



**ITSEP** INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO  
ECUATORIANO DE PRODUCTIVIDAD

*Formación Emprendedora y Empresarial*

MKT-003-24

CARRERA DE TECNOLOGÍA EN MARKETING

## PROYECTO DE VINCULACIÓN

### TÍTULO DEL PROYECTO

PLAN DE CAPACITACIÓN SOBRE EL USO DE FACEBOOK ADS Y REDES SOCIALES PARA LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA THE SIGN COACHING Y NEUROTRAINING.

### AUTOR:

Kevin Paul Espinoza Toapanta



## 1. DATOS DEL PROYECTO

Nombre del proyecto:	PLAN DE CAPACITACIÓN SOBRE EL USO DE FACEBOOK ADS Y REDES SOCIALES PARA LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA THE SIGN COACHING Y NEUROTRAINING.
Topología:	Comunitario
Área:	Servicios, capacitación y asesoría en instalaciones de la empresa

### Justificación

La falta de conocimiento sobre el uso de herramientas de publicidad como Facebook ADS en instituciones públicas o privadas, puede ser una desventaja significativa en la rentabilidad.

En la empresa The Sign Coaching y Neurotraining mantienen un manejo del marketing y publicidad anticuada. Se necesita fortalecer las competencias y capacitar a los colaboradores sobre el uso de herramientas digitales y brindar habilidades para poder manejar y gestionar campañas de marketing efectivas para la empresa y que esta a su vez genere visibilidad y mayor rentabilidad.

Las campañas de marketing digital son fundamentales para empresas que buscan posicionamiento en el mercado y generar más ingresos, Facebook ADS es una herramienta digital que nos permite segmentar varios públicos con publicidad bajo un presupuesto, permitiendo medir el retorno de Inversión para la toma de decisiones en el lanzamiento de una campaña publicitaria.

Por lo tanto, es importante implementar un plan de capacitación sobre la herramienta digital Facebook ADS y manejo de redes sociales para los colaboradores de la empresa The Sign Coaching y Neurotraining, para generar visibilidad y rentabilidad hacia la marca brindando habilidades y asesoría para un uso efectivo.

### Problema,

Hoy en día las empresas se mantienen conformes con el manejo de publicidad tradicional utilizando métodos como el uso de la televisión, radio y publicidad impresa. Estas estrategias limitan el acceso de la publicidad a futuros clientes potenciales al igual que los ingresos que se tienen proyectados. Vivimos en un entorno donde los consumidores pasan una gran parte de tiempo en varias plataformas digitales.

El comportamiento de los consumidores es influenciado por las plataformas digitales, al momento de buscar opciones de compra también buscan opiniones o recomendaciones para poder tomar una decisión. Una campaña digital nos permite interactuar con los consumidores en distintas plataformas, permitiendo captar información y generar nuevos clientes.



**Objetivos:**

**Objetivo General:** Fortalecer las competencias de los colaboradores de The Sign Coaching y Neurotraining en el uso estratégico de Facebook Ads y redes sociales, con el propósito de diseñar e implementar campañas de marketing efectivas que incrementen la visibilidad de la marca, optimicen la captación de clientes y potencien el retorno de inversión.

**Objetivos Específicos**

1. Desarrollar conocimientos y habilidades técnicas en el manejo de Facebook Ads, incluyendo la configuración de campañas, segmentación de audiencias y análisis de resultados, para garantizar la efectividad de las estrategias publicitarias.
2. Capacitar a los colaboradores en la creación y gestión de contenidos digitales adaptados a las características de las principales plataformas sociales, alineados con los valores y objetivos de la empresa.
3. Implementar herramientas y métricas para el monitoreo y análisis de desempeño de las campañas en redes sociales, con el fin de identificar oportunidades de mejora y optimizar los recursos invertidos.

**1.1. Ámbito de influencia.**

<b>Zona:</b>	Iñaquito
<b>Provincia:</b>	Pichincha
<b>Cantón</b>	Quito

**1.2. Duración del proyecto: 1 MES**

02 de octubre al 4 de octubre del 2024



### 1.3.

#### Financiamiento.

Aporte ITSEP	-
Aporte de Beneficiarios:	-
Aporte de Donante externo:	-
Aporte de los Estudiantes:	20
Costo Total:	\$20

### 2. DATOS INSTITUCIÓN.

Institución Ejecutora Principal	Instituto Tecnológico Superior Ecuatoriano de la Productividad
Zona:	Dos
Provincia:	Pichincha
Cantón:	Quito

#### 2.1. Datos Institución Ejecutora.

Órgano Ejecutor:	Carrera de Tecnología Superior en Marketing
Representante legal	Mg. Fernando Buitrón
Dirección:	Av. Capitán Geovanny Calles y Neptalí Godoy
Ciudad:	Quito
Correo Electrónico:	Fernando.buitron@itsep.edu.ec
Teléfonos:	0984058241

