

## **Importancia del reconocimiento de marca para el Centro de Soluciones Informáticas JACVIDEO II Semestre del 2018 y I trimestre 2019.**

**Roñac Lagos. S<sup>1</sup>**

**Rivera Sevilla. J<sup>2</sup>**

**Ramírez Sobalvarro Y<sup>3</sup>**

“La mejor publicidad es la que nos hacen los clientes satisfechos”

Philip Kotler

### **RESUMEN**

El objetivo principal de esta investigación analizar la importancia del reconocimiento de marca de centro soluciones informática JACVIDEO II Semestre del 2018 y I trimestre 2019.

Para llevar a cabo el proceso de investigación se realizó una búsqueda documental en diferentes fuentes académicas, documentada en la biblioteca “Urania Zelaya” del recinto universitario FAREM-ESTELI, las cuáles se tomaron como referencias para identificar investigaciones anteriores que tengan alguna relación particular con el trabajo investigativo, Aportes teóricos realizados por autores y de esta manera tener una visión amplia sobre el tema de estudio y el conocimiento de los adelantos en el contexto actual.

Esto sirvió como base para la elaboración de tres instrumentos como es la encuesta dirigida a los clientes actuales y posibles clientes, entrevista dirigida al propietario de la empresa con el objetivo de tener un mejor conocimiento de la situación, su posicionamiento e imagen actual en la ciudad de Estelí. En la investigación se elaboraron resultados que permiten dar respuesta a la problemática y objetivos planteados así también se elaboraron estrategias que ayuden con el reconocimiento e imagen de la empresa.

### **PALABRAS CLAVES.**

Reconocimiento, Marca, Imagen

---

<sup>1</sup> Sandra Leonora Roñac Lagos, estudiante egresado de la carrera de Mercadotecnia.

<sup>2</sup> Jackelinne Walkiria Rivera Sevilla, estudiante egresado de la carrera de Mercadotecnia.

<sup>3</sup> Yasmina Ramírez Sobalvarro, tutora de tesis.

**Importance of Brand awareness for the JACVIDEO Computer Solutions Center II semester of 2018 and I quarter 2019.**

**Roñac Lagos. S<sup>1</sup>**

**Rivera Sevilla. J<sup>2</sup>**

**Ramírez Sobalvarro Y<sup>3</sup>**

“ The best advertising is the one that makes us satisfied customers”

Philip Kotler

**SUMMARY**

The main objective of this research is to analyze the importance of brand recognition of the JACVIDEO II Semester Information Solutions Center in 2018 and I quarter 2019.

To carry out the research process, a documentary search was carried out in different academic sources, documented in the Farem \_Estelí library, which were taken as references to identify previous research that has a particular relationship such as research work, theoretical contributions made by authors and in this way, it is to have a broad vision about the subject of study and the knowledge of the advanced ones in the current context.

This served as a basis for the development of three instruments such as the survey referred to current clients and potential clients, interviews addressed to the owner of the company as the objective of having a better knowledge of the situation, its positioning and current image in the city of Estelí. In the research, results are produced that allow a response to the problematic and objectives planted, so that strategies were also developed that help with the knowledge and image of the company.

**PALABRAS CLAVES.**

Recognition, Brand, image.

## INTRODUCCIÓN

Centro de Soluciones Informáticas JACVIDEO es una empresa de Telecomunicaciones orientada a resolver cualquier conflicto informático, además de brindar servicio de internet interconectando personas y lugares desatendidos por los proveedores de en Estelí.

La presente investigación tiene como propósito analizar la importancia del reconocimiento de marca de centro de soluciones informáticas Jacvideo en el II Semestre del 2018 y I trimestre 2019. En la ciudad de Estelí existe gran potencial socioeconómico, el cual se refleja en la expansión de esta área, así como también en su constante demanda de calidad, característica que posee la empresa ya mencionada, sin embargo, esta no tiene reconocimiento sobre su marca, una problemática para este negocio que provoca una baja su demanda.

Para la realización del trabajo se presenta información referente a los antecedentes relacionados a la problemática a tratar, los cuales solo se tomaron como referencia algunos estudios realizados en años anteriores que sirvieron como fuente de apoyo. Posteriormente se desarrolla la problemática existente en la empresa, justificación del tema, y el establecimiento de los objetivos: general y específicos, en los cuales se exponen los principales puntos de la investigación.

