Actividades	Meta	Público	Recursos Materiales	Indicadores de impacto	Indicadores de verificación	Plazo	Presupuesto	Responsable
elaborar contenido: Post de los productos (Facebook-Instagram) Crear historias	80% de aceptación del contenido.	Publico externo "Clientes"	1 PC 1 licencia con el paquete de adobe. 1 cámara o smartphone con cámara nítida	Facebook Insights Facebook Analytics Instagram Analytics Tik Tok Analytics	N° seguidores Tipo de contenido Frecuencia de publicación N° de seguidores nuevos	Durante los 6 meses de la intervención	\$100	Kerly Medina

(Facebook- Instagram- WhatsApp)			1 banco de imágenes de los productos					
Implementar Reels (Instagram) Videos personalizados "Tik- tok"								
Creación del calendario digital	90% cumplimiento de las publicaciones	Publico externo "Clientes"	1 PC o portátil Plantillas del calendario	Facebook de business contenido programado	Observación directa	Durante los 6 meses de intervención	\$0	Kerly Medina

Estrategia: Potenciar el Social Selling para convertirse en el Social Commerce y generar ventas online.								
Objetivo: Incrementar las ventas en las plataformas digitales (tienda online), por medio de técnicas de persuasión creativas								
Actividades	Meta	Público	Recursos Materiales	Indicadores de impacto	Indicadores de verificación	Plazo	Presupuesto	Responsable
Crear una campaña promocional	90% participación de los clientes reales	Publico externo "Clientes"	Dispositivos tecnológicos Paquete de adobe	Facebook Insights Facebook Analytics Instagram Analytics Tik Tok Analytics	N° seguidores Tipo de contenido Frecuencia de publicación N° de seguidores nuevos	Durante los 6 meses de intervención	\$ 50	Kerly Medina

<p>Crear concursos y sorteos</p>	<p>90% participación de los clientes reales</p>	<p>Publico externo "Clientes"</p>	<p>Dispositivos tecnológicos Paquete de adobe</p>	<p>Facebook Insights Facebook Analytics Instagram Analytics Tik Tok Analytics</p>	<p>Like (reacción) Compartir Comentarios (interacción) Visualización (N° de vistas)</p>	<p>Durante los 6 meses de intervención</p>	<p>\$50</p>	<p>Kerly Medina</p>
<p>Crear nuevos posts de ofertas y promociones</p>	<p>90% participación de los clientes reales</p>	<p>Publico externo "Clientes"</p>	<p>Dispositivos tecnológicos Paquete de adobe</p>	<p>Facebook Insights Facebook Analytics Instagram Analytics Tik Tok Analytics</p>	<p>Seguidores Reacciones Comentarios Etiquetas</p>	<p>Durante los 6 meses de intervención</p>	<p>\$ 30</p>	<p>Kerly Medina</p>

--	--	--	--	--	--	--	--	--

Estrategias en las redes sociales**FACEBOOK**

Objetivo: Mejorar el posicionamiento de la marca DISNACON e incrementar el tráfico en la red social de Facebook.

Actividades	Periodicidad
<ul style="list-style-type: none"> ● Generar contenido entretenido, estético e interactivo: ● post interactivos de los productos- ● (vídeos, publicaciones). 	3 veces por semana
<ul style="list-style-type: none"> ● Reforzar los hashtags en las publicaciones, hashtag (#) de la marca DISNACON como: #deTodoenlaDisnacon. 	3 veces por semana
<ul style="list-style-type: none"> ● Incrementar acciones como los concursos y sorteos, especialmente en fechas especiales. 	Una vez por mes

INSTAGRAM

Objetivo: Mejorar el posicionamiento de la marca DISNACON e incrementar el tráfico en la red social en Instagram.

Actividades	Periodicidad
<ul style="list-style-type: none"> Incrementar historias interactivas con encuestas, stickers, cuestionarios, etc en instastories, con el objetivo de crear interacción con los clientes. 	3 veces por semana
<ul style="list-style-type: none"> Realizar post llamativos de los productos de la empresa. Post enfocando a los emprendedores mediante el uso de Reels, motivándolos a adquirir los productos etc. 	3 veces por semana

WhatsApp Busines

Objetivos: Facilitar la interacción con los clientes de los productos

Acciones:	Periodicidad

<ul style="list-style-type: none">● Posteos de historias para promover productos de DISNACON.● Elaborar contestaciones predeterminadas.● Repostear videos en historias de las otras plataformas de la marca.● Activar la opción de venta por WhatsApp.	<ul style="list-style-type: none">● 3 veces por semana● 3 veces por semana● 3 veces por semana● Toda la semana
---	---

Tik-Tok

Objetivo: Potenciar el posicionamiento de la marca DISNACON y los productos Para generar tráfico en la tienda Online.

Acciones:	Periodicidad
<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración y posteo de videos de los productos. • Creación de videos con recetas de los productos. • Creación de videos de clientes satisfechos. 	<p>3 veces por semana</p> <p>2 veces por semana</p>

Temáticas y formatos de los videos

Temas	Tiempo
Videos promocionales productos	30s - 1m
Videos promocionales DISNACON	30s- 5m
Video tutoriales para el uso de productos "RECETAS"	3m- 7m
Video tutoriales para el acceso a la tienda online	1m – 3m

Página Web

Objetivo: Posesionar y facilitar la interacción en la compra de los productos de la empresa.

Acciones:	Periodicidad
<ul style="list-style-type: none"> • Crear una tienda amigable que se adapte a las comodidades de los prospectos. • Facilitar información necesaria y de calidad de todos los productos de la empresa. • Facilitar la afiliación de las tarjetas de crédito del mercado ecuatoriano. 	<p>3 veces por semana</p> <p>2 veces por semana</p>

UCUENCA