#### 2.2. Datos de la Organización Social Beneficiaria.

Nombre Organización	Empresa The Sign Coaching y Neurotraining
Nombre representante legal de la organización	Ing. Luis Ricardo Melo Simbaña
Dirección	AV. América y Veracruz edificio jativa clorosa oficina 104
Ciudad	Quito
Correo Electrónico	coach.solucionessmart@gmail.com
Teléfonos	0992732952



### 3. PERSONAL DEL PROYECTO.

#### 3.1. Docente

Cédula:	0400978094
Nombres:	Fausto
Apellidos:	Ibarra
Nacionalidad:	Ecuatoriano
País:	Ecuador
Residencia:	Quito
Correo electrónico:	Fausto.ibarra@itsep.edu.ec
Rol/función:	Coordinador
Formación:	Administración
Área de especialidad:	Ciencias de la Administración

#### 3.2. Estudiantes

Nro	Nombres y apellidos	Carrera	Nivel	Cédula Identidad
1	Kevin Paul Espinoza	Marketing	4to	1751044197

#### 3.3. Nómina Beneficiarios directos del proyecto

Nro	Nombres y apellidos	Cargo/ocupación	N° Cedula	N° teléfono
1	Ricardo Melo	Coordinador General	1711240562	0992732952
2	Sofia Ortiz	Coordinador Administrativo	1713223203	0984974335
3	Maria Melo	Ventas	1716131527	0968056714
4	Ana Caceres	Talento Humano	1705180196	0987557075
5	Luis Tituaña	Logística	1715140370	0962533246
6	Jonathan Jarrin	Ventas	1718845124	0999750200



## 4. Plan de Acción

Cronograma de actividades						
Actividades	Semana 1 - 5					Responsables
Plan de Acción	x					Kevin Espinoza
Tema para capacitación	x					
Introducción del tema		x				
Edición de capacitación		x				
Foro de opinión			x			
Análisis del caso de la empresa			x			
Proyección de ideas			x			
Impulso redes sociales				x		
Práctica lanzamiento de campaña				x		
Retroalimentación y feedback					x	
Encuestas					x	
Cierre y break					x	

## 5. Marco Teórico

### 5.1 Introducción

Las campañas de marketing digital innovan la experiencia del consumidor para poder realizar una compra beneficiando a una institución o marca, sin embargo, todavía existen empresas que utilizan métodos de publicidad tradicionales que limitan la producción y rentabilidad, impidiendo conocer o alcanzar nuevos nichos y clientes que esperan satisfacer alguna necesidad con un producto o servicio. El objetivo de este proyecto de capacitación y formación es brindar a los colaboradores de la empresa The Sign Coaching y Neurotraining las competencias y capacidades requeridas para crear campañas de marketing con la herramienta digital Facebook ADS para sus plataformas.

### 5.2 Segmentación

Facebook ADS nos ayuda de manera precisa enfocar nuestro tipo de clientela, enfocado al tipo de producto o servicio que se ofrece, podemos filtrar a nuestros consumidores por diferentes criterios como edad, sexo, geografía, intereses y conductas. La segmentación nos da la seguridad de que nuestro material publicitario en la campaña de marketing llegue a una audiencia correcta.



## 5.3 Presupuesto

Una ventaja al momento de querer impulsar nuestra marca en Facebook ADS es la flexibilidad para adaptarse a cualquier presupuesto, esto depende del tiempo que va a durar la publicidad en las diferentes plataformas, pagando solo por los resultados obtenidos y de esta manera obteniendo un mejor control financiero.

## 5.4 Adaptabilidad

El contenido para publicidad en una campaña de Facebook ADS permite adaptarse a varios formatos en las diferentes plataformas ya sean videos, fotos carruseles o colecciones. Esta variedad permite llegar a todos los consumidores garantizando que la publicidad y la campaña hagan su trabajo.

## 5.5 Interacción

Las campañas ayudan con la interacción de los usuarios en plataformas como WhatsApp, Instagram y Facebook mediante comentarios, reacciones, y mensajes. Esto mejora en la experiencia de compra del cliente ayudando a fidelizar y promover un reconocimiento de marca

## 5.6 Ventajas de las redes Sociales

Crear una fan page o un perfil corporativo ayuda a la marca generar visibilidad y reconocimiento, aportando a la captación y seguimiento de clientes de manera simple y sencilla. "Desde luego, el principal retorno de inversión que buscan las empresas al utilizar este tipo de instrumentos, es contribuir al posicionamiento de sus bienes o servicios, y desde luego, incrementar sus ventas" (Herrera, 2012, p 127)