El marco teórico esta estructurados con tres ejes que abordan aspectos de interés tales como lo es: la marca, el reconocimiento de la marca y la imagen de marca. Estos contienen definiciones, conceptos, clasificaciones entre otros utilizados en el tema a tratar; este contenido es utilizado como soporte de la investigación.

En consecución a esto, se muestra el supuesto de la investigación y el diseño metodológico, en el cual se contempla el tipo de estudio que es cualitativo, la técnica de muestreo, así como los instrumentos utilizados para la recolección de datos.

Una vez aplicados los instrumentos para la recolección de datos, el siguiente paso es el procesamiento de los resultados, estos poseen un resumen detallado para cada eje de análisis donde se muestra la falta de reconocimiento de marca de la empresa por falta de publicidad y no brindar la información necesaria a sus clientes actuales y potenciales.

Finalmente se procede a la elaboración de las conclusiones agregando a su vez las respectivas recomendaciones dirigidas a la empresa, y los anexos que forman parte de un complemento a la información plasmada en todo el documento.

## MATERIALES Y MÉTODOS

De acuerdo con la finalidad, índole del problema y objetivos formulados en la presente investigación, se determinó la investigación como cualitativa, ya que, solo se habla de una unidad de estudio, en este caso Centro de Soluciones Informáticas JACVIDEO, mediante la cual se obtuvo información sobre el reconocimiento de marca y la percepción de la imagen de marca de sus clientes actuales y potenciales.

La investigación es de tipo exploratorio, ya que nos permiten aproximarnos a fenómenos desconocidos, con el fin de aumentar el conocimiento sobre este y contribuir con ideas respecto a la forma correcta de abordar una investigación en particular.

Para la recolección, procesamiento y análisis de datos obtenidos se utilizaron técnicas tales como la encuesta dirigida a los clientes actuales y potenciales de la marca Centro de Soluciones Informática Jacvideo, entrevista dirigida al propietario de la empresa.

La muestra del estudio fue de doscientos setenta y uno (271) Posibles clientes en la ciudad de Estelí, abordados en lugares públicos de la ciudad y recepción de la empresa, (40) Clientes actuales, (1) Propietario de la empresa.

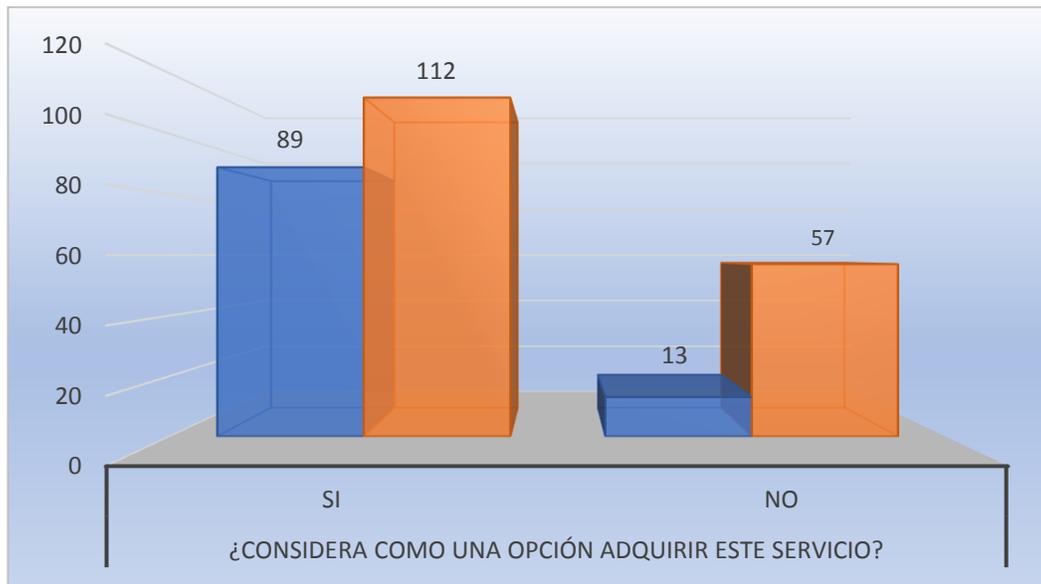
El muestreo fue probabilístico aleatorio simple y no probabilístico intencional o por juicio (esto debido a que se poseían dos tipos de universos), para el procesamiento de datos se utilizó el programa SPSS y herramientas de Office.

## ANALISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

### **Objetivo específico No.1**

Identificar los factores del desconocimiento de la marca Centro de soluciones informáticas Jacvideo.

**Gráfico No.1 ¿Han escuchado del servicio de internet inalámbrico? vs. ¿Considera como una opción adquirir este servicio?**



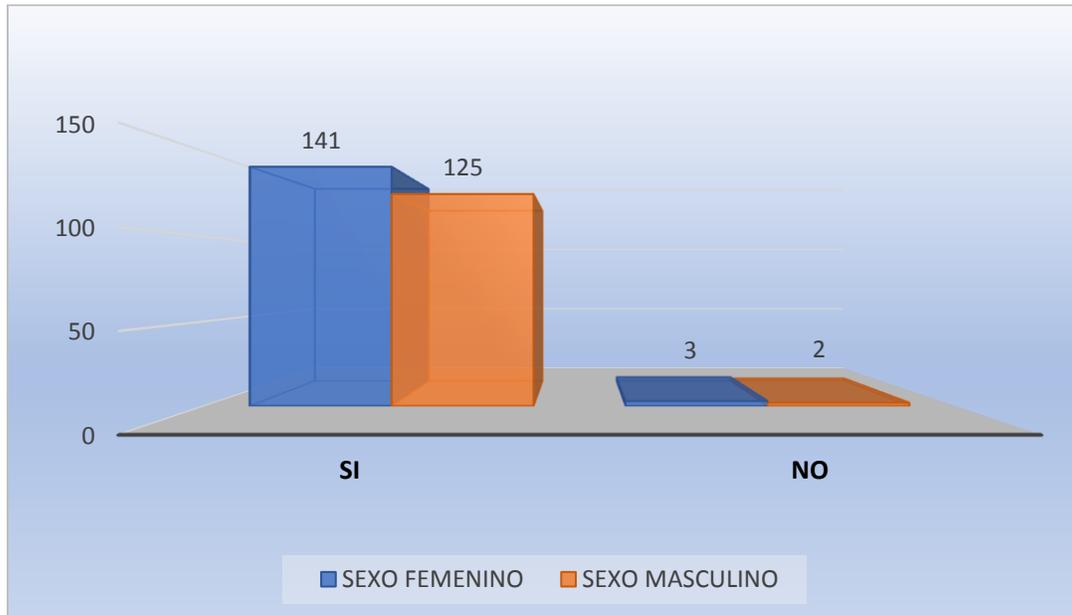
Fuente de elaboración propia a partir de resultados de las encuestas.

**Contratar** es la acción a través de la cual **una persona alcanza un acuerdo con otro individuo para a partir de la concreción del mismo empezar a percibir un servicio o un bien a cambio de una suma de dinero estipulada, o en su defecto de cualquier otro tipo de retribución que se haya pactado.** (Ucha, 2012)

En el gráfico presente se muestra que la mayor parte de las personas encuestadas para ser exactos 112 personas no han escuchado del servicio, pero si consideran una opción adquirirlo, sin embargo, 57 que desconocen el servicio no desean adquirirlo. Por otra parte, 89 lo han escuchado y lo consideran como una opción y solamente 13 de los posibles clientes lo descartan como opción.

La encuesta nos muestra datos interesantes sobre el desconocimiento del servicio brindado por la empresa, no obstante, existe de estos mismo la posibilidad de adquirir el servicio, convirtiéndose este en un mercado potencial, reflejando a su vez una pequeña oposición que tiene conocimiento sobre el servicio y aun así no desea adquirirlo, cabe resaltar que una parte considerable de los encuestados tiene conocimiento y considera como una opción este servicio.

**Gráfico No.2 Sexo vs. ¿Es usted usuario de internet?**



**Fuente de elaboración propia a partir de resultados de las encuestas.**

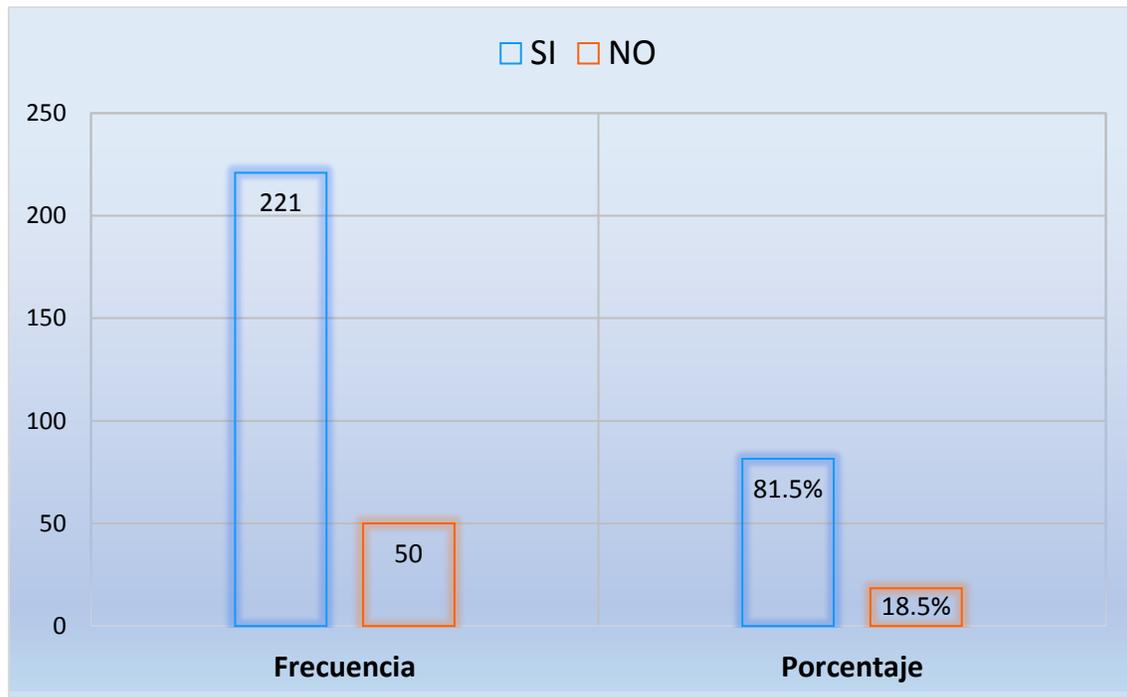
En el gráfico se observa que 141 del sexo femenino y 125 del sexo masculinos de los encuestados afirmaron ser usuarios de internet y solamente 5 personas negaron serlo, dividiéndose 3 del sexo femenino y 2 del masculino.

De acuerdo a los datos mostrados anteriormente se observa que la mayoría de las personas encuestadas son usuarios de internet y solamente una pequeña parte afirmó no serlo. Es decir, que existe una gran demanda hacia el servicio de internet el cual podría este ser un mercado potencial para la empresa.

### **Objetivo Especifico No.2**

Describir la imagen de marca que tienen los clientes actuales potenciales y retirado de centro de soluciones informáticas JACVIDEO.

**Gráfico No.2 ¿Estaría dispuesto(a) a adquirir un servicio de internet que le brinde las características que cubran sus necesidades cómo CSIJ?**



Fuente de elaboración propia a partir de resultados de las encuestas.

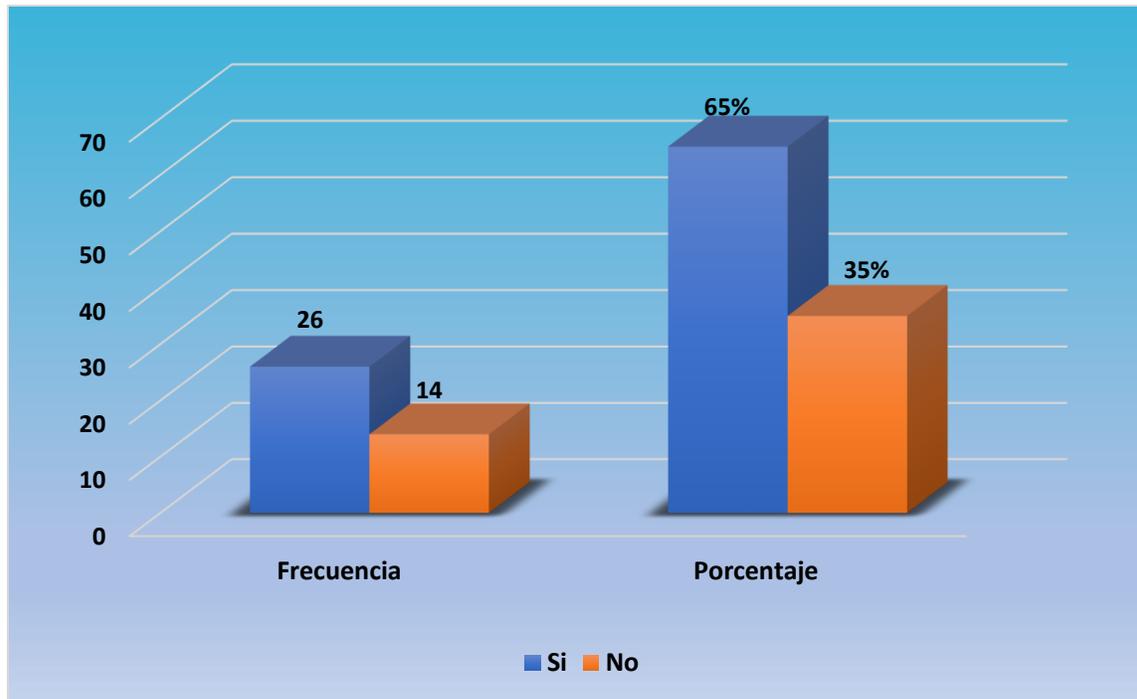
Según Philip Kotler y Gary Armstrong, la necesidad es "un estado de carencia percibida" [1]. Complementando esta definición, los mencionados autores señalan que las necesidades humanas "incluyen necesidades físicas básicas de alimentos, ropa, calor y seguridad; necesidades sociales de pertenencia y afecto, y necesidades individuales de conocimiento y autoexpresión. Estas necesidades son un componente básico del ser humano, no la inventaron los mercadólogos". (Thompson, Promonegocios.net, 2010)

En esta gráfica se puede apreciar con mayor claridad, que 221 personas están dispuestas a adquirir un servicio de internet que le brinden las características necesarias para un servicio de calidad, correspondiendo a un 81.5 % de los encuestados y solamente 50 no están dispuestos a adquirir este servicio siendo así un 18.5%.

Mediante los resultados obtenidos, se muestra una mayor demanda por parte de los posibles clientes, en este caso los encuestados, los cuales estarían dispuestos a adquirir un servicio con las características que ofrece Centro de Soluciones Informáticas Jacvideo; empresa que les ofrece cubrir sus necesidades.

El propietario José Andrés Carrasco Torres afirmó que la empresa CSIJ surge al existir la necesidad de interconectar personas y lugares desatendidos por los proveedores de internet en Estelí, también afirmó que poseen fortalezas como "ofrecer Todo tipo soluciones informáticas desde el servicio de internet pasado por desarrollo de sistemas, hasta redes, cámaras y telefonía IP".

### Gráfico No.7 ¿Considera que CSIJ es una marca atractiva?



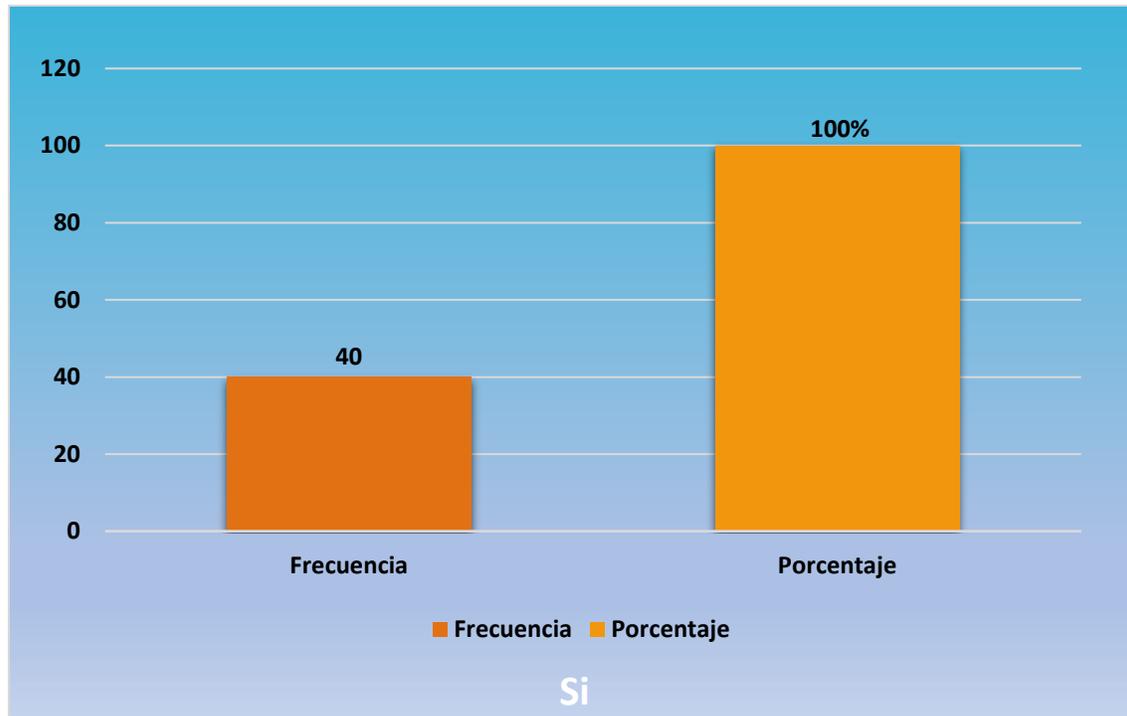
Fuente de elaboración propia a partir de resultados de las encuestas.

Las asociaciones de marca son pensamientos, sentimientos, percepciones, imágenes, experiencias, creencias, actitudes, etc., relativos a una marca, que se vinculan con el nodo de la marca en cuestión. (Philip Kotler, 2016). Es importante destacar que la marca tiene un valor por sí misma, más allá del producto o servicio en cuestión. Esto quiere decir que la marca representa una imagen o un ideal en la mente del consumidor que excede las características específicas de las mercancías. (Merino, 2014)

En la siguiente gráfica se muestra que 26 clientes reflejaron en las encuestas que es una marca atractiva y 14 han dicho que no es atractiva.

De acuerdo a los datos encontrados de la marca de la empresa Centro de Soluciones Informáticas Jacvideo les es agradable a la mayoría, sin embargo, se considera necesario realizar ciertos cambios, ya que debido a esto una marca atractiva es fundamental para incrementar las ventas de una empresa.

**Gráfico No.8 ¿Es de su agrado la atención al cliente que brinda CSIJ?**



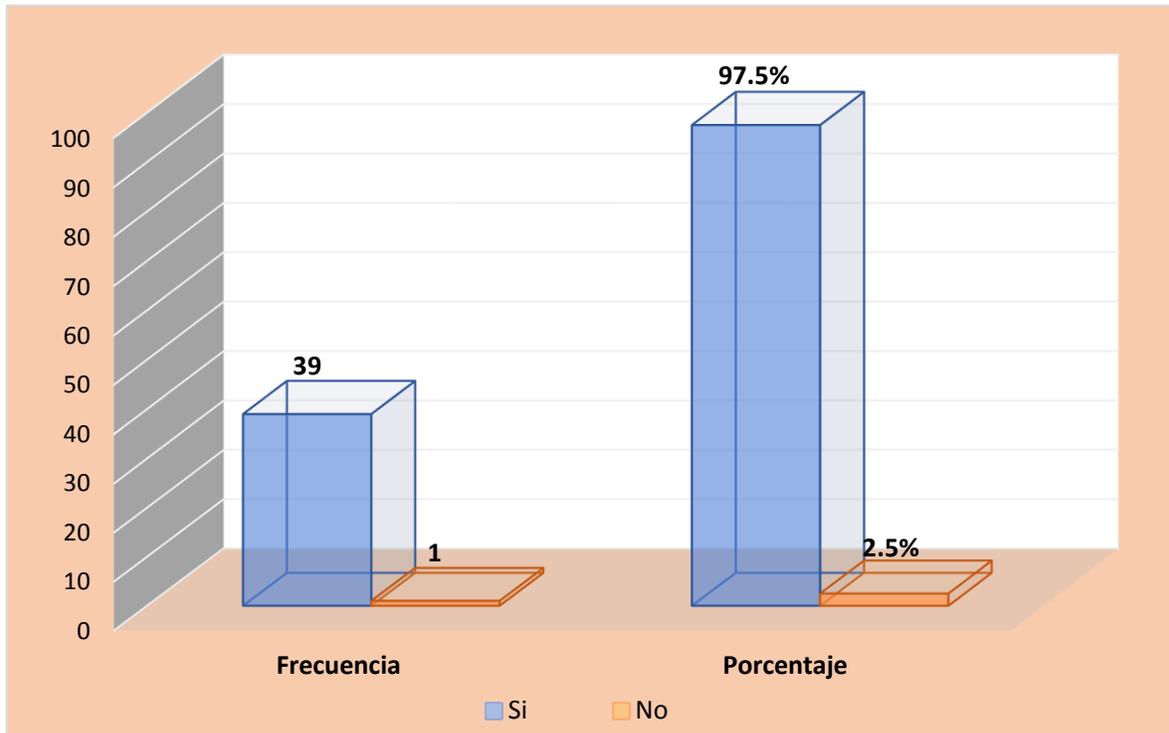
Fuente de elaboración propia a partir de resultados de las encuestas.

El concepto de atención al cliente hace referencia al manejo y diseño de canales de comunicación que destina una organización con fines de lucro para establecer contacto e interactuar con sus clientes. La atención al cliente incluye las áreas de recursos humanos que se destinan a ofrecer a los clientes, es decir, quienes ya tienen un vínculo con las empresas, servicios de atención ante reclamos, consultas, dudas, sugerencias, cambios o nuevas adquisiciones que éstos deseen realizar. (significadoconcepto.com, s.f.)

En el gráfico presente se observa que los 40 clientes de Centro de Soluciones Informáticas Jacvideo les es de su agrado la atención brindada por la empresa, no está demás resaltar que esto equivale al 100% de los encuestados.

La información obtenida por medio de las encuestas demostró que la atención brindada a los clientes es de su total agrado. El propietario aseguró que procuran la satisfacción de sus clientes "Pues tratamos de mantener felices a nuestros clientes asesorándolos desde el momento de la instalación hasta el transcurso de sus servicios y si requieren otro tipo de servicio o tecnología también".

**Gráfico No.18 ¿Considera que CSIJ necesita hacer cambios?**



**Fuente de elaboración propia a partir de resultados de las encuestas.**

“La gestión del cambio es conjunto de herramientas y mecanismos que están diseñados para asegurarse de que cuando usted intente hacer algunos cambios en su organización: A: no se salga de control y B: el número de problemas asociados, no suceda” (Kotler, 2017)

En la última gráfica se aprecia que 39 clientes afirmaron que se consideraba necesario hacer cambios con un 97.5% y 1 cliente considero que no era necesario siendo el 2.5% de los clientes.

Dicha información sirve para saber que en cuanto a los cambios es necesario que la empresa mejore, como la publicidad que es uno de los mayores factores de importancia para lograr posicionarse en el mercado siendo reconocidos y presentación del local. Es necesario mencionar que los clientes se referían a los cambios como algo extra ya que con el servicio se sentían muy satisfechos y como anteriormente se mencionó, los cambios necesarios son en la publicidad, ya que es muy poca y hasta en el año corriente se comenzó a hacer este tipo de cambios.

## Propuestas estratégicas que contribuyan al reconocimiento de marca

Objetivos	Estrategias	Acciones
Mejorar la identidad y posicionar la imagen de marca que tienen los clientes actuales y potenciales.	<b>Estrategia de Branding</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Brindar por medio de las redes sociales un tiempo de respuesta inmediato.</li> <li>2. Realizar cambios en el Logo y Slogan que se represente por medio de estos la empresa logrando una mejor presencia en el mercado.</li> <li>3. Relanzamiento de la nueva imagen.</li> </ol>
Reconstruir la estructura y presentación del local para despertar el interés de posibles clientes.	<b>Estrategia de plaza</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nuevo diseño en la presentación del local.</li> <li>2. Mejoras en el área logística para una mejor atención a los clientes.</li> <li>3. Expansión del local.</li> </ol>
Crear una publicidad efectiva que ayude a la empresa a posicionarse en el mercado.	<b>Estrategia de publicidad</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Marquesina en el local</li> <li>2. Constante actividad en redes sociales.</li> <li>3. Implementar Merchandising</li> <li>4. Vallas publicitarias en la entrada y salida de la ciudad.</li> </ol>
Presentar y dar a conocer los demás servicios que ofrece la empresa a los clientes actuales y potenciales.	<b>Estrategia de servicio.</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Brindar información completa a los clientes actuales de todos los servicios ofrecidos.</li> <li>2. Por medio de las redes sociales y demás publicidad dar a conocer todos los servicios para la captación de posibles clientes.</li> </ol>

## Conclusiones

- ✚ Se afirma que el mercado latente para Centro de Soluciones Informáticas Jacvideo son las personas que no tenían conocimiento del servicio inalámbrico y sin embargo lo ven como un servicio atractivo y una opción para adquirirlo contándose con una minoría que lo han escuchado y no lo ven como opción.
- ✚ Según los datos la mayoría de las personas afirmaron que si reconocerían el logo después de habérselo presentado, no obstante, existe cierto rechazo al reconocimiento debido a la poca atracción que transmite dicho logo.
- ✚ La empresa si está trabajando en dar a conocer sus diferentes servicios como lo son reparación y mantenimientos de computadoras, consolas de video juegos, enlaces de datos, redes, internet, desarrollo de sistemas, páginas web, aplicaciones móviles, entre otros, sin embargo, no han logrado su objetivo puesto que la mayoría de sus clientes afirman conocerlo en función a los servicios que reciben.
- ✚ De acuerdo a lo expresado por la mayoría los clientes el logo y slogan son fácil de reconocer, por otra parte, cierta cantidad de clientes negaron reconocerlo con facilidad.
- ✚ Se pudo observar que el segmento está dirigido a los usuarios de internet destacando a los jóvenes como un mercado potencial para la empresa.
- ✚ Los clientes confirman que tienen conocimiento de Centro de Soluciones Informáticas Jacvideo debido a la publicidad boca a boca que les permitió adquirir uno de los servicios ofrecidos por dicha empresa.
- ✚ La empresa si cuenta con la mayoría de sus clientes como seguidores de la página, pero debido a su inactividad social existe una minoría de estos que han perdido el interés o desconocen la existencia de la página y por estos motivos no son seguidores.
- ✚ Hay muy poca interacción por lo tanto poca información en cuanto a los distintos servicios que ofrece la empresa, cabe destacar que en el período actual la empresa está tratando de mantener activa su página.
- ✚ Los clientes la consideran una marca agradable y atractiva, sin embargo, opinan que si necesitan cambios para lograr que esta sea una marca reconocida.

- ✚ Centro de Soluciones Informáticas Jacvideo ha mantenido una constante comunicación con cada uno de sus clientes, sabiendo satisfacer sus necesidades y de esta manera crear un vínculo de confiabilidad.
  
- ✚ Según los datos reflejados en las encuestas por los clientes estos coinciden con la realización de un cambio necesario en cuanto a la publicidad y presentación del local.
  
- ✚ De acuerdo a los resultados, nuestros supuestos se han cumplido debido a que la investigación muestra que, con un buen posicionamiento de la marca, la empresa obtendrá captación de nuevos clientes, consumidores leales además de mejorar su posicionamiento en el mercado brindándole así valores que la caracterizaran.

## Recomendaciones

- ✚ Es importante que la empresa trabaje en función en su reconocimiento de marca involucrando primeramente a sus clientes, creando una marca única, memorable que los fidelice y que de igual manera posicione la empresa en el mercado logrando la captación de nuevos clientes.
- ✚ En cuanto a la publicidad en las redes es necesario mantener una actividad social constante para crear un vínculo de comunicación con los clientes actuales y potenciales para que estén enterados de todos los servicios que la empresa ofrece y de esta forma aumentar la visibilidad de la marca.
- ✚ Ya se posee por parte de los clientes una imagen atractiva y agradable, sin embargo, es necesario realizar cambios en el logo, que representen lo que hace, lo que es y lo que oferta como empresa y de esta manera lograr una mejor identidad y presencia en el mercado.
- ✚ La propuesta estratégica es una de las acciones más importantes que la empresa debe tomar en cuenta, ya que es una de las herramientas más eficientes, debido a que esta brinda la información necesaria para un mejor funcionamiento de la empresa obteniendo a la vez una mejor captación posibles clientes, manteniendo de igual manera la fidelidad de los actuales.

## Bibliografía

(Kotler, 2017)

(Ucha, 2012)

(Merino, 2014)

(significadoconcepto.com, s.f.)

(Thompson, Promonegocios.net, 2010)

## Bibliografía

Kotler, P. (2 de Octubre de 2017). *changemonk.com*. Recuperado el 20 de Marzo de 2019, de changemonk.com: <http://changemonk.com/gestion-de-cambio-definiciones/>

Merino, J. P. (2014). *Definicion de marca*. Recuperado el 15 de Enero de 2019, de Definicion de marca: <https://definicion.de/marca/>

*significadoconcepto.com*. (s.f.). Obtenido de <https://significadoconcepto.com/atencion-al-cliente/>

*sinnaps*. (s.f.). Recuperado el 31 de octubre de 2018, de metodologia cualitativa: <https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/metodologia-cualitativa>

Thompson, I. (Diciembre de 2010). *Promonegocios.net*. Recuperado el 20 de Marzo de 2019, de Promonegocios.net: <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/necesidad-definicion.html>

Ucha, F. (Agosto de 2012). *Definición ABC*. Recuperado el 20 de Marzo de 2019, de Definición ABC: <https://www.definicionabc.com/general/contratar.php>