



**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA
PRIVADA “ZEGEL”**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN
DE NEGOCIOS**

**“OPTIMIZACIÓN DEL MARKETING ESTRATÉGICO PARA
INCREMENTAR LAS VENTAS EN FOTOBOOK”**

**Trabajo de Aplicación Profesional para obtener el Título Profesional
Técnico en Administración de Negocios**

**CÁRDENAS DOMÍNGUEZ, ADRIÁN
(0009-0006-8280-8039)**

**ESPINOZA PAPA, LUDWING
(0009-0001-1557-2939)**

Iquitos – Perú

2023

Dedicatoria

“A mis padres, por su amor incondicional, su apoyo constante y por enseñarme el valor del esfuerzo y la perseverancia. A los profesores, por su guía, sabiduría y paciencia a lo largo de este viaje académico. A mis amigos, por su compañía, comprensión y por hacer de este camino una experiencia inolvidable. Y a todos aquellos que, de una manera u otra, han contribuido a la realización de este proyecto” (Adrián).

"Quiero expresar mi gratitud a mi familia por su constante apoyo durante todo este desafiante trayecto. También quiero agradecer a mis amigos y colegas de trabajo por ser una fuente de inspiración y por colaborar conmigo. Además, quiero reconocer a todos aquellos que forman parte de Fotobook Estudio Fotográfico, por confiar en mí y por desempeñar un papel fundamental en esta investigación. Este logro es para cada uno de ustedes" (Ludwing).

Índice General

Resumen Ejecutivo	6
Introducción	7
Capítulo I: Plan de Mejora	8
Identificación del Problema.....	8
<i>Justificación de la Mejora Empresarial</i>	9
Indicadores del Impacto de la Mejora Empresarial	10
Capitulo II: Reseña de la empresa	11
Descripción del Negocio	11
□ Ficha RUC.....	15
<i>Misión, Visión, Valores Corporativos y Objetivos Estratégicos de la Empresa</i>	16
Misión.....	16
Visión	16
Valores Corporativos:	16
Objetivos Estratégicos Relevantes:	17
Breve Resumen de la Trayectoria Empresarial.....	18
Capitulo III: Diagnostico Empresarial	20
Entorno Empresarial	20
Análisis Pestel	20
<i>Las 5 Fuerzas de Porter</i>	26
Rivalidad entre competidores existentes:	26
Amenaza de nuevos competidores.....	28
Amenaza de productos sustitutos	28

Poder de negociación de los proveedores.....	29
Poder de negociación de los clientes.....	30
Perspectivas del Diagnóstico Empresarial	31
Financiera	31
Clientes:.....	35
Procesos internos:.....	37
Capacidades del Personal y la Organización	42
Capítulo IV: Oportunidad de Mejora Empresarial	45
Identificación del Área de Aplicación Para el Plan de Mejora Empresarial	45
<i>Problema</i>	48
Causas.....	49
Punto crítico	50
<input type="checkbox"/> Impacto en el Problema	52
<input type="checkbox"/> Costo de Implementación	53
<input type="checkbox"/> Factibilidad	55
<input type="checkbox"/> Urgencia	58
<input type="checkbox"/> Sostenibilidad a Largo Plazo	59
<i>Formulación de la Oportunidad de Mejora</i>	60
Priorización de Puntos Críticos	60
Capítulo V: Propuesta de Mejora Empresarial	63
Justificación de la Mejora Empresarial	63
<i>Objetivos De La Mejora</i>	64
Estrategias.....	65

<i>Factores Internos</i>	66
Escenarios Externos	66
<i>Evolución De Alternativas Beneficio- Costos</i>	67
Capítulo VI: Implementación de la Propuesta de Mejora	70
Cronograma de Implementación.....	70
<i>Plan de Acción</i>	71
Sistema de Monitoreo	73
<i>Definición de los Indicadores de Desempeño</i>	75
Conclusiones	77
Recomendaciones	78
Bibliografía	79
Anexos	80

Resumen Ejecutivo

Fotobook Pro E.I.R.L, es una empresa ubicada en la Provincia de Maynas, Distrito de Punchana, Iquitos-Perú, se enfrenta al desafío de obtener un mercado más amplio debido a su limitado conocimiento en marketing tradicional y digital. Para abordar esta preocupación, se propone un plan de mejora enfocado en mejorar las estrategias de marketing y promoción.

El plan de mejora se centra en desarrollar una estrategia integral de marketing que combine tanto el marketing tradicional como el digital. Esto incluirá la participación en eventos locales, la distribución de material impreso, así como la optimización del sitio web y la implementación de campañas publicitarias en redes sociales y motores de búsqueda.

El objetivo es mejorar la visibilidad de la marca, atraer a un público más amplio y aumentar las ventas. Al mejorar la presencia en línea, participar en eventos locales y lanzar campañas publicitarias dirigidas, la empresa busca consolidarse como líder en la fabricación de diplomas y cuadros de graduación en la región de Loreto, Perú.

Este enfoque integral en el marketing permitirá a la empresa expandir su alcance y generar un mayor impacto en su mercado objetivo. Al implementar estas estrategias, la empresa estará posicionada para lograr un crecimiento significativo y asegurar su éxito a largo plazo en la industria de la fotografía de graduación.