## 5.7 Desventajas del uso tradicional de publicidad

Utilizar la publicidad tradicional de cierta manera ayuda en un porcentaje a llegar a clientes potenciales, pero a la vez limita el acceso de la publicidad hacia diferentes nichos y necesidades del consumidor, Cabe recalcar que nosotros somos los que pautamos y especificamos el tipo de cliente que queremos en nuestra segmentación. "En razón de lo anterior, es responsabilidad de cada usuario, individual o corporativo, tener una definición de sus propias políticas de comunicación, para que el producto de esta interacción sea seguro, eficaz y positivo, así como también, evite poner en riesgo la reputación o el futuro de la persona o la organización" (Herrera 2012, p 128)



### 5.8 Redes sociales y empresa

Las posibilidades de interacción de las empresas con sus públicos son muy amplias y van desde contar con un canal de retroalimentación, hasta con un espacio de promoción, información y mercadeo. Asimismo, la posibilidad de contar con perfiles, a los cuales los usuarios pueden registrarse como amigos o seguidores, permite establecer una dinámica menos invasiva y más focalizada hacia las necesidades y expectativas. (Herrera, 2012, p 126)

## 6. Metodología

### 6.1 Población Objetivo

Trabajadores y colaboradores de la empresa The Sign Coaching y Neurotraining para el área de marketing y ventas.

### 6.2 Programa de capacitación

Capacitación y asesoría del uso de herramientas digitales, demostración práctica, dinámicas grupales y feedback.

### 6.2 Estudio caso empresa The Sign Coaching y Neurotraining

Análisis de la situación de la empresa antes y después de la implementación de la herramienta digital, conclusiones y recomendaciones.

### 6.3 Implementación y proyección

Agendamiento de visitas para capacitación, entre semana durante el periodo establecido, incluyendo materiales de exposición y apoyo para la instalación de equipos dentro del área asignada.

### 6.4 Evaluación y Seguimiento

Evaluar los parámetros asignados en la capacitación mediante el resultado del uso de la herramienta Facebook ADS

Seguimiento del resultado alcanzado por las campañas digitales establecidas en la empresa The Sign Coaching y Neurotraining.

## 7. Resultados

Interés y motivación generado por los colaboradores para el manejo de herramientas digitales y usos personales



Incremento de visibilidad de la marca segmentando para diferentes plataformas y mayor rentabilidad generado por las interacciones del cliente.

Apoyo para el área de marketing y ventas en la empresa The Sign Coaching y Neurotraining y fortalecer conocimientos de los colaboradores.

### 8. Presupuesto

Para la implementación del plan de capacitación se consideró los siguientes puntos.

Materiales	Flyers, Marcadores y Hojas	\$4
Transportación	Pasajes y movilización privada	\$5
Break	Estación de café	\$11
TOTAL		\$20

### 9. Conclusiones

Para concluir, el plan de capacitación no solo ayudó a alcanzar los objetivos propuestos, también ha establecido nuevas bases para un desarrollo e implementación más frecuente de la herramienta digital en la empresa. La incorporación de Facebook Ads y las redes sociales en la estrategia de marketing de The Sign Coaching y Neurotraining mejorará la rentabilidad y las relaciones con los clientes se fortalecerá posicionando la marca.

La capacitación ha permitido dar a conocer la importancia de la segmentación en una campaña de marketing digital, analizando y optimizando los resultados. Como resultado, la empresa puede diseñar y crear campañas con estrategias que maximizan el retorno de inversión (ROI) y minimizan los costos innecesarios.

### 10. Impacto del Proyecto

#### 10.1 Grado del Impacto del proyecto en la comunidad

La capacitación promueve la implementación de nuevas herramientas digitales innovando el manejo de la publicidad en la empresa bajo el manejo del área de ventas y marketing, promoviendo las asesorías y representadas en las campañas y un alto rendimiento en el posicionamiento de marca.

La capacitación reforzó los conocimientos de los colaboradores participantes facilitando el aprendizaje de una manera práctica.

El impacto del plan de capacitación en la empresa The Sign Coaching y Neurotraining fue positivo gracias al manejo y estudio de la implementación de la herramienta digital y redes sociales, fomentando la capacitación continua de la empresa hacia los trabajadores.



### 10.2 Grado de impacto del proyecto en actividades de formación del estudiante

En el transcurso del proyecto se desarrollaron y fortalecieron habilidades que permitieron seguir con el proceso del plan de vinculación sin ningún problema, promoviendo la seguridad y confianza al momento de dar oratoria frente a un grupo de personas.

Se implementó en el estudio del caso soluciones que resaltan dentro del área de marketing y que a la vez se aprendieron y reforzaron en la Institución, permitiendo desarrollar una capacitación y a la vez brindar asesorías sobre su manejo de manera sólida.

El impacto del proyecto hacia mi persona fue muy significativo ya que se pudo obtener experiencia y nuevo conocimiento dentro de una institución privada que se dedica a la venta de servicios y coaching, abriéndome campo en las ventas de productos intangibles y también preparándome para enfrentar nuevos desafíos y cambios constantes dentro del área del marketing.

### 11. Recomendaciones

Atribuir con el plan de capacitación continua de la empresa para los trabajadores nuevos que se incorporan bajo el mando de coordinador general.

Compartir nuevos conocimientos y tendencias del uso de herramientas digitales a los colaboradores para el mantenimiento de una capacitación constante atribuyendo nuevos aplicativos.

### Bibliografía

#### Bibliografía

Hütt Herrera, H. (2012). *LAS REDES SOCIALES: UNA NUEVA HERRAMIENTA DE DIFUSIÓN*. San Jose - Costa Rica: Reflexiones.

Toscano, J. H. (2012). *Redes Sociales y Análisis de Redes*. Barranquilla - Colombia: Azulyvioleta editores.

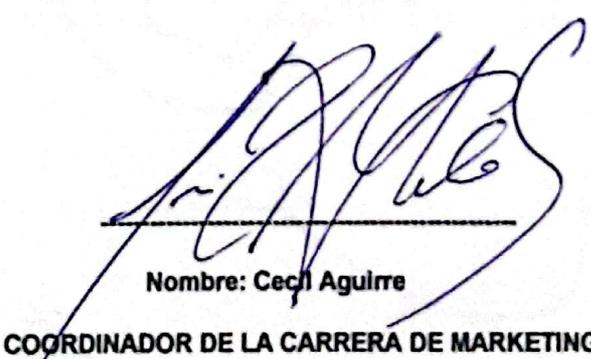
**8.- Anexos**

- 8.1.- Adjuntar evidencia fotográfica del trabajo realizado, mostrando el antes, durante y el después.
- 8.2.- Adjuntar documento "Aprobación Inicio Proyecto de Vinculación"
- 8.3.- Adjuntar Convenio de Cooperación con el ITSEP o Acta de Compromiso según el caso.
- 8.4.- Adjuntar certificado de haber cumplido el proyecto de servicio comunitario para vinculación con la sociedad emitido por la institución beneficiaria

---

**Nombre: Cristian Tirira**

**TUTOR DEL PROYECTO**



---

**Nombre: Cecilia Aguirre**

**COORDINADOR DE LA CARRERA DE MARKETING**

**FECHA: 04 de noviembre del 2024**



INFORME DE ASESORAMIENTO, MONITOREO Y CONTROL DEL PROYECTO DE VINCULACIÓN CON LA COMUNIDAD

FECHA DE INICIO	HORA ENTRADA	HORA SALIDA	FECHA DE FIN	# DE HORAS	ACTIVIDADES CUMPLIDAS	FIRMA REPRESENTANTE INSTITUCIONAL
02/10/2024	18:00	22:00	02/10/2024	4	Plan de acción	
03/10/2024	18:00	22:00	11/10/2024	32	Formulación de diapositivas para capacitación	
12/10/2024	20:00	22:00	13/10/2024	7	Redactar información del tema de interés con anécdotas y experiencias.	
14/10/2024	20:00	22:00	18/10/2024	8	Edición de capacitación de diapositiva y manejo de temas a exponer	
19/10/2024	19:00	21:00	21/10/2024	7	Análisis del caso de la empresa para reforzar y brindar la solución con la herramienta digital	
22/10/2024	19:00	21:00	24/10/2024	6	Impulso de redes sociales y manejo profundo de diferentes plataformas.	
25/10/2024	18:00	20:00	27/10/2024	7	Proyección de ideas sobre interacción con colaboradores y asesoría.	
28/10/2024	14:00	22:00	28/10/2024	8	Practica del lanzamiento de campaña	
25/10/2024	15:00	17:00	25/10/2024	2	Capacitación en instalaciones	
27/10/2024	15:00	17:00	27/10/2024	4	Retroalimentación sobre el manejo y uso de la herramienta digital	
29/10/2024	09:00	11:00	29/10/2024	2	Manejo de encuestas y calificación del personal. Feedback	
04/11/2024	09:00	22:00	04/11/2024	13	Informe final	

Nombre del Estudiante: Kevin Espinoza

F:   
Ricardo Melo  
Coordinador General

📍 Matriz Carapungo: Av. Giovanni Calles 0e-213 y Neptalí Godoy  
Campus: Av. 10 de Agosto N25-39 y Colón Edificio Estrella de Oro

🌐 [www.itsep.edu.ec](http://www.itsep.edu.ec)

Contáctanos  
☎ 099 993 4445

Síguenos: