

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
C.P: Marketing y Negocios Internacionales



Una Institución Adventista

Diseño de estrategias de Social Media para una institución gremial: Caso Cámara de Comercio, Producción y Turismo San Martín, 2019

Por:

Dallane Antonela Gómez Saldaña

María Laura Ruiz Dávila

Asesor:

Mtro. José Eber Paz Vilchez

Morales, diciembre del 2019

DECLARACIÓN JURADA DE AUTORIA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

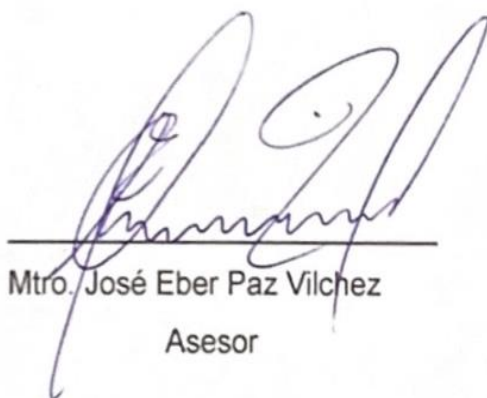
Mtro. José Eber Paz Vilchez, de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que el presente informe de investigación titulado: "DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE SOCIAL MEDIA PARA UNA INSTITUCIÓN GREMIAL: CASO CÁMARA DE COMERCIO, PRODUCCIÓN Y TURISMO SAN MARTÍN, 2019" constituye la memoria que presenta las estudiantes Dallane Antonela Gómez Saldaña y María Laura Ruiz Dávila; para aspirar al grado de bachiller en Marketing y Negocios Internacionales, cuyo trabajo de investigación ha sido realizado en la Universidad Peruana Unión, bajo mi dirección.

Las opiniones y declaraciones en este informe son de entera responsabilidad del autor, sin comprometer a la institución.

Y estando de acuerdo, firmo la presente constancia en Morales, a los tres días del mes de diciembre del año 2019.




Mtro. José Eber Paz Vilchez
Asesor

Diseño de estrategias de social media para una institución gremial:
Caso Cámara de Comercio, Producción y Turismo San Martín, 2019


TRABAJO DE INVESTIGACION

Presentada para optar el grado de bachiller en Marketing y Negocios
Internacionales

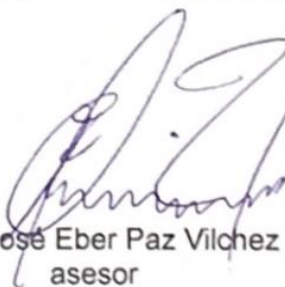
JURADO CALIFICADOR



Mtra. Ivencia De La Cruz Reyes
Presidente



Mtro. Elmer Cruzado Vásquez
Secretario



Mtro. José Eber Paz Vilchez
asesor

Morales, 03 de diciembre de 2019

Diseño de estrategias de social media para una institución gremial: Caso Cámara de Comercio, Producción y Turismo San Martín, 2019

Gómez Saldaña, Dallane Antonela ^{1*}Ruiz Dávila, María Laura^{2*}

^aEP. Marketing y Negocios Internacionales, Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad Peruana Unión – Filial Tarapoto

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo diseñar estrategias del social media marketing para la Cámara de Comercio, Producción y Turismo San Martín, 2019. El diseño metodológico consistió en un estudio de caso el cual permite el desarrollo de la cognición como un hacer y rehacer el objeto mismo, la técnica aplicada para la recolección de la información fue la guía de entrevista tanto una para el presidente de la institución, como otra para los cinco empresarios representantes de los diferentes gremios. Estas fueron validadas por 3 expertos en el tema abordado de acuerdo con el coeficiente de validez de contenido de Aiken, obteniendo un coeficiente igual a 1,00, por lo cual se afirma que el instrumento aplicado en la entrevista es válido. Se concluye que la Cámara de Comercio, Producción y Turismo San Martín cuenta con la red social de Facebook, con el objetivo de posicionar su marca e incrementar la asociatividad de las empresas, pero a su vez, no cuenta con diseños de estrategias de social media marketing. Respecto al contenido se observó que en el Fan Page difunde fotos de los eventos que realizan, así como también talleres y reuniones. Los resultados que obtuvieron fue la convocatoria de las personas para participar en sus actividades. La Cámara de Comercio, sí hace uso de Facebook Ads (campañas pagadas), por otro lado, mediante las entrevistas realizadas, los asociados utilizan con más frecuencia la red social de Facebook, por medio del dispositivo móvil. Se ha diseñado 3 campañas de social media como propuesta, una campaña por cada mes; en el mes de diciembre llamada “Únete al gremio empresarial en esta navidad”, en enero: “Descubre tus beneficios” y en febrero: “La Cámara está de fiesta”. Se concluye que la

institución utiliza la red social Facebook, con el objetivo de brindar mejores servicios a sus asociados, así como de informales las actividades que se realizan. Pero a su vez, no cuenta con un plan de marketing estratégico de social media.

Palabras clave: social media marketing, estrategias, redes sociales, Facebook, campañas.

Abstrac

The objective of the present investigation and research was the marketing strategies of social networks for the Cámara de Comercio, Producción y Turismo San Martín, 2019. The methodological design consisted in carrying out a case study that is the development of cognition and redo of the object itself, the technique applied to the collection of information was the interview guide, one for the president of the institution; and another one for the five businessmen representing the different guilds. These were validated by 3 experts on the subject addressed according to the coefficient of validity of the content of Aiken, obtaining a coefficient equal to 1.00, as regards we confirm that the instrument applied in the interview is valid. It's concluded that the Cámara de Comercio, Producción y Turismo San Martin has the social network of Facebook, with the aim of positioning its brand and increase the associativity of companies, but in turn, doesn't have a social media marketing network strategy design. Respect the content of the fan page, it was observed the company shares the photos of the events that take place, as well as workshops and meetings. The results that were obtained in the call is people who participates in their activities. La Cámara de Comercio, use Facebook ads (advertising campaigns), on the other hand, through interviews conducted, the most frequently used media in the social network is Facebook, through the mobile device. It has been designed 3 campaigns of social media, one campaign for each month; in the month of December is called "Unite al gremio empresario en seta naidid ", in January: "DeCuire Tus

beneficioso “and in February: “La Cámara está de fiesta”. It is concluded that the institution uses the social network Facebook, with the aim of provide better services to its members, as well as inform them of activities. But in turn, they don't have a strategic plan of social media marketing.

Keywords: social media marketing networks, strategies, social networks, Facebook, campaigns.

1. Introducción

Actualmente se está viviendo un mundo globalizado, y es de suma importancia que las empresas se dirijan a los mercados virtuales. Durante los últimos 10 años, las redes sociales han transformado la manera de hacer negocios, exigiendo a las empresas a crear estrategias de social media marketing sólidamente estructuradas, para atraer a sus potenciales clientes y a su vez aumentar sus ventas con el solo hecho de estar presentes en la web. (Redacción Comercial, 2016).

Bethencourt (2017) infiere que los medios sociales se han convertido en una excepcional herramienta de marketing gracias a su gran potencial de crear relaciones con los clientes. A diferencia del marketing tradicional, los social media implican un compromiso con los clientes, hablar con ellos y demostrarles que estás escuchando. Social media es compartir, y está demostrado que si lo hacemos bien obtendremos la lealtad de nuestro cliente y ser recomendados en su grupo social.

El social media marketing se encuentra en plena etapa de madurez, las marcas al nivel mundial están encontrando diferentes estrategias para darse a conocer y poder obtener los resultados esperados.

Existen empresas que en la actualidad que piensan que no es necesario invertir tiempo y dinero en las redes sociales, pese que un porcentaje alto se encuentra en el mundo digital y se convierten en sus competidores. El uso adecuado de las estrategias bien estructuradas del marketing digital, está dando espacio a la creatividad, innovación a las empresas y ayudan a conocer más a sus clientes, ya que los hábitos de consumo ahora se han vuelto digitales, los usuarios no quieren publicidad invasiva, quieren contenidos entretenidos e informativos, conocer más a las empresas.

En el Perú el crecimiento de la penetración del smartphone en los dos últimos años va en creciente, siendo el principal promotor de Internet, demuestra como el futuro está en los dispositivos móviles en nuestro país. Estas nuevas tendencias hacen que las empresas se preparen, sin embargo, aún no puede cubrir toda la demanda, por eso debemos conocer nuestro target , el grupo a quien nos dirigimos (GFK Perú 27, 2017).

Al ingresar al mundo digital no solo es el crear una página, un Fan Page, es crear un plan de contenidos estructurados y que sigan los lineamientos de los objetivos de la empresa para ser empleados en los medios digitales y de esa manera obtener resultados positivos.

Granada & Fernández (2014) en su trabajo de investigación analiza la intensidad del uso del social media por las diversas empresas del sector de lujo en el mundo. Definieron variables agrupadoras que permitieron estudiar el comportamiento de dichas empresas e identificar relaciones con el uso de social media. Los resultados arrojaron que las grandes empresas son más activas en las redes sociales, mientras que más pymes tienen menos presencia en redes.

Encinas (2015) nos habla sobre el plan de marketing de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Valladolid, en el cual se ha comprobado mediante diferentes análisis de cómo la Cámara se encarga de servicios para cumplir con su objetivo principal de satisfacer las necesidades de los empresarios. Potenciar el uso de las nuevas tecnologías, hoy se hace imprescindible para darse a conocer y conseguir un mayor desarrollo.

Así también el estudio de investigación realizado por Miñano (2016) propone una estrategia de comunicación a la Asociación Peruana de Ciencias Administrativas y Empresariales Nacional – APECA, con el propósito de posicionar la marca con público objetivo, creando, implementando y midiendo acciones de social media. Llegando a la conclusión de que la asociación APECA es una marca reconocida en un porcentaje importante de su público y con la continuidad de las acciones logrará ser una marca posicionada en el mercado al nivel que lo espera.

Sologuren (2013) en su investigación muestra el desarrollo de una estrategia de social media marketing para la empresa Alfil Communication Group, con el objetivo de desarrollar un buen posicionamiento e imagen de la empresa en el mercado. Llegando a la conclusión de que la empresa se encuentra enfrentando el hecho de no tener una imagen establecida en el mercado, lo cual genera que no tenga un posicionamiento instituido en rubro donde se encuentra.

En la Región San Martín, el crecimiento del marketing digital está creciendo, ya que muchas de las empresas se están sumando a esta ola digital y apuestan por poner en las plataformas a sus empresas.

Hemos observado que la Cámara de Comercio, Producción y Turismo San Martín, requiere del poder utilizar de manera adecuada estrategias de marketing digital, ya que estuvieron realizando contenidos sin un objetivo establecido y sin realizar un plan definido. Por lo tanto, deben darse a conocer en el mundo empresarial con estrategias bien estructuradas y con un lineamiento acorde de sus objetivos y políticas institucionales.

Es por ello, que hemos decidido llevar a cabo un análisis del contexto en que se desarrolla el Gremio Empresarial, que nos llevó a diseñar las estrategias de social media más factibles y que pueda beneficiar a la institución gremial.

2. Materiales y Métodos

La investigación se realizó en la Cámara de Comercio, Producción y Turismo San Martín, como elemento de estudio externo han participado 05 empresas asociadas a la institución de los sectores de comercio, producción y/o servicio, turismo, comercio exterior, construcción y conexos; así también como elemento de estudio interno ha participado el presidente de la institución.

Espinoza & Montes citado por (Domínguez, 2007) , refiere que el desarrollo de la cognición como un hacer y rehacer el objeto mismo, propone que, a partir de un razonamiento gnoseológico-social de correlación e investigación de la cognición, de la búsqueda sobre la formación y elaboración del propio progreso histórico de la exploración se puede evidenciar la fundación del objeto.

La técnica aplicada para la recolección de la información fue validado por 3 expertos en el tema abordado de acuerdo con el coeficiente de validez de contenido de Aiken, obteniendo un coeficiente igual a 1,00, por lo cual se concluimos que el instrumento aplicado en la entrevista es válido.

2.1. Participantes

Los participantes del estudio externo fueron 5 empresarios de los sectores de comercio, producción y/o servicio, construcción y conexos, comercio exterior y turismo asociados a la Cámara de Comercio, Producción y Turismo San Martín. Y el estudio interno fue dirigido al Dr. Beltrán Lozano Gonzáles, presidente de la institución.

Tabla 1. Resultados de los 5 empresarios de los diferentes gremios participantes

1. SECTOR COMERCIO (Útiles diversos para el hogar)						
N°	RUC	Razón Social	Rubro	Representante Legal	Dirección	Fecha desde que sigue al Fan Page de la CCPTSM
1	20493880471	NAKAMURA S.A.C.	Artículos para el hogar	Jorge Nakamura Hinostroza	Jr. Manco Cápac N° 149 - Tarapoto	10/01/13
2. SECTOR PRODUCCIÓN Y/O SERVICIOS						
Servicio de Courier						
N°	RUC	Razón Social	Rubro	Representante Legal	Dirección	Fecha desde que sigue al Fan Page de la CCPTSM
2	20284852045	OLVA S.R.L.	Servicio de Courier	Alberto Apolinaria Perona Butler	Jr. Jiménez Pimentel # 197 - Tarapoto	25/05/17
3. SECTOR CONSTRUCCIÓN Y/O CONEXOS						
Constructoras						
N°	RUC	Razón Social	Rubro	Representante Legal	Dirección	Fecha desde que sigue al Fan Page de la CCPTSM
3	20601054460	INVERSIONES E INMOBILIARIA SAN MARTIN S.A.C.	Inmobiliaria	Jaime Eduardo Ojeda Zalles Alan Garcia Torrejón	Jr.Raymondi N° 364 - Tarapoto	24/11/16
4. SECTOR COMERCIO EXTERIOR						
Empresas Exportadoras						
N°	RUC	Razón Social	Rubro	Representante Legal	Dirección	Fecha desde que sigue al Fan Page de la CCPTSM
4	20450266478	SHANANTINA S.A.C.	Sacha Inchi	Paz Monge Wilber Michel	Jr. Tobías Noriega	15/12/18

5. SECTOR TURISMO

Hoteles/Hospedajes

Nº	RUC	Razón Social	Rubro	Representante Legal	Dirección	Fecha desde que sigue al Fan Page de la CCPTSM
5	20136424867	DERRAMA MAGISTERIAL	Turismo – Hotel	Denis Calcina Asillo	Pje. Las flores Nº 224 - Banda de Shilcayo	3/02/19

Tabla 2. *Entrevista al presidente de la institución*

Fecha: 25 de abril del 2019

Entrevistado: Dr. Beltrán Lozano Gonzales – Presidente de la CCPTSM

Lugar: Local institucional – Jr. Manco Cápac N°196, Tarapoto

Tiempo: 30 minutos

Pregunta

Respuesta

1. ¿Cuál es el rol de la Cámara de Comercio, Producción y Turismo San Martín ante la sociedad?

Cámara de Comercio, Producción y Turismo de la Región San Martín, es una institución sin fines de lucro, tiene como objetivos promover el desarrollo económico, social y cultural de sus asociados, facilitar el desarrollo de las actividades programadas y en ejecución de las áreas, y módulos que operan en la Cámara y Contribuir al desarrollo económico, y la competitividad empresarial de los micro, pequeños y medianos empresarios.

Actualmente son 230 empresas que están asociadas a esta institución, muchas de ellas son emprendimientos que con mucho sacrificio han logrado constituir su empresa, su enfoque ha sido principalmente en producción y ventas y se han descuidado en cierta medida de la gestión estratégica de la organización.

2. ¿Cuál es su público objetivo? (target)

La Cámaras representan, promueven y defienden los intereses generales del comercio, la producción, el turismo y los servicios. Es por ello que la Cámara de Comercio trata los intereses económicos del conjunto de las empresas, en este caso de la Región San Martín. El público objetivo de la Cámara de Comercio son todos aquellos empresarios y futuros empresarios (emprendedores) de la región, y por otro lado cualquier persona física o jurídica interesada en mejorar su formación académica para su desarrollo profesional.

3. ¿Con qué redes sociales cuenta la institución?

Actualmente contamos con nuestras cuentas en Facebook e Instagram.

4. ¿Cuál fue el objetivo de crear esas redes sociales?

El principal objetivo fue brindar mejores servicios a nuestros asociados, mediante el uso de estos medios digitales, donde se puedan informar de nuestras actividades.

5. ¿Qué estrategia de social media marketing se ha desarrollado en la institución?

Se realizan las publicaciones de acuerdo a las actividades que realizamos en la institución, no contamos una estrategia de social media para nuestras redes sociales.

6. ¿Qué tipo de contenidos se comparte en las redes sociales de la institución?

Nuestros contenidos son de acuerdo a las actividades que realizamos tales como talleres, reuniones, son contenidos informativos.

7. ¿Con qué frecuencia realizan publicaciones aplicando las estrategias de social media

Se publica interdiario según las actividades que realicemos, así como en los eventos que participamos.

8. ¿Qué resultados se obtuvo al aplicar esas estrategias?

Aún no tenemos identificado los resultados, pero se observa que se ha incrementado la participación de nuestros asociados en nuestras capacitaciones.

9. ¿Hacen uso de Facebook Business?

Tenemos nuestro Fan page, que lo utilizamos por medio del aplicativo de Facebook, pero aún no hacemos uso del Facebook business.

10. ¿Cuenta con un Community Manager?

Tenemos a nuestras colaboradoras de la institución que son las encargadas de hacer las publicaciones en nuestras redes sociales, pero no contamos con un community manager.

11. ¿Desearía tener un plan de social media para la institución?, Que beneficio le daría a la institución y asociado?

Estamos abierto a las posibilidades de mejoras en nuestra institución y si deseamos contar con un plan de social media para mejorar la imagen de nuestra institución y así beneficiar a nuestros asociados, a través de la difusión de sus empresas, por medio de nuestras redes sociales.

2.2. Instrumentos

Los instrumentos utilizados fueron: para la entrevista al Presidente de la CCPTSM, se empleó una guía de entrevista que consistió en 11 preguntas giradas en torno al uso de estrategias de social media en la CCPTSM. Tuvo una duración de 30 minutos y fue validada por 3 expertos en el tema abordado.

Así mismo también se empleó la guía de entrevista para los 5 empresarios de los sectores de comercio, producción y/o servicio, turismo, exportación, construcción y conexos asociados a la Cámara de Comercio, Producción y Turismo San Martín. Del cual contó con 7 preguntas sobre sus preferencias en el tema de redes sociales. Cada entrevista tuvo una duración aproximada de 5 minutos y también fue validada por 3 expertos del tema.

2.3. Análisis de datos

Para el procesamiento y análisis de datos se utilizó la revisión y transcripción de la guía de entrevista realizada al presidente, la cual se hizo un estudio minucioso para obtención de información para la aplicación de la propuesta.

Posteriormente de la entrevista a los cinco asociados de la Cámara de Comercio, Producción y Turismo San Martín; se procesó la información obtenida mediante análisis.

3. Resultados y Discusión

En este se presenta el análisis descriptivo de los aspectos generales del estudio.

Resultado 1

En la tabla 3, se puede apreciar el análisis de los resultados extraídos de la entrevista a los asociados de la Cámara de Comercio, Producción y Turismo San Martín, sobre las redes sociales que son utilizadas con más frecuencia y un promedio de su permanencia en estas. En ella, se puede observar que una mayoría de 66,7% de asociados utilizan la red social de Facebook por lo menos una hora al día. Y un 33,3% lo usan de tres horas a más. Mientras que la mitad, un 50% de asociados utilizan la red social de Instagram una hora diaria. Y el otro 50% lo usa de tres horas a más.

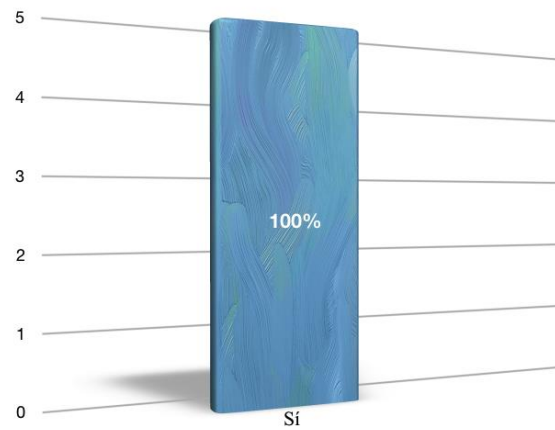
Resultado 2

En la tabla 4, se puede observar los dispositivos que usan los asociados entrevistados de la Cámara de Comercio, Producción y Turismo San Martín para conectarse y la periodicidad en la que ingresan a las redes sociales. En la cual, se muestra que un 40% de asociados se conectan todos los días por su celular. Y un 60% de asociados, se conectan también todos los días mediante el computador.

Gráfico 1

En el gráfico 1, podemos observar que el 100% de los asociados de la Cámara de Comercio,

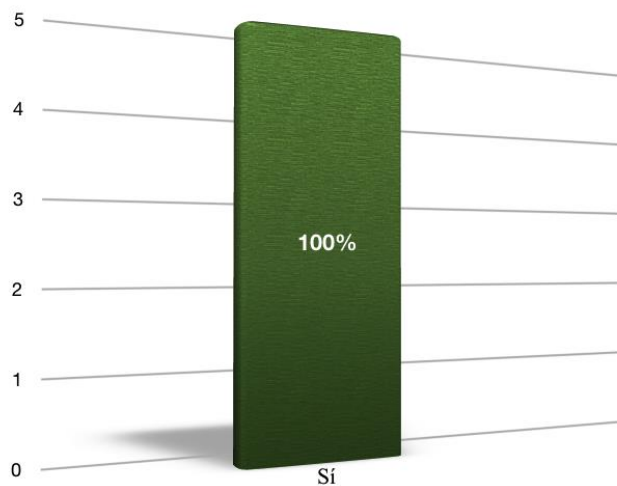
¿Sigue en su red social a algunas páginas?



Producción y Turismo de San Martín que fueron entrevistados, sí siguen en sus redes sociales a algunas páginas ya sea en Facebook o Instagram.

Gráfico 2

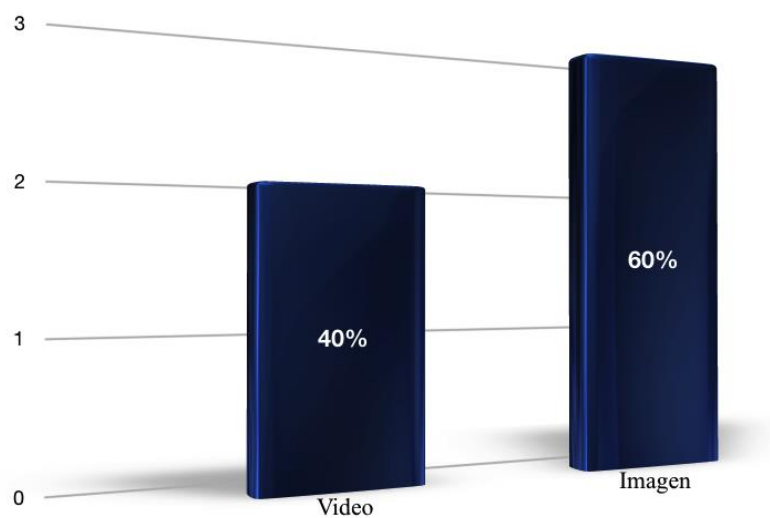
¿Sigue a la página de la Cámara de Comercio, Producción y Turismo de San Martín?



En el gráfico número 2, se puede apreciar que el 100% de los asociados entrevistados, siguen a la página de la Cámara de Comercio, Producción y Turismo San Martín en sus redes sociales.

Gráfico 3

¿Qué contenido espera encontrar en la página de la Cámara de Comercio, Producción y Turismo de San Martín?



En el gráfico número 3, se puede observar que un 60% de los asociados entrevistados esperan encontrar un contenido visual en la página de la Cámara de Comercio, Producción y Turismo San Martín. Mientras que un 40% de asociados prefiere un contenido audiovisual.

4. Propuesta del Caso

Iniciaremos realizando un diagnóstico a fin de conocer como se están empleando las estrategias, luego procederemos a elegir las redes sociales, estas deberán ser las que más usan los asociados de la institución. Seguidamente procederemos a diseñar la estrategia según la red social elegida, y finalmente propondremos algunos mecanismos de evaluación de la estrategia.



Figura N°1. Proceso para diseñar la estrategia Social media marketing en la Cámara de Comercio, Producción y Turismo San Martín.

Fuente: Ian Dodson (2016)

4.1 Diseño de la estrategia

4.1.2 Selección de redes sociales.

Con los resultados anteriormente detallados, la primera red social que se utilizará será la plataforma de Facebook, ya que la mayoría de sus clientes potenciales tienen como prioridad el utilizar esta red social. Facebook va renovando su plataforma para ofrecer mejores estrategias para que las empresas puedan hacer uso de Facebook business, de una manera más amena e interactiva (Rouhiainen, 2016).

Objetivos de red sociales

Los dos objetivos propuestos con el uso de la red social para la empresa son:

- Mejorar el posicionamiento de la marca.
- Incrementar la asociatividad de las empresas.

4.2 Facebook

Facebook tiene muchas herramientas que lo hacen único, y en los últimos años se ha convertido en la red social de más rápido crecimiento, que da la posibilidad de interacción de las empresas con su público que cuenta con un canal de retroalimentación, hasta con un espacio de promoción, información y mercadeo Rouhiainen (2016)

Es así que Facebook permite tener a las empresas un perfil donde pueden promocionar sus productos o servicios, facilita la posibilidad de segmentar el mercado.

Lo que conlleva a que las empresas gracias a la plataforma de Facebook, pueden compartir la propuesta de valor que tienen, de esa manera haciendo uso de esta red social darán a conocer ante el mundo, su marca.

4.3 Antecedentes de fan page en Facebook

La página de la Cámara de Comercio, Producción y Turismo San Martín, fue creada el 25 de octubre del 2011, la cual tiene implementado lo primordial, foto de perfil y portada que se comparte a través de su página.



Figura N°2. Presentación general de la página de la Cámara de Comercio, Producción y Turismo San Martín.



Figura N°3. Presentación de imagen compartida en su fan page.



Figura N°4. Imágenes compartidas en el fan page de los eventos que realizan.



Figura N°5. Imágenes de la ventana de Messenger de la página de la Cámara de Comercio, Producción y Turismo San Martín.

4.3.1 Aspectos generales de fan page

De acuerdo a lo observado mediante las imágenes, el fan page tiene una foto de perfil y portada, que va acorde con los servicios que brinda la institución, las publicaciones compartidas son: post de los eventos que realizan, reuniones y/o talleres. En cuanto al momento de enviar un mensaje, no existe un mensaje personalizado, tienen activado los mensajes instantáneos de Facebook que no tiene coherencia con los servicios que brindan.

Hemos decidido dar una imagen corporativa muy bien definida para la Cámara de Comercio, Producción y Turismo San Martín, que estén acorde a sus objetivos y alineado a las actualizaciones que nos brinda la plataforma de Facebook para empresas.

4.3.2 Proceso del diseño de la estrategia

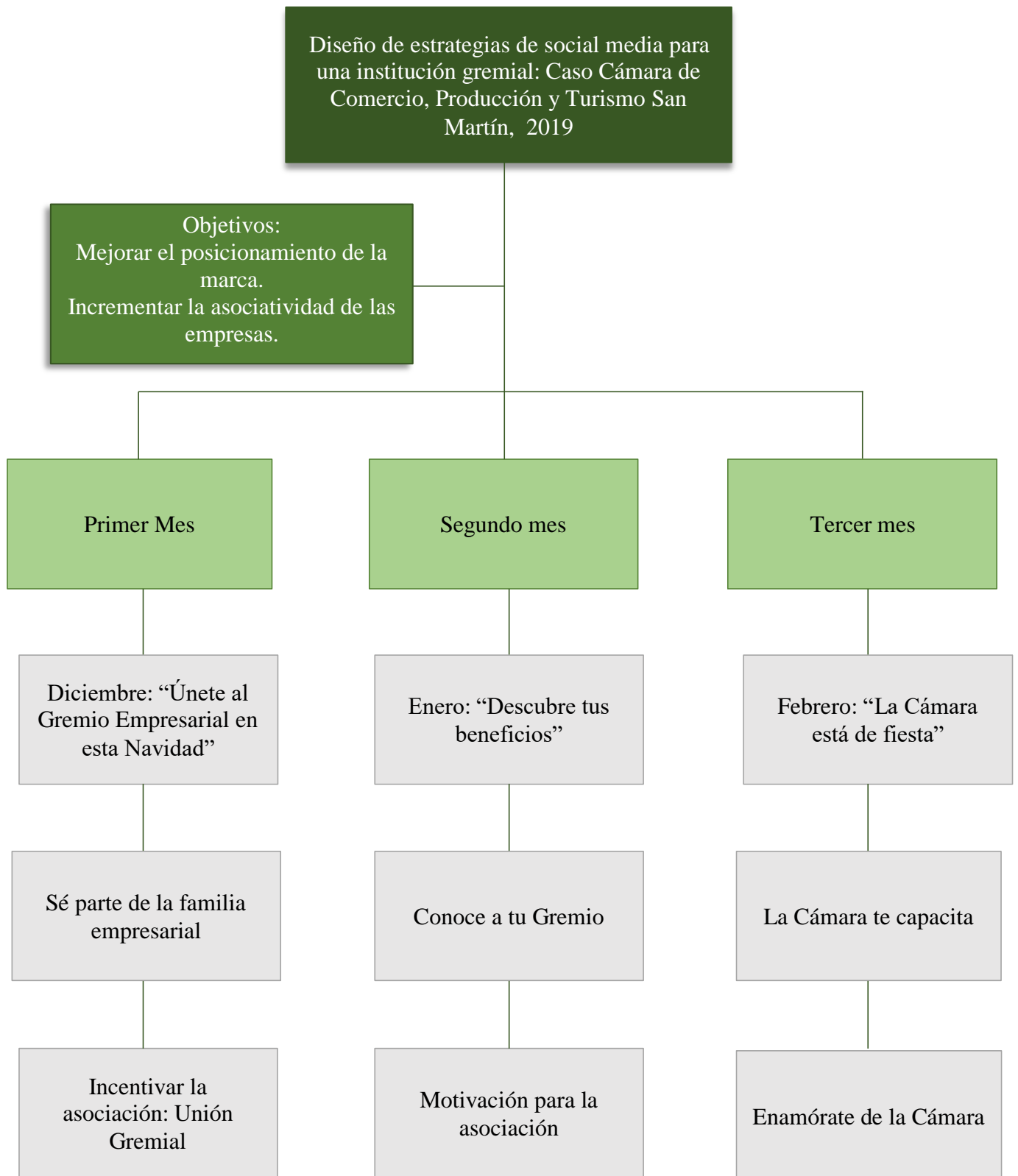


Figura N°6. Diagrama del diseño de estrategias

Tabla 5. Campañas de la Cámara de Comercio, Producción y Turismo San Martín

Mes	Diciembre
Campaña:	Únete al Gremio Empresarial en esta Navidad
1	Post de logros del mes anterior
6	Post GIF
9	Post sorteo de canasta de productos del Gremio exportador
13	Post sobre el beneficio de asesoría legal
16	Post de anuncio al ganador del sorteo
20	Post previo a navidad de la Cámara
24	Post navideño de la CCPTSM
27	Post sobre el beneficio de centro de arbitraje
31	Video de fin de año
Mes	Enero
Campaña:	Descubre tus beneficios
2	Post de bienvenida a un nuevo año en la CCPTSM
6	Video sobre la importancia de pertenecer a la Cámara
9	Post sobre el beneficio del 50% en regularización de protestos y moras
13	Post de sorteo de un descuento de 30% para el alquiler del auditorio (público en general)
16	Post sobre el beneficio de capacitaciones empresariales
20	Post de anuncio al ganador del sorteo
23	Post sobre certificación de origen
27	Video de lo fácil y el poco trámite que es asociarse
31	Video de logros del mes
Mes	Febrero
Campaña:	La Cámara está de fiesta
2	Post de metas para el resto del año como Cámara
6	Post sobre el beneficio de defensa empresarial
9	Post de encuesta sobre temas que desearían que se desarrollaran para capacitaciones
13	Video sobre aniversario y trayectoria histórica de la CCPTSM
16	Video de lo que fue la celebración del aniversario
20	Post de sorteo de un diseño de flyer de la empresa del asociado
23	Post sobre el beneficio para el gremio de turismo
27	Post de anuncio al ganador del sorteo
29	Video de logros del mes

4.3.3. Campaña diciembre: Únete al Gremio Empresarial esta Navidad

Diciembre, mes de celebrar la navidad. Se representará esta festividad junto con el objetivo de incrementar la asociatividad y el posicionamiento de marca. Se requiere que la CCPTSM sea más unida con sus asociados y a la vez llame la atención de más empresas. De tal modo que se realizará dos campañas, antes mencionadas, de las cuales se dividirán cada una por dos semanas contando con dos publicaciones.

Foto de perfil: Se cambiará el logotipo original por uno con un gorro de navidad, haciendo referencia a la celebración.

Portada: Se cambiará la portada por una frase navideña de parte de la CCPTSM.

Tabla 6. Logros del mes anterior

Fecha	01 de diciembre
Acto	Post de logros del mes anterior
Acción a realizar	Compartir imagen <ul style="list-style-type: none">• Imagen: Subir una imagen, donde se mencionen los logros obtenidos el mes anterior adjuntado con fotos diversas.• Descripción: ¡Bienvenido diciembre! Grandes experiencias y logros nos dejó el mes anterior. A seguir mejorando para todos nuestros asociados en este mes de unión y prosperidad. Aquí les dejamos lo que fue el mes de noviembre.
Usuarios a los que va dirigida	Asociados de la CCPTSM y público en general
Personal encargado	Community manager y diseñador gráfico
Indicadores a evaluar	Aumento de interacciones en la publicación mediante reacciones, comentarios y compartidos. Del mismo modo aumento de seguidores en el fan page.

Tabla 7. Familia de asociados

Fecha	06 de diciembre
Acto	Post GIF
Acción a realizar	Compartir GIF <ul style="list-style-type: none">• GIF: Subir un GIF, de una pequeña recopilación de la empresas asociadas.• Descripción: Estas son alguna empresas que están asociadas. Y tú, ¿Te vas a perder la oportunidad de pertenecer al gremio más importante de la región? Pregunta por nuestro beneficios. #ÚneteAlGremioEnEstaNavidad
Usuarios a los que va dirigido	Asociados de la CCPTSM y público en general
Personal encargado	Community manager y diseñador gráfico
Indicadores a evaluar	Aumento de interacciones en la publicación mediante reacciones, comentarios y compartidos. Del mismo modo aumento de seguidores en el fan page.

Tabla 8. Canasta navideña

Fecha	09 de diciembre
Acto	Post de sorteo de canasta de productos del Gremio exportador.
Acción a realizar	<p>Compartir post (imagen)</p> <ul style="list-style-type: none">• Imagen: Subir una ilustración, donde se pueda apreciar una canasta navideña llena de productos para sortear.• Bases del concurso: -Dar me gusta al fan page, para ganar mayores seguidores y tener más alcance. -Etiquetar a 3 amigos en el mismo comentario. Para que más gente pueda seguir a la página y recibir información de la Cámara. -Compartir la publicación en modo público con el hashtag #UniónGremial. Para tener una mayor recepción del público y llamar su atención.• Descripción: La CCPTSM, quiere regalarte una canasta llena de productos brindados por el Gremio Exportador para que pases tu navidad de la mejor manera. Para ser acreedor de este premio sólo tienes que seguir los siguientes pasos:<ul style="list-style-type: none">- Dar me gusta a nuestra página.- Etiquetar a 3 amigos en el mismo comentario.- Comparte esta publicación en modo público con el hashtag #UniónGremial.¡Y eso es todo! Estaremos anunciando al ganador el 16 de diciembre a las 8 a.m. Suerte a todos.
Usuarios a los que va dirigido	Asociados de la CCPTSM y público en general.
Personal encargado	Community manager y diseñador gráfico
Indicadores a evaluar	Aumento de interacciones en la publicación mediante reacciones, comentarios y compartidos. Del mismo modo aumento de seguidores en el fan page.

Tabla 9. Asesoría legal en la CCPTSM

Fecha	13 de diciembre
Acto	Post sobre el beneficio de asesoría legal
Acción a realizar	Compartir imagen <ul style="list-style-type: none">• Imagen: Subir una imagen, en donde el tema principal sea la asesoría legal y sus respectivos beneficios que recibe el asociado por parte de la CCPTSM. Esta contará con elementos visuales llamativos y agradables a la vista.• Descripción: La Cámara te ofrece el servicio de asesoría legal a tu empresa. No dejes pasar este gran beneficio para tu empresa y¡Asóciate ya!
Usuarios a los que va dirigida	Asociados de la CCPTSM y público en general
Personal encargado	Community manager y diseñador gráfico
Indicadores a evaluar	Aumento de interacciones en la publicación mediante reacciones, comentarios y compartidos. Del mismo modo aumento de seguidores en el fan page.

Tabla 10. Anuncio de ganador

Fecha	16 de diciembre
Acto	Post de anuncio al ganador del sorteo
Acción a realizar	Compartir post (imagen) <ul style="list-style-type: none">• Imagen: Subir una imagen, donde la Cámara anuncie el nombre del ganador de la canasta navideña y deseándole buenos deseos en esta navidad.• Descripción: ¡Queremos felicitar a nuestro(a) ganador(a) de la canasta navideña! El gremio exportador y la CCPTSM te deseamos que pases una bonita navidad y los mejores éxitos junto a nosotros. #UniónGremial
Usuarios a los que va dirigida	Asociados de la CCPTSM y público en general
Personal encargado	Community manager y diseñador gráfico
Indicadores a evaluar	Aumento de interacciones en la publicación mediante reacciones, comentarios y compartidos. Del mismo modo aumento de seguidores en el fan page.

Tabla 11. Acercádonos a la navidad

Fecha	20 de diciembre
Acto	Post previo a navidad de la Cámara
Acción a realizar	Compartir imagen <ul style="list-style-type: none">• Imagen: Subir un video, recordando la magia de la navidad y la unión en cada familia Tarapotina. Para así ganar la confianza de nuestra comunidad.• Descripción: Se acerca la navidad y queremos recordarte lo especial que es. #UniónGremial es unión empresarial.
Usuarios a los que va dirigida	Asociados de la CCPTSM y público en general
Personal encargado	Community manager y diseñador gráfico
Indicadores a evaluar	Aumento de interacciones en la publicación mediante reacciones, comentarios y compartidos. Del mismo modo aumento de seguidores en el fan page.

Tabla 12. La CCPTSM te desea una feliz navidad

Fecha	24 de diciembre
Acto	Post navideño de la CCPTSM
Acción a realizar	Compartir imagen <ul style="list-style-type: none">• Imagen: Una ilustración con los colores respectivos de la celebración, en donde se pueda apreciar el logotipo de la Cámara y sus buenos deseos acompañado de una frase navideña.• Descripción: No sólo somos una gran familia de trabajo, también como una gran familia laboral. ¡Feliz navidad a todos nuestros asociados! Te desea, tu familia CCPTSM.
Usuarios a los que va dirigida	Asociados de la CCPTSM y público en general
Personal encargado	Community manager y diseñador gráfico
Indicadores a evaluar	Aumento de interacciones en la publicación mediante reacciones, comentarios y compartidos. Del mismo modo aumento de seguidores en el fan page.

Tabla 13. *La CCPTSM como centro de arbitraje*

Fecha	27 de diciembre
Acto	Post sobre el beneficio del centro de arbitraje
Acción a realizar	Compartir imagen <ul style="list-style-type: none">• Imagen: Subir una imagen, en donde el tema a tratar sea el cómo la Cámara actúa como centro de arbitraje para sus asociados y sus beneficios.• Descripción: La CCPTSM te ayudará en temas de arbitraje a tu empresa. ¡Pregúntanos cómo!
Usuarios a los que va dirigida Personal encargado Indicadores a evaluar	Asociados de la CCPTSM y público en general Community manager y diseñador gráfico Aumento de interacciones en la publicación mediante reacciones, comentarios y compartidos. Del mismo modo aumento de seguidores en el fan page.

Tabla 14. *Un gran año para la CCPTSM*

Fecha	31 de diciembre
Acto	Video de fin de año
Acción a realizar	Compartir video <ul style="list-style-type: none">• Video: Subir un video, en donde se pueda apreciar una recopilación de todos los logros alcanzados, actividades y eventos partícipes de la CCPTSM de todo el año.• Duración: 2 minutos• Descripción: La CCPTSM no quiere dejar pasar esta oportunidad para celebrar con ustedes el cierre de año y el inicio de otro que está por llegar. ¡Feliz año nuevo a todos nuestros asociados y público en general!
Usuarios a los que va dirigido Personal encargado Indicadores a evaluar	Asociados de la CCPTSM y público en general Community manager y diseñador gráfico Aumento de interacciones en la publicación mediante reacciones, comentarios y compartidos. Del mismo modo aumento de seguidores en el fan page.

4.3.4. Campaña enero: Descubre tus beneficios

Con esta campaña lo que se quiere buscar principalmente es que los asociados e interesados puedan enterarse y/o volver a informarse de los beneficios que traen consigo la asociación a la Cámara de Comercio, Producción y Turismo San Martín. Y con esto, que se incremente la asociatividad en la empresa.

Foto de perfil: Se cambiará la foto de perfil con el logotipo de la empresa.

Portada: Se presentará un nuevo video numerando los beneficios de la asociación.

Tabla 15. Nuevo año, nuevas metas

Fecha	02 de enero
Acto	Post de bienvenida a un nuevo año en la CCPTSM
Acción a realizar	Compartir imagen <ul style="list-style-type: none">• Imagen: Subir una imagen al fan page, en donde se pueda apreciar la frase de “Feliz año nuevo 2020” con decoraciones festivas y el logo de la Cámara.• Descripción: ¡Bienvenido diciembre! Grandes experiencias y logros nos dejaron el mes anterior. A seguir mejorando para todos nuestros asociados en este mes de unión y prosperidad. Aquí les dejamos lo que fue el mes de noviembre.
Usuarios a los que va dirigida	Asociados de la CCPTSM y público en general
Personal encargado	Community manager y diseñador gráfico
Indicadores a evaluar	Aumento de interacciones en la publicación mediante reacciones, comentarios y compartidos. Del mismo modo aumento de seguidores en el fan page.

Tabla 16. Importancia de la CCPTSM

Fecha	06 de enero
Acto	Video sobre la importancia de pertenecer a la Cámara
Acción a realizar	Compartir video <ul style="list-style-type: none">• Video: Subir un video al fan page, en donde se pueda distinguir algunas de las razones del por qué es importante la CCPTSM.• Duración: 1 minuto• Descripción: Y tú ¿Ya te asociaste? No esperes más para ser parte del Gremio Empresarial más prestigioso de toda la región. #DescubreTusBeneficios Asociados de la CCPTSM y público en general Community manager y diseñador gráfico
Usuarios a los que va dirigido Personal encargado Indicadores a evaluar	Aumento de interacciones en la publicación mediante reacciones, comentarios y compartidos. Del mismo modo aumento de seguidores en el fan page.

Tabla 17. Asesoría en comercio exterior

Fecha	09 de enero
Acto	Post sobre el beneficio de asesoría en comercio exterior
Acción a realizar	Compartir imagen <ul style="list-style-type: none">• Imagen: Subir una imagen al fan page, en donde aparezca el beneficio de asesoría en comercio exterior como título principal y sus explicaciones seguidamente. Imagen diseñada de forma agradablemente visual.• Descripción: ¿Sabías qué? Ser asociado de la CCPTSM te brinda el beneficio de asesorías en comercio exterior para ti y tu empresa. Descubre esto y mucho más perteneciendo a esta gran familia Gremial. ¿Te lo vas a perder? #DescubreTusBeneficios.
Usuarios a los que va dirigida Personal encargado Indicadores a evaluar	Asociados de la CCPTSM y público en general. Community manager y diseñador gráfico Aumento de interacciones en la publicación mediante reacciones, comentarios y compartidos.

Del mismo modo aumento de seguidores en el fan page.

Tabla 18. *La Cámara te brinda los mejores beneficios*

Fecha	13 de enero
Acto	Post de sorteo de un descuento del 30% para alquiler de los auditorios de la CCPTSM
Acción a realizar	<p>Compartir post (imagen)</p> <ul style="list-style-type: none">• Imagen: Subir una ilustración, donde se aprecie los auditorios de la CCPTSM con la descripción del descuento y el anuncio del sorteo.• Bases del concurso: -Dar me gusta al fan page, para ganar mayores seguidores y tener más alcance. -Etiquetar a 3 amigos en el mismo comentario. Para que más gente pueda seguir a la página y recibir información de la Cámara. -Compartir la publicación en modo público con el hashtag #DescubreTusBeneficios. Para tener una mayor recepción del público y llamar su atención.• Descripción: La CCPTSM te regala el 30% de descuento en alquiler en cualquiera de sus auditorios. ¡Imposible perderselo! Para ser acreedor de este descuento, sólo tienes que seguir los siguientes pasos:<ul style="list-style-type: none">- Dar me gusta a nuestra página.- Etiquetar a 3 amigos en el mismo comentario.- Comparte esta publicación en modo público con el hashtag #DescubreTusBeneficios.¡Y listo! Estaremos anunciando al ganador el 20 de enero a las 8 a.m. Mucha suerte.
Usuarios a los que va dirigida	Asociados de la CCPTSM y público en general
Personal encargado	Community manager y diseñador gráfico
Indicadores a evaluar	Aumento de interacciones en la publicación mediante reacciones, comentarios y compartidos. Del mismo modo aumento de seguidores en el fan page.

Tabla 19. Asesoría en turismo por la CCPTSM

Fecha	16 de enero
Acto	Post sobre el beneficio de asesoría en turismo
Acción a realizar	Compartir imagen <ul style="list-style-type: none">• Imagen: Subir una imagen al fan page, en donde aparezca el beneficio de asesoría en turismo como tema principal y sus respectivos beneficios.• Descripción: ¿Sabías qué? Ser asociado de la CCPTSM te brinda el beneficio de asesorías en turismo. No esperes más para ser parte de esta gran familia Gremial. #DescubreTusBeneficios
Usuarios a los que va dirigida	Asociados de la CCPTSM y público en general
Personal encargado	Community manager y diseñador gráfico
Indicadores a evaluar	Aumento de interacciones en la publicación mediante reacciones, comentarios y compartidos. Del mismo modo aumento de seguidores en el fan page.

Tabla 20. Anuncio del ganador del sorteo

Fecha	20 de enero
Acto	Post de anuncio al ganador del sorteo
Acción a realizar	Compartir post (imagen) <ul style="list-style-type: none">• Imagen: Subir una imagen, donde la Cámara anuncie el nombre del ganador del sorteo/descuento del alquiler.• Descripción: ¡Felicitamos a nuestro(a) ganador(a) que se ha convertido en el(la) acreedor(a) del 30% de descuento en alquiler de cualquiera de los auditorios! Comunícate con nosotros para acordar la fecha del uso de tu premio. Pronto, más beneficios. #DescubreTusBeneficios
Usuarios a los que va dirigida	Asociados de la CCPTSM y público en general
Personal encargado	Community manager y diseñador gráfico
Indicadores a evaluar	Aumento de interacciones en la publicación mediante reacciones, comentarios y compartidos. Del mismo modo aumento de seguidores en el fan page.

Tabla 21. Asesoría a la vanguardia de las estrategias

Fecha	23 de enero
Acto	Post sobre el beneficio de asesoría en marketing estratégico
Acción a realizar	Compartir imagen <ul style="list-style-type: none">• Imagen: Subir una imagen al fan page, en donde aparezca el beneficio de asesoría en marketing estratégico con letras llamativas y el desglose de sus beneficios.• Descripción: ¿Sabías qué? Ser asociado de la CCPTSM te brinda el beneficio de asesorías en marketing estratégico. Aprende sobre las nuevas estrategias del mercado y #DescubreTusBeneficios
Usuarios a los que va dirigida	Asociados de la CCPTSM y público en general
Personal encargado	Community manager y diseñador gráfico
Indicadores a evaluar	Aumento de interacciones en la publicación mediante reacciones, comentarios y compartidos. Del mismo modo aumento de seguidores en el fan page.

Tabla 22. Poco tiempo, grandes beneficios

Fecha	27 de enero
Acto	Video de lo fácil y el poco trámite que es asociarse
Acción a realizar	Compartir video <ul style="list-style-type: none">• Video: Subir un video al fan page, en donde se explique el proceso de asociación a la CCPTSM y su simplicidad de trámite.• Descripción: Sin más tiempo, sin más trámites. Sé parte de este gran Gremio. #DescubreTusBeneficios
Usuarios a los que va dirigido	Asociados de la CCPTSM y público en general
Personal encargado	Community manager y diseñador gráfico
Indicadores a evaluar	Aumento de interacciones en la publicación mediante reacciones, comentarios y compartidos. Del mismo modo aumento de seguidores en el fan page.

Tabla 23. *Recopilación de inicio de año*

Fecha	31 de enero
Acto	Video de logros del mes
Acción a realizar	Compartir video <ul style="list-style-type: none">• Video: Subir video, en donde se pueda apreciar una recopilación de todos los logros alcanzados, actividades y eventos desarrollados en el mes anterior• Duración: 1 minuto• Descripción: La CCPTSM se complace en presentarle una pequeña recopilación de lo que fue el mes de enero. ¡Esperamos que sea de su agrado!
Usuarios a los que va dirigido	Asociados de la CCPTSM y público en general
Personal encargado	Community manager y diseñador gráfico
Indicadores a evaluar	Aumento de interacciones en la publicación mediante reacciones, comentarios y compartidos. Del mismo modo aumento de seguidores en el fan page.

4.3.5. Campaña febrero: La Cámara está de fiesta

La dinámica de esta campaña por el mes de febrero es que los asociados e interesados puedan unirse a la celebración de un año más de la Cámara de Comercio, Producción y Turismo San Martín. Motivo por el cual deben sentirse identificados con la empresa, aprovechar sus beneficios y así motivar a la asociatividad colectiva.

Foto de perfil: Se cambiará la foto de perfil con el logotipo de las empresas con decoraciones festivas.

Portada: Se presentará un nuevo video en el que se pueda apreciar la frase de “La Cámara está de fiesta” haciendo referencia también al nombre de nuestra campaña.

Tabla 24. Metas por cumplir

Fecha	02 de febrero
Acto	Post de metas para el resto del año
Acción a realizar	Compartir imagen <ul style="list-style-type: none">• Imagen: Subir una imagen, en la cual se aparece diversas metas por cumplir como Cámara por el resto del año.• Descripción: Porque la Cámara nunca para y siempre hay motivos para seguir adelante. Agradecidos por contar con su apoyo y respaldo.
Usuarios a los que va dirigida	Asociados de la CCPTSM y público en general
Personal encargado	Community manager y diseñador gráfico
Indicadores a evaluar	Aumento de interacciones en la publicación mediante reacciones, comentarios y compartidos. Del mismo modo aumento de seguidores en el fan page.

Tabla 25. Beneficio del asociado

Fecha	06 de febrero
Acto	Post sobre el beneficio de información empresarial.
Acción a realizar	Compartir imagen <ul style="list-style-type: none">• Imagen: Subir una imagen, en donde aparezca el beneficio de información empresarial y las razones por la cual beneficia al asociado.• Descripción: ¿Sabías qué? Ser asociado de la CCPTSM te brinda el beneficio de Información empresarial. Con información de los reportes regionales de fuentes fidedignas y exclusivas solamente para ti. Descubre esto y muchos beneficios que ofrecemos.
Usuarios a los que va dirigida	Asociados de la CCPTSM y público en general
Personal encargado	Community manager y diseñador gráfico
Indicadores a evaluar	Aumento de interacciones en la publicación mediante reacciones, comentarios y compartidos. Del mismo modo aumento de seguidores en el fan page.

Tabla 26. *Nos importa tu opinión*

Fecha	09 de febrero
Acto	Post de encuesta sobre qué temas desearían que se desarrollaran para las capacitaciones
Acción a realizar	Compartir post <ul style="list-style-type: none">• Publicación: Subir una encuesta interactiva brindada por la misma plataforma de Facebook y con alternativas de temas que tengan que ver con la Cámara y sus gremios representativos. Para que así, los asociados y público en general pueda votar por tema de su mayor interés. Y con esto, fomentar el interés en nuestra audiencia.• Descripción: Porque queremos saber tu opinión. Déjanos saber que temas son de tu interés para futuras capacitaciones en la CCPTSM. Vota aquí.
Usuarios a los que va dirigida	Asociados de la CCPTSM y público en general.
Personal encargado	Community manager y diseñador gráfico
Indicadores a evaluar	Aumento de interacciones en la publicación mediante reacciones, comentarios y compartidos. Del mismo modo aumento de seguidores en el fan page.

Tabla 27. *69 aniversario de la CCPTSM*

Fecha	13 de febrero
Acto	Video sobre el aniversario y trayectoria histórica de la CCPTSM
Acción a realizar	Compartir video <ul style="list-style-type: none">• Video: Subir una ilustración, donde se aprecie los auditorios de la CCPTSM con la descripción del descuento y el anuncio del sorteo.• Duración: 2 minutos• Descripción: ¡La Cámara está de fiesta! 69 años al servicio a nuestros asociados y público San Martinense. Estamos muy agradecidos con cada uno de ustedes y esperamos seguir trabajando como líderes en el Gremio Empresarial.
Usuarios a los que va dirigido	Asociados de la CCPTSM y público en general
Personal encargado	Community manager y diseñador gráfico
Indicadores a evaluar	Aumento de interacciones en la publicación mediante reacciones, comentarios y compartidos.

Del mismo modo aumento de seguidores en el fan page.

Tabla 28. *Lo que fue el aniversario en la CCPTSM*

Fecha	16 de febrero
Acto	Video de lo que fue la celebración del aniversario
Acción a realizar	Compartir video <ul style="list-style-type: none">• Video: Subir un video a la página, de una serie de recopilaciones de fotos y clips de lo que fue la celebración por aniversario de la CCPTSM.<ul style="list-style-type: none">• Duración: 1 minuto• Descripción: Agradecidos con nuestra familia empresarial. Ansiosos por lo que viene y más. Aquí le dejamos lo que fue la celebración de los 69 años de la CCPTSM.
Usuarios a los que va dirigido	Asociados de la CCPTSM y público en general
Personal encargado	Community manager y diseñador gráfico
Indicadores a evaluar	Aumento de interacciones en la publicación mediante reacciones, comentarios y compartidos. Del mismo modo aumento de seguidores en el fan page.

Tabla 29. *Sorteo de un diseño exclusivo*

Fecha	20 de febrero
Acto	Post de sorteo de un diseño de flyer de la empresa del asociado o público en general
Acción a realizar	Compartir post (imagen) <ul style="list-style-type: none">• Imagen: Subir una ilustración, donde se observe el anuncio del sorteo, visualmente llamativo.<ul style="list-style-type: none">• Bases del concurso: -Dar me gusta al fan page, para ganar mayores seguidores y tener más alcance. -Etiquetar a 3 amigos en el mismo comentario. Para que más gente pueda seguir a la página y recibir información de la Cámara. -Compartir la publicación en modo público con el hashtag #EnamórateDeLaCámara. Esto es para tener una mayor recepción del público y llamar su atención.<ul style="list-style-type: none">• Descripción:

	<p>La CCPTSM, quiere un diseño exclusivo sólo para tu empresa. Para ser acreedor de este premio sólo tienes que seguir los siguientes pasos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dar me gusta a nuestra página. - Etiquetar a 3 amigos en el mismo comentario. - Comparte esta publicación en modo público con el hashtag #EnamórateDeLaCámara <p>¡Y eso es todo! Estaremos anunciando al ganador el 27 de diciembre a las 8 a.m. ¡Suerte a los participantes!</p>
<p>Usuarios a los que va dirigido Personal encargado Indicadores a evaluar</p>	<p>Asociados de la CCPTSM y público en general Community manager y diseñador gráfico Aumento de interacciones en la publicación mediante reacciones, comentarios y compartidos. Del mismo modo aumento de seguidores en el fan page.</p>

Tabla 30. Defensa empresarial de la CCPTSM

Fecha	23 de febrero
Acto	Post sobre el beneficio en defensa empresarial
Acción a realizar	<p>Compartir imagen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Imagen: Subir una imagen al fan page, en donde aparezca el beneficio de asesoría de defensa empresarial y por qué la Cámara promueve, resguarda y vela por sus asociados. • Descripción: ¿Sabías qué? Ser asociado de la CCPTSM te brinda el beneficio en defensa empresarial porque nos preocupamos, resguardamos y velamos por tu empresa. Descubre estos y más beneficios formando parte de nuestro Gremio.
<p>Usuarios a los que va dirigida Personal encargado Indicadores a evaluar</p>	<p>Asociados de la CCPTSM y público en general Community manager y diseñador gráfico Aumento de interacciones en la publicación mediante reacciones, comentarios y compartidos. Del mismo modo aumento de seguidores en el fan page.</p>

Tabla 31. Anuncio al ganador

Fecha	27 de febrero
Acto	Post de anuncio al ganador del sorteo
Acción a realizar	Compartir imagen <ul style="list-style-type: none">• Imagen: Subir una imagen, donde la Cámara anuncie el nombre del ganador del sorteo del diseño de flyer completamente gratis.• Descripción: ¡Felicitamos al ganador(a) del diseño personalizado de flyer para su empresa! Comunícate con nosotros para la asesoría del diseño.
Usuarios a los que va dirigida	Asociados de la CCPTSM y público en general
Personal encargado	Community manager y diseñador gráfico
Indicadores a evaluar	Aumento de interacciones en la publicación mediante reacciones, comentarios y compartidos. Del mismo modo aumento de seguidores en el fan page.

Tabla 32. Recopilación del mes

Fecha	29 de febrero
Acto	Video de logros del mes
Acción a realizar	Compartir video <ul style="list-style-type: none">• Video: Subir video, en donde se pueda apreciar una recopilación de los logros alcanzados, actividades y eventos desarrollados en el que la CCPTSM fue protagonista.• Duración: 1 minuto• Descripción: Aquí le dejamos lo que fue de la CCPTSM en el mes de su aniversario. Grandes cosas por venir. Gracias por su preferencia.
Usuarios a los que va dirigida	Asociados de la CCPTSM y público en general
Personal encargado	Community manager y diseñador gráfico
Indicadores a evaluar	Aumento de interacciones en la publicación mediante reacciones, comentarios y compartidos. Del mismo modo aumento de seguidores en el fan page.

5. Conclusiones

Se concluye que la Cámara de Comercio, Producción y Turismo San Martín utiliza la red social Facebook, con el objetivo de brindar mejores servicios a sus asociados, así como de informarles las actividades que realiza la institución. No cuenta con un plan de diseño de estrategias de social media marketing.

Respecto al contenido se observó que su Fan Page difunde contenido sobre las reuniones, talleres y eventos que realizan, así como algunos servicios que brindan.

La institución si ha hecho uso de Facebook Ads (campana pagada), le gustaría contar con un community manager que forme parte sus colaboradores, ya que estaría más identificado con la institución y conociera a fondo sobre ella. Así mismo, no se recomienda tercerizar este servicio ya que no estaría vinculado directamente con la institución y no pudiera conocer la realidad de ella y no lograr transmitir los objetivos que se plantean.

En cuanto a los empresarios asociados a la Cámara de Comercio, Producción y Turismo San Martín usan con más frecuencia a Facebook, se conectan desde el dispositivo móvil y por computadora, un 60% de los asociados entrevistados esperan encontrar un contenido visual en el fanpage y un 40% de asociados prefiere un contenido audiovisual.

La cámara de Comercio, Producción y Turismo San Martín, debe empezar a crear contenido visual, así como también audiovisual para mantener a sus asociados, y captar a nuevos empresarios para que se asocien a la institución.

Recomendaciones

Administrativas

1. Recomendamos implementar la propuesta presentada para mejorar la imagen de la institución y así innovar en el mundo digital estando al toque la era digital.
2. Recomendamos crear contenido audiovisual, haciendo uso de videos cortos para llamar la atención de los empresarios, que comuniquen los beneficios de pertenecer al gremio empresarial.
3. Además, se recomienda hacer publicaciones de logros de la institución para que los asociados conozcan lo que se está realizando.
4. Asimismo, se recomienda que exista una acción rápida al momento de responder los comentarios, mensaje para que de esa manera se genere una interacción directa con su público objetivo.
5. La Cámara de Comercio, Producción y Turismo San Martín, no cuenta con estrategias de social media marketing, ya que no cuentan con una persona especializada en el tema para que realice tal actividad. Para acceder al mundo digital, necesitarán proyectarse y desarrollar estrategias a futuro y organizarse para crear contenido de valor para su fanpage.
6. Todo contenido que comparta en su fanpage, debe tener un plan de contenido, para luego ser ejecutado y evaluado.
7. De esta manera recomendamos ejecutar esta investigación, ya que se considera de mucho valor para la institución, y no quedarse como una propuesta.
8. También se recomienda contar con un especialista que se encargue de crear y ejecutar estrategias para obtener mejores resultados.

Investigativas

1. Realizar un análisis al finalizar cada campaña para conocer los resultados y saber si llegamos a obtener lo propuesto y mejorar en siguientes campañas.
2. Realizar un análisis a la página web de la institución.
3. Investigar que otra red social se puede incorporar, para expandir el alcance de la Cámara de Comercio, Producción y Turismo San Martín.

Agradecimientos

A Dios por brindarnos el conocimiento y la fortaleza para lograr este proceso de investigación y permitirnos alcanzar esta meta tan anhelada.

A nuestras familias, por su apoyo durante toda esta etapa universitaria.

A la Universidad Peruana Unión, por brindarnos los conocimientos académicos.

A nuestro asesor, Mtro. José Eber Paz Vílchez, por el apoyo, paciencia y conocimientos impartidos durante este proceso de investigación.

A la Cámara de Comercio, Producción y Turismo San Martín por facilitarnos el trabajo de campo, en especial al presidente de la institución, Beltrán Lozano Gonzales, por confiar en nuestro trabajo.

Referencias

- Bethencourt, A. (2017). Cuál es la Importancia del Social Media En Las Empresas.
- Domínguez, S. (2007). El objeto de estudio en la investigación. Diversas aproximaciones. *Revista de Educación y Desarrollo*, (7), 10.
- Encinas, M. (2015) Plan de Marketing de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Valladolid. Universidad de Valladolid.
- Gabriela, D. G. (2015). La persuasión en la publicidad. *Punto Cero*, 7(5), 67–69.
- GfK Perú 27. (2017). GfK Kit de planemiento digital Perú 2017 Versión Corta.
- Granada & Fernández (2014) Análisis del uso de Social Media como estrategia de Marketing por las marcas de lujo. Universidad EAFIT - Medellín.
- Ian Dodson. (2016). *The Art of Digital Marketing*. Retrieved from http://library1.org/_ads/80FFED5B5DC5571393DD1140DF4EA888
- Miñano, J. (2016) Estrategia de comunicación para el posicionamiento de la marca APECA a través de herramientas de social media. Universidad Nacional de Trujillo, Perú.
- Redacción Comercial. (2016). Importancia de una estrategia de Social Media en una empresa.
- Río Pérez, J. del. (2006). La creatividad publicitaria en la literatura científica: una revisión. *Comunicación y sociedad = Communication & Society*, Vol. 19, pp. 9–46. Facultad de Comunicación.
- Rouhiainen, L. (2016). *101 Facebook Marketing Tips and Strategies for small businesses*. Lasse Rouhiainen.
- Sánchez-Porrás, M. J. (2013). La persuasión de la música en la publicidad. El ejemplo Coca-Cola. *Historia y Comunicacion Social*, 18(SPEC. ISSUE DECEM), 349–357. <https://doi.org/10.5209/rev-HICS.2013.v18.44333>
- Sologuren, M. (2013) El social media marketing como estrategia para potenciar una empresa. Universidad de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú.