

Maestría en

MERCADOTENCIA, MENCIÓN ESTRATEGIA DIGITAL

Trabajo de grado previo a la obtención del título
de Magíster en Mercadotecnia, Mención
Estrategia Digital

AUTORES:

DARWIN MANUEL MARTÍNEZ ROBAYO
PAULINA ELIZABETH ANGOS LÓPEZ
MELISSA JOHSET NOBOA BENAVIDES
JEFFERSON JAVIER TOAPANTA OROZCO
JOSELYN PAMELA GALLEGOS LENTEJUELA

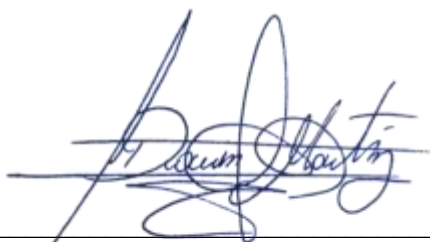
TUTORES: Msc. Paúl Garcés Ruales
Mgtr. José Luis Pérez Galán

Desarrollo de una estrategia de marketing digital para el
posicionamiento de la empresa Viralízate UGC en la ciudad de Quito.

CERTIFICACIÓN

Nosotros, Darwin Manuel Martínez Robayo, Paulina Elizabeth Angos López, Melissa Johset Noboa Benavides, Jefferson Javier Toapanta Orozco, Joselyn Pamela Gallegos Lentejuela, declaramos que somos los autores exclusivos de la presente investigación y que ésta es original, auténtica y personal. Todo los efectos académicos y legales que se desprendan de la presente investigación serán de nuestra sola y exclusiva responsabilidad.

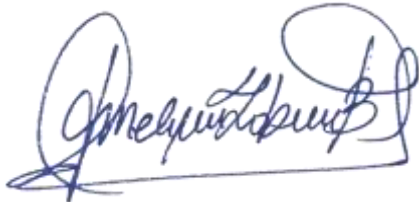
Cedemos nuestros derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador (UIDE), según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, reglamento y leyes.



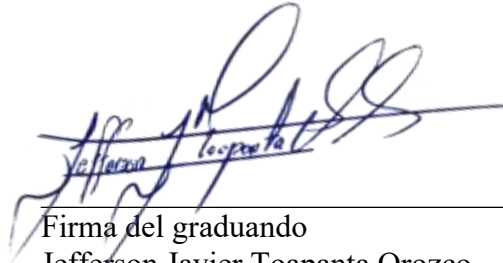
Firma del graduando
Darwin Manuel Martínez Robayo



Firma del graduando
Paulina Elizabeth Angos López



Firma del graduando
Melissa Johset Noboa Benavides

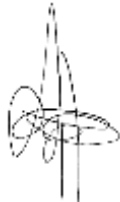


Firma del graduando
Jefferson Javier Toapanta Orozco



Firma del graduando
Joselyn Pamela Gallegos Lentejuela

Nosotros, Mgtr. José Luis Pérez Galán y Msc. Paúl Garcés Ruales declaramos que, virtualmente conocemos que los graduandos: Darwin Manuel Martínez Robayo, Paulina Elizabeth Angos López, Melissa Joseth Noboa Benavides, Jefferson Javier Toapanta Orozco, Joselyn Pamela Gallegos Lentejuela, son los autores exclusivos de la presente investigación y que ésta es original, auténtica y personal de ellos.



Mgtr. José Luis Pérez Galán
Director Académico EIG



Mcs. Paúl Garcés Ruales
Coordinador Académico Posgrados

ÍNDICE

Definición del proyecto	12
Naturaleza o tipo de proyecto.....	13
Objetivo general	13
Objetivo específico.....	13
Nombre, actividades, mercados servidos y principales cifras.....	14
Nombre de la empresa	14
Misión	14
Visión.....	14
Valores	14
Actividades, marcas, productos y servicios	15
Ubicación de la sede	15
Ubicación de las operaciones.....	15
Propiedad y forma jurídica	15
Mercados servidos o ubicación de sus actividades de negocio.....	15
Tamaño de la organización	15
Información sobre empleados y otros trabajadores	15
Procesos claves relacionados con el objetivo propuesto	16
Principales cifras, ratios y números que definen a la empresa	16
Modelo de negocio.....	16
Grupos de interés internos y externos	17
Otros datos de interés.....	17
Definición de la actual situación de Marketing Digital de la compañía, tanto desde un punto de vista de campañas como de infraestructura	19
Elementos tecnológicos de analítica que utiliza y como.....	21

Puntos de contacto digitales de los clientes y potenciales clientes (C2C, CMB, formularios, venta online, etc).....	21
Contenidos en la web y actualizaciones.	22
Recursos internos disponibles y función de la agencia si existe.	23
Utilización de datos de clientes y evaluación de la omnicanalidad.	23
Justificación del uso de la estrategia de SEM en el proyecto.....	23
Definición del objetivo de la campaña.	24
Palabras claves para SEM	24
Estimación del reach máximo de búsquedas.	24
Definición del destino de la campaña.	26
Lanzamiento de la campaña	26
Visualización de los anuncios de texto.	27
Definir cómo encaja la estrategia de SEO en nuestro proyecto.	29
Tratar de entender la relación del SEO con otras disciplinas como SEM.....	29
Analizar mediante las herramientas proporcionadas el posicionamiento y características de la web del proyecto	30
Segmentación y definición de nuestro buyer persona.....	31
Estrategias a seguir para conseguir el posicionamiento esperado.....	32
Inversión, planificación y recursos que se van a destinar	33
Definir cómo encaja la estrategia de email en nuestro plan de marketing digital.....	33
Origen de las BBDD.	33
Objetivo de la o las campañas.	34
Objetivo General:.....	34
Objetivos de campañas:	34
Estrategia de marketing automation y propuesta de valor en cada mail.	34

Inversión y planificación de resultados.....	35
Siguientes pasos y propuestas.	36
Análisis y punto de partida: objetivos y razones de su uso.....	36
Análisis de plataformas	37
Plan de contenidos.....	37
Plan de contingencia.....	39
Si baja el alcance o las impresiones.....	39
Si disminuye la tasa de interacción.....	39
Si la retención del video cae por debajo del 30%	39
Si los testimonios no generan impacto	39
Si se estancan los seguidores	40
Lanzamiento y planificación	40
Acciones principales del lanzamiento:.....	40
Planificación Estratégica del Contenido	41
Inversión, rendimiento esperado y recursos destinados	41
Selección de Redes Sociales donde invertir	42
Análisis y punto de partida: objetivos y razones de su uso.....	43
Estructura de las campañas de publicidad.....	44
Crear una campaña	44
Análisis y punto de partida: objetivos y razones de su uso.....	46
Selección de alternativas de campañas: afiliación, network ads, compra en directo.	46
Objetivos de las campañas: branding, performance	46
Definición de las campañas y plan de medios.....	47
Campaña de Display Estático y Dinámico	47

Campaña de Video Display	48
Campaña de Banners Interactivos.....	48
Captación de nuevos creadores UGC	48
Creatividades y formatos.....	49
Planificación y modelo de compra	50
Recogida de audiencia.....	52
Análisis y punto de partida: objetivos y razones de su uso, sinergias con otras estrategias	53
Definición del ciclo de compra de cada proyecto	53
Ciclo de compra para marcas B2B.....	53
Ciclo de comprar para creadores B2C.....	54
Definición y estrategia para la fase de atracción.....	54
Definición y estrategia para la fase de conversión	54
Definición y estrategia para la fase de cierre	56
Definición y estrategia para la fase de fidelización.....	56
Recursos destinados	57
Software de medición.....	57
Funcionamiento de la tecnología (pixel, tag container)	58
Generación de UTM.....	59

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	<i>Canvas Viralizate UGC</i>	18
Figura 2	<i>Métricas iniciales de Instagram de Viralizate UGC</i>	20
Figura 3	<i>Palabras claves Usa</i>	25
Figura 4	<i>Palabras claves Ecuador</i>	25
Figura 5	<i>Campañas Google para Viralizate UGC</i>	27
Figura 6	<i>Anuncio de textos en Google para Viralizate UGC</i>	28
Figura 7	<i>Análisis web de Viralizate UGC</i>	31
Figura 8	<i>Costo de palabra clave UGC</i>	31
Figura 9	<i>Anuncio en Meta business</i>	45
Figura 10	<i>Landing page para guía gratuita</i>	55
Figura 11	<i>Pop up de descuento Viralizate Ugc</i>	56
Figura 12	<i>Configuración de Pixel y Tag de Meta en la web</i>	59
Figura 13	<i>Presupuesto total</i>	61
Figura 14	<i>Calendario Anual</i>	62

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Análisis PESTEL</i>	17
Tabla 2 <i>Redes sociales de la empresa Viralízate UGC</i>	19
Tabla 3 <i>Buyer Persona</i>	32
Tabla 4 <i>Tabla de inversiones</i>	33
Tabla 5 <i>Mailing Masterclass con automation</i>	34
Tabla 6 <i>Inversión y recolección de datos en publicidad</i>	35
Tabla 7 <i>Inversión y planificación de mailing</i>	36
Tabla 8 <i>Plan de contenidos</i>	37
Tabla 9 <i>Inversión de recursos</i>	41
Tabla 10 <i>Campanñas de display</i>	46
Tabla 11 <i>Tabla de plan de medios</i>	48
Tabla 12 <i>Formatos para redes sociales de Viralízate UGC</i>	49
Tabla 13 <i>Estrategias de planificación y modelos de compra</i>	51
Tabla 14 <i>Estrategia de audiencia</i>	52
Tabla 15 <i>KPI's las herramientas de medición</i>	60

RESUMEN

Este proyecto se basa en el diseño e implementación de una estrategia de marketing digital para la empresa Viralízate UGC, enfocado en contenido Generado por el Usuario (UGC), con el objetivo de aumentar su visibilidad, engagement y conversiones dentro de las plataformas digitales, como especialistas de contenido UGC en negocios de dropshipping en el mercado de la ciudad de Quito - Ecuador.

Se implementará diferentes estrategias como el Embudo de Conversión e Inbound Marketing, que son canales esenciales para una relación directa y medible con la audiencia, para poder influir en los usuarios y atraer leads calificados, fortaleciendo la credibilidad, visibilidad y el posicionamiento. Así también se integrará estrategias SEO y complementando con estrategias SEM, en las diferentes redes sociales como Instagram y TikTok mediante contenido de valor, relevante y auténtico.

Además, se utilizará herramientas de medición, que consiste en analizar el mercado competitivo del Contenido Generado por Usuario UGC, con el fin de identificar oportunidades estratégicas para la empresa Viralízate UGC, en las diferentes plataformas de publicidad como: Meta Ads, Google Ads, y las herramientas digitales de análisis de pago como: Semrush.

Asimismo, se utilizará Google Analytics, ya que nos permitirá entender el comportamiento y la interacción de los usuarios en la página web de Viralízate UGC, para poder atraer leads cualificados.

Por otra parte, se incrementará un cronograma de contenidos en Instagram, para mejorar la visibilidad de Viralízate UGC y poder lograr un crecimiento de 25% de seguidores, con contenido orientado a usuarios interesados y negocios de dropshipping.

Finalmente, se diseñará y creará una campaña digital en las diferentes plataformas de publicidad, con el objetivo de obtener una conversión de 20 leads calificados, logrando tener resultados de visibilidad y posicionamiento para que la empresa Viralízate UGC.

Palabras clave: Branding digital, Estrategia de marketing, Marketing digital, Posicionamiento de marca, User Generated Content.

ABSTRACT

This project is based on the design and implementation of a digital marketing strategy for the company Viralízate UGC, focused on User Generated Content (UGC), with the objective of increasing its visibility, engagement and conversions within digital platforms, as UGC content specialists in dropshipping businesses in the market of the city of Quito - Ecuador.

We will implement various strategies such as the Conversion Funnel and Inbound Marketing, which are essential channels for a direct and measurable relationship with the audience. This will allow us to influence users and attract qualified leads, strengthening credibility, visibility, and positioning. We will also integrate SEO strategies and complement them with SEM strategies across social media platforms like Instagram and TikTok, using valuable, relevant, and authentic content.

In addition, measurement tools will be used, which consists of analyzing the competitive market of User Generated Content (UGC), in order to identify strategic opportunities for the company Viralízate UGC, on different advertising platforms such as: Meta Ads, Google Ads, and paid digital analysis tools such as: Semrush.

We will also use Google Analytics, as it will allow us to understand user behavior and interaction on the Viralízate UGC website, in order to attract qualified leads.

Furthermore, a content schedule on Instagram will be increased to improve the visibility of Viralízate UGC and achieve a 25% growth in followers, with content geared towards interested users and dropshipping businesses.

Finally, a digital campaign will be designed and created on different advertising platforms, with the goal of obtaining a conversion of 20 qualified leads, achieving visibility and positioning results for the company Viralízate UGC.

Keywords: Digital branding, Marketing strategy, Digital marketing, Brand positioning, User-generated content

Planteamiento del Problema e Importancia del Estudio

En Ecuador, los negocios de e-commerce, dropshipping, emprendimientos y servicios han generado un crecimiento y nuevas oportunidades de negocios, sin embargo, muchos de estos emprendimientos carecen de estrategias de contenidos digitales sólidos y auténticos para sus canales digitales. Lo que limita su visibilidad, conexión con sus audiencias y crecimiento en ventas.

Muchos negocios dependen del contenido de sus proveedores o descargados de internet como videos o fotografías genéricas de los productos, lo que resta autenticidad, poca diferenciación, baja credibilidad y escaso engagement frente al consumidor. Además, la falta de tiempo, conocimientos técnicos y disposición para aparecer frente a cámaras, sumado a los altos costos del marketing de micro o macro influencers y agencias tradicionales, impiden que estos negocios generen contenidos atractivos y accesibles.

Ante esta realidad, el User Generated Content (UGC) se presenta como una alternativa innovadora y de menor costo para los emprendedores, lo cual aporta cercanía y confianza en la relación entre marca y consumidor. En Ecuador no existen empresas especializadas en este servicio, lo que representa una oportunidad estratégica para Viralizate UGC para posicionarse como pionera en este mercado y contribuir al crecimiento digital de los negocios locales

Definición del proyecto

Este proyecto consiste en el diseño e implementación de una estrategia de marketing digital basado en contenido Generado por el Usuario (UGC), con el fin de aumentar su visibilidad, engagement y conversiones dentro de las plataformas digitales. Además de crear una comunidad interesada en aprender y conocer sobre el contenido UGC, posicionando a la marca como un referente.

Naturaleza o tipo de proyecto

Tiene la finalidad de ser un proyecto estratégico de marketing digital enfocado en la creación y gestión de campañas UGC, siendo un proyecto empresarial de marketing y comunicación.

Objetivos

Objetivo general

Diseñar una estrategia de marketing digital para la empresa Viralízate UGC, que permita el posicionamiento como especialistas de contenido UGC en negocios de dropshipping en el mercado de la ciudad de Quito, Ecuador.

Objetivo específico

- Analizar el mercado competitivo del Contenido Generado por Usuario UGC, con el fin de identificar oportunidades estratégicas para la empresa Viralízate UGC en el ámbito empresarial de Quito, mediante herramientas digitales de análisis como: (Google Ads, Semrush, Google Speed).
- Incrementar la visibilidad de Viralízate UGC en Instagram para lograr un crecimiento de 25% de seguidores mediante un cronograma anual con contenido orientado a negocios de dropshipping.
- Crear una campaña digital para obtener conversión de 20 leads calificados en las diferentes plataformas de publicidad como Meta Ads, Google Ads.

Justificación e importancia del trabajo de investigación

El contenido generado por usuarios se ha convertido en una de las estrategias más efectivas del marketing moderno, ya que genera mayor confianza y autenticidad que la publicidad tradicional. En la actualidad los consumidores confían más en recomendaciones y contenidos de otros usuarios que en mensajes directos de las marcas.

Este proyecto nos permite aplicar los conocimientos en mercadotecnia y estrategias digitales a un caso real, aportando al estudio y práctica de nuevas tendencias como el User Generated Content (UGC). Esta alternativa innovadora combina la autenticidad del contenido creado por usuarios capaces de generar contenidos persuasivos.

Viralízate UGC tiene la oportunidad de consolidarse en un mercado poco explorado en Ecuador, brindando soluciones que fortalezcan la presencia digital para empresas de dropshipping, generando contenidos de calidad para impulsar sus ventas, aumenten su competitividad y contribuyan al crecimiento del ecosistema digital y económico del país.

Perfil de la Organización

Nombre, actividades, mercados servidos y principales cifras

Nombre de la empresa

Viralízate UGC

Misión

Impulsar el crecimiento del emprendedor digital ecuatoriano, mediante la creación de contenido UGC estratégico, orientado a la conversión.

Visión

Ser la marca referente de contenido UGC en Ecuador reconocida por mejorar la relación de personas y marcas a través de contenido real con talento de forma simple y confiable.

Valores

Creatividad.

Autenticidad.

Calidad.

Innovación.

Adaptabilidad.

Actividades, marcas, productos y servicios

Se especializa en la creación y gestión de campañas de marketing basadas en Contenido Generado por Usuarios UGC. Enfocados en conectar marcas de dropshipping con creadores de contenido reales para generar publicidad auténtica, confiable y ágil. Además de realizar consultorías, mentorías, reseñas y testimonios, creación de videos, fotos y material auténtico.

Ubicación de la sede

Quito – Ecuador.

Ubicación de las operaciones

Llano Grande.

Propiedad y forma jurídica

No se registra propiedad intelectual.

Mercados servidos o ubicación de sus actividades de negocio

Se enfoca en negocios dedicados a Dropshipping, ecommerce, pymes, medianas o grandes empresas con la necesidad de crear contenido ugc que buscan impactar a su audiencia con contenido autentico y persuasivo, estos segmentos se desenvuelven en el mercado de marketing digital permitiendo atender a clientes a nivel nacional.

Tamaño de la organización

Viralízate UGC es una microempresa conformada por 4 personas.

Información sobre empleados y otros trabajadores

Una especialista en creación de contenido UGC

Un productor audiovisual

Una estrategia digital

Un Diseñador gráfico

Procesos claves relacionados con el objetivo propuesto

Proceso de diagnóstico

Proceso de diseño estratégico

Proceso de producción

Proceso de distribución

Proceso de medición

Proceso de revisión de resultados

Principales cifras, ratios y números que definen a la empresa

Considerando la capacidad operativa del equipo de viralízate ugc, se ha proyectado un promedio de gestión de 8 clientes mensuales con una producción de 15 piezas gráficas mensuales. En su área digital alcanza un promedio de 1200 a 3500 usuarios al mes a través de redes sociales y campañas realizadas la cual tenemos una tasa de conversión de leads del 2%.

Modelo de negocio

La propuesta de valor se basa en la creación de contenido auténtico que construye credibilidad y conexión emocional con sus clientes.

Nuestro segmento de clientes es: negocios de ecommerce, dropshipping, negocios digitales, pymes.

La fuente de ingreso principal es la venta de los paquetes, adicionalmente los servicios de consultoría personalizada, mentorías, reseñas y testimonios, creación de videos, fotos y material auténtico.

Como actividades clave tenemos la producción, edición y entrega del contenido listo, reclutamiento y gestión de un portafolio de creadores reales de contenido ugc y la asesoría estratégica.

Dentro de nuestra estructura de costos consta las herramientas digitales, el pago a creadores de contenido, inversión en marketing y promoción, costos de operación y equipo.

Nuestros canales están conformados por el sitio web: www.viralizateugc.com como plataforma informativa y de contacto, nuestras redes sociales para mostrar contenido con autenticidad y captar clientes.

Grupos de interés internos y externos

El equipo interno de viralízate ugc cuenta con una fundadora quien es responsable de la creación de contenido de la empresa, adicional un productor audiovisual que se encarga de la producción y posproducción del material, también cuenta con una estrategia digital encargada de la planificación estratégica y de un diseñador gráfico para la creación de elementos visuales.

Dentro del equipo de intereses externos tenemos a los clientes, agencias de marketing aliadas, creadores de contenido, audiencia de redes sociales, plataformas de redes sociales.

Otros datos de interés

Ley de protección de datos

Medir la experiencia del cliente mediante: Net Promoter Score (NPS)

Tendencia del mercado, mayor demanda de contenido en redes sociales.

Se realizó el análisis PESTEL, demostrado en la siguiente tabla:

Tabla 1

Análisis PESTEL

Factor	Análisis
---------------	-----------------

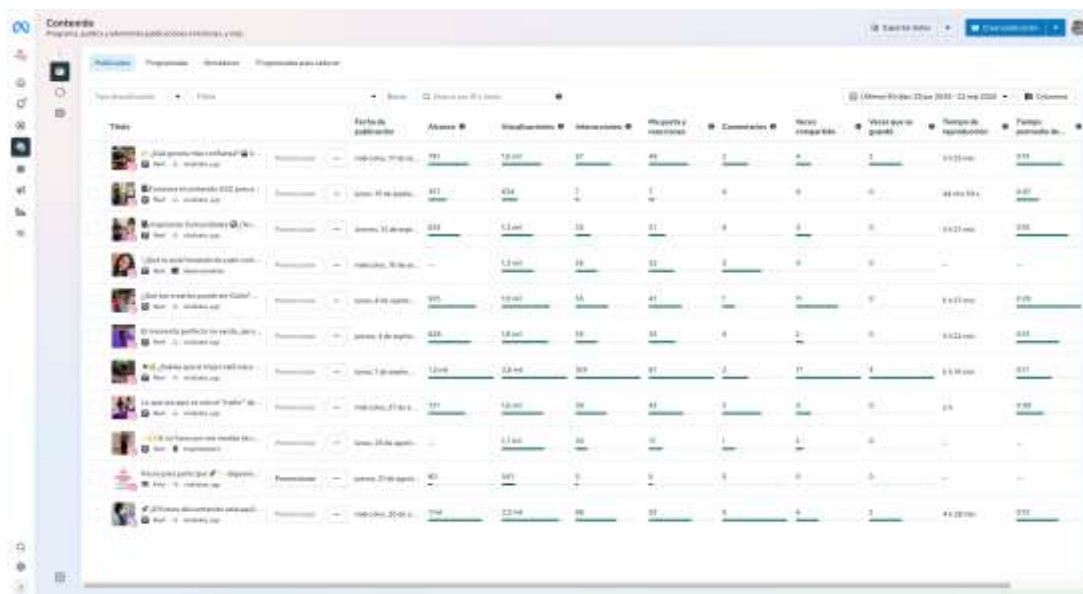
Político	El contexto político influye de manera indirecta en el desarrollo de emprendimientos digitales a través de políticas de apoyo a la innovación, economía digital y emprendimiento. La estabilidad de Viralizate incide en la confianza de marcas y creadores para invertir en estrategias de marketing digital.
Económico	El crecimiento del comercio electrónico y del marketing digital incrementa la demanda de contenido UGC como alternativa a la publicidad tradicional. Sin embargo, la variación en los presupuestos de pequeñas y medianas empresas obliga a ofrecer servicios flexibles y escalables.
Social	Existe una preferencia creciente por contenidos auténticos y basados en experiencias reales, lo que favorece el modelo UGC. El aumento de creadores de contenido y emprendedores digitales fortalece la aceptación de este tipo de formatos.
Tecnológico	La evolución constante de plataformas, algoritmos y herramientas digitales representa una oportunidad de crecimiento, pero exige actualización continua en formatos, tendencias y métricas de análisis.
Ecológico	El impacto ambiental del modelo de negocio es bajo al operar en entornos digitales. No obstante, se identifica una oportunidad de alinearse con marcas y proyectos que promuevan valores de sostenibilidad y responsabilidad social.
Legal	Es necesario cumplir con normativas relacionadas con derechos de autor, uso de imagen, protección de datos y contratos con creadores. Estos aspectos garantizan relaciones transparentes y reducen riesgos legales en la gestión de contenido digital.

Figura 1

Canvas Viralizate UGC

Figura 2

Métricas iniciales de Instagram de Viralizate UGC



Nota. Herramienta Meta

La generación de contenidos se realiza de manera esporádica, sin un calendario ni objetivos claros de una estrategia de marketing digital.

Viralizate UGC debe consolidar su identidad de marca mediante una página web profesional optimizada y perfiles coherentes en redes sociales, priorizando Instagram, Facebook y TikTok. Asimismo, es fundamental evaluar las campañas en plataformas como Meta Ads, TikTok Ads y Google Ads, analizando métricas de impresiones, clics y conversiones.

Este análisis proporciona información clave sobre el alcance, el interés generado y el retorno de inversión de cada acción, permitiendo identificar los contenidos, formatos y audiencias más efectivos. De esta manera, se optimizan recursos, se ajustan estrategias y se toman decisiones fundamentadas en datos para fortalecer el posicionamiento de la marca.

Elementos tecnológicos de analítica

El sitio web está construido en WordPress, pero aún no cuenta con herramientas de analítica.

Se recomienda implementar: Google Analytics para seguimiento de tráfico web, permite conocer la audiencia que visita el sitio web como datos demográficos y geográficos. De esta manera, obtener datos del medio por el cual están ingresando el usuario, búsqueda de Google, redes sociales o enlaces de otros sitios web. Asimismo, facilita el dispositivo por la cual el visitante está ingresado como: móvil, tablet o computador.

Meta Pixel y TikTok Pixel, para medir conversiones desde Instagram, Facebook y TikTok. Implementar estas herramientas ayudarían a medir la efectividad de los anuncios y potenciar la publicidad pagada en redes sociales como: medir conversiones, hacer remarketing más efectiva y los pixeles nos ayudan a identificar a mejores clientes.

Google Tag Manager para centralizar eventos y futuras campañas. La cual ayudará a gestionar todos los seguimientos de analytics, pixel, etc. De esta manera, permite rastrear los clics dentro del sitio web que hace el visitante y ver como es el comportamiento.

Puntos de contacto digitales de los clientes y potenciales clientes (C2C, CMB, formularios, venta online, etc)

Los puntos de contacto son:

Formulario de contacto en la página web: Es importante puesto que permite tener información de los usuarios que estén interesados en los servicios de Viralízate UGC, de esta manera se puede obtener un mejor alcance para los leads, con un formulario específico y simple, para lograr los datos principales y resultados favorables. Así como afirma Chaffey y Ellis-Chadwick (2019), “La usabilidad y la simplicidad en

los formularios de contacto incrementan la tasa de conversión de los visitantes en clientes potenciales”.

Por consiguiente, el enlace a WhatsApp desde la página web, es una canal de comunicación directo e instantáneo para el usuario, que les permite interactuar de una manera confiable y personal, esperando tener respuestas precisas y rápidas, en la cual tiene que ser con mensajes automáticos y breves de información, que permita segmentar la audiencia. Así como afirma Ryan (2020) “La inmediatez en la atención digital mejora la experiencia del cliente y aumenta la probabilidad de conversión en canales de mensajería instantánea”.

Mensajes directos en redes sociales: Instagram y TikTok, esto fortalece la comunicación personalizada y confiable para la audiencia, debido a que se facilita la segmentación, porque al recibir mensajes de usuarios interesados, se puede obtener el grupo objetivo deseado, siempre y cuando sean mensajes, respuestas automáticas, rápidas y precisas, respondiendo fuera de horario laboral y que puedan dejar sus datos para comunicarse y no perder la audiencia. Así como Kotler, Keller y Chernev (2022) afirman que “La interacción directa en redes sociales fortalece la relación con los clientes y contribuye al posicionamiento de la marca mediante experiencias personalizadas”.

Contenidos en la web y actualizaciones

La web cuenta con información básica sobre los servicios, pero requiere actualizaciones frecuentes para mostrar casos de éxito, portafolio, blog, nuevos servicios y novedades.

Recursos internos disponibles y función de la agencia si existe

La empresa no trabaja con agencias externas y no cuenta con un equipo de marketing consolidado. La gestión de redes sociales está a cargo de una sola persona que genera contenidos ocasionales, con limitaciones de tiempo y conocimiento técnico.

Considerando la falta de un equipo dedicado al marketing, proponemos incrementar el equipo con dos creadores de contenido, un diseñador gráfico y un especialista en SEM, para asegurar la creación constante de contenido y la optimización de las campañas.

Utilización de datos de clientes y evaluación de la omnicanalidad.

La comunicación con clientes se centraliza en WhatsApp y formularios de la web, pero sin un seguimiento automatizado, impidiendo medir la calidad de los leads y aplicar seguimiento según la etapa del funnel.

Destacando lo que mencionan autores como Kotler, Kartajaya y Setiawan (2021) “Los consumidores esperan experiencias fluidas a través de diferentes canales, donde los datos juegan un papel clave para generar personalización y confianza” (p. 48). Considerando esta mención, se plantea la adopción de un CRM básico que permita dar trazabilidad clara desde el primer contacto hasta la conversión y generar también una configuración en Meta, TikTok y página web, para facilitar la integración omnicanal.

SEM

Justificación del uso de la estrategia de SEM en el proyecto

La estrategia de SEM es esencial para las campañas de Virálízate UGC en el proyecto ya que nos permitirá captar leads por medio de búsquedas intencionadas.

Las estrategias SEM permiten atraer al público que ha mostrado un interés previo hacia el sitio web o incluso hacia la tienda física, gracias a la segmentación que permite, tanto por las palabras clave que se buscan como por

la segmentación de mostrar anuncios solo a determinados perfiles. (Estrategia SEM, p.19).

Al momento que el usuario busca a través de palabras clave como: agencia UGC, contenido UGC, creadores de contenido. Nos permite captar y mantener un buen resultado de búsqueda de la marca posicionándonos con la intención de compra.

Definición del objetivo de la campaña.

Posicionar y visibilizar a los creadores de contenido UGC asociados a la marca con el fin de fortalecer la confianza del público, la credibilidad del servicio y generar una percepción autentica y cercana mediante la estrategia de contenido generado por los usuarios UGC.

Palabras claves para SEM

Videos UGC dropshipping, contenido para tiendas online, crear videos para vender productos, agencia UGC Ecuador, contenido para dropshipping exitoso.

Estimación del reach máximo de búsquedas.

El reach es el número de personas que ven el mensaje, anuncio o contenido. Un mayor alcance aumenta el conocimiento de marca y la interacción con los clientes potenciales.

El reach es una métrica clave, ya que, a diferencia de otras métricas como las impresiones o los clics, da una idea de la amplitud de la audiencia al contar a cada persona una sola vez, independientemente de la frecuencia con la que acceda al contenido. Esto hace que el alcance sea esencial para medir la exposición general y la eficacia de tus campañas. (Bhagsian, 2024).

Mediante una investigación de palabras clave para Viralízate UGC se optó por la palabra UGC que tiene mayor relevancia en el mercado, se estima tras la investigación

tener un volumen de búsqueda mensual de >100 impresiones potenciales para el conjunto inicial de palabras clave en Ecuador.

Además, se realizó una comparativa con la misma palabra clave UGC con respecto en el país de Estados Unidos, la cual mantienen un crecimiento exponencial con una búsqueda mensual de >10.000 en 3 días, como se lo muestra en el Figura 3 en Ecuador y en USA en Figura 4.

Figura 3

Palabras claves Usa

Keyword ideas for "UGC"
The first 20 keywords out of 3,817

[Phrase match](#) / [Questions](#)

Keyword	KD	Volume ↓	Updated
ugc	Easy	>100	8 November
ugc que es	Easy	<100	5 November
flex ugc codes	N/A	<100	
que es ugc	Easy	<100	16 November
contenido ugc	Easy	<100	7 November
ugc creator	Easy	<100	4 days

Nota. Herramienta para Analizar Keywords

Figura 4

Palabras claves Ecuador

Keyword ideas for "UGC"
The first 20 keywords out of 41,148

[Phrase match](#) / [Questions](#)

Keyword	KD	Volume ↓	Updated
ugc	Hard	>10,000	3 days
ugc creator	Hard	>10,000	2 days
ugc meaning	Hard	>1000	4 days
what is ugc	Hard	>1000	4 days
ugc content	Hard	>1000	3 days
flex ugc codes	Easy	>1000	about 5 hours
what is ugc content	Hard	>1000	4 days
ugc codes	Medium	>1000	about 23 hours
what does ugc stand for	Medium	>1000	about 4 hours
what is a ugc creator	Easy	>1000	11 November
ugc creator jobs	Sign up	>1000	3 days
ugc content creator		>1000	5 days
ugc roblox		>1000	15 November

Nota. Herramienta Ahrefs

Definición del destino de la campaña.

Nuestro destino principal es direcciona al público interesado a nuestra Landing Page: <https://viralizateugc.com>

También obtener leads cualificados direccionándolos directamente a nuestros planes y servicios: <https://viralizateugc.com/#precios>

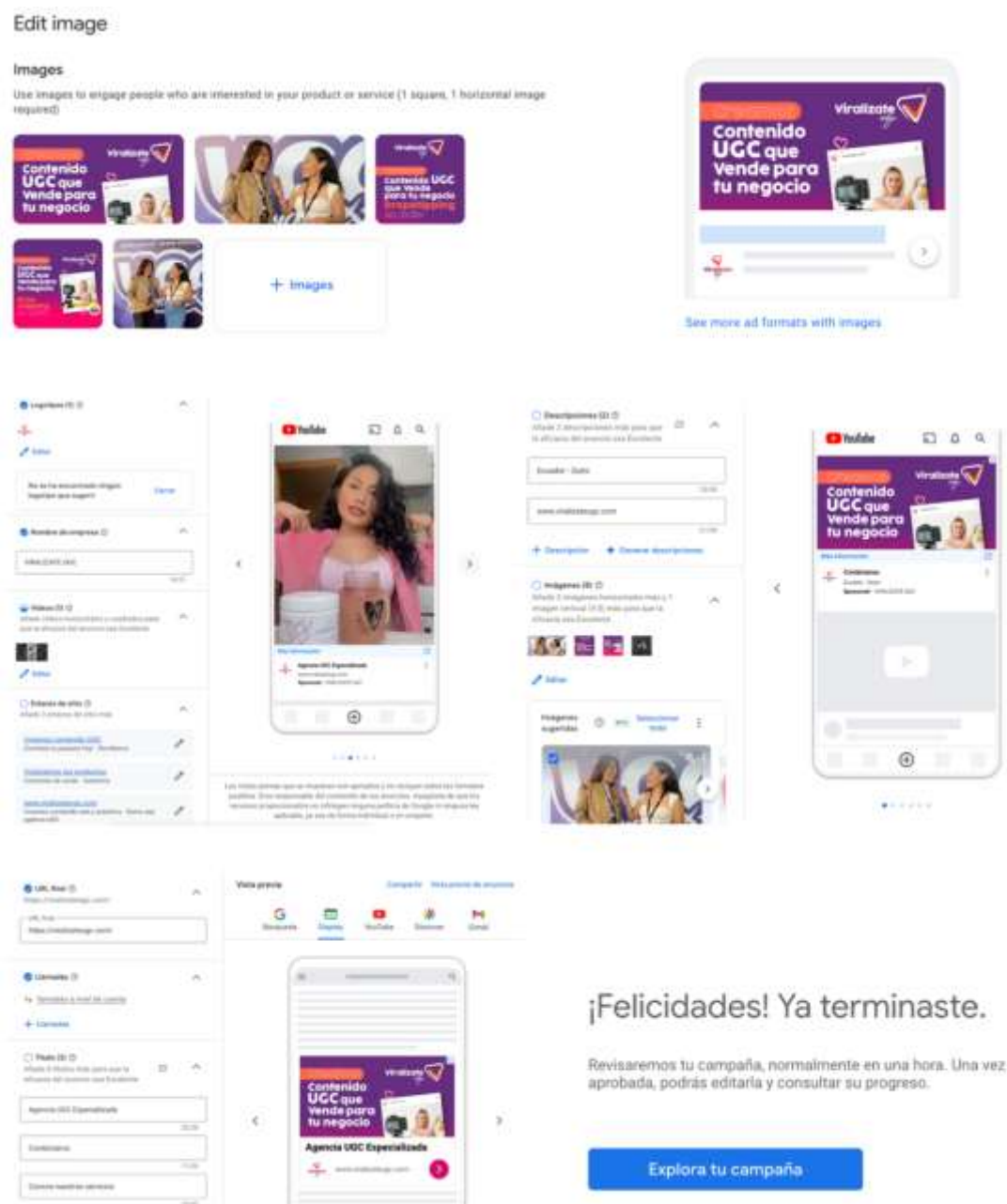
Adicional apuntaremos al sitio donde tendremos un formulario de contactos a fin de tener un acercamiento directo con el cliente: <https://viralizateugc.com/#contactos>

Lanzamiento de la campaña

Se ha realizado el primer lanzamiento mediante Google ADS, con una configuración inicial, mediante una búsqueda estándar.

Para Viralízate UGC se sugiere mantener un presupuesto escalable según cumplan con sus objetivos comerciales, dado en un inicio que pueda empezar con \$300 mensuales para tener un alcance significativo y lograr leads cualificados.

Se ha empezado con una prueba de búsqueda en Google ADS con un presupuesto de \$10, mediante una campaña con palabras claves y segmentación en Ecuador, como se puede observar en la siguiente figura:

Figura 5*Campañas Google para Viralizate UGC*

Nota. Capturas de Google ADS

Visualización de los anuncios de texto.

Para la campaña de SEM se destacaron 3 texto principales para mejorar el rendimiento de la campaña, que se visualiza en la siguiente figura:

Figura 6*Anuncio de textos en Google para Viralizate UGC*

Ahora es el momento de escribir tu anuncio.

Cuantos más titulares y líneas descriptivas proporciones, más combinaciones se probarán para saber cuáles funcionan mejor a lo largo del tiempo.

Titulares
Agregar 3 titulares o más puede ayudar a mejorar el rendimiento de su anuncio.

Titular 1
Creamos contenido auténtico.
25 / 30

Titular 2
Videos.
28 / 30

Titular 3
Imágenes.
14 / 30

Titular 4
Testimonios.
8 / 30

Titular 5
Agencia UGC Especializada.
9 / 30

Descripciones
Agregar 2 descripciones o más puede ayudar a mejorar el rendimiento de su anuncio.

Descripción 1
Ecuador - Quito.
18 / 90

Descripción 2
www.viralizateugc.com.
21 / 90

Descripción 3
.
0 / 90

Muestra un botón de llamada en tu anuncio

Ecuador

Vista previa del anuncio



Los recursos se pueden mostrar en cualquier orden, así que asegúrese de que tengan sentido individualmente o en conjunto y que no infrinjan nuestras políticas ni la legislación local. Puede asegurarse de que cierto texto aparezca en su anuncio.





Nota. Herramienta Google ADS

SEO

Cómo encaja la estrategia de SEO en nuestro proyecto

Implementar SEO es indispensable para el posicionamiento Viralízate UGC, con el objetivo de atraer tráfico orgánico de empresas que se encuentren interesadas en obtener contenido UGC, marketing, redes sociales y emprendimientos digitales.

El aumento de visibilidad también contribuye a la credibilidad y confianza percibida por los usuarios, puesto que suelen confiar más sitios web que aparecen en los primeros lugares de búsqueda. Así como afirma Rodríguez (2023) "Cuando los usuarios encuentran una marca en los primeros resultados de búsqueda, tienden a asociarla con mayor confianza y autoridad en su sector". En este sentido, SEO permite destacar los valores y fortalezas de una marca, presentándola de manera efectiva ante su público objetivo, esto genera una percepción positiva, lo que a su vez se traduce en una mayor predisposición a realizar negocios con dicha empresa. De este modo, Viralízate UGC, se posicionaría como un referente en servicios de creación de contenido UGC. Utilizando las palabras clave relacionadas con: UGC, contenido UGC, marketing UGC, Campañas UGC, contenido de usuario.

Entender la relación del SEO con otras disciplinas como SEM

El SEO y el SEM se complementan para un posicionamiento adecuado del sitio web de Viralízate UGC, ya que aprovechan motores de búsqueda como Google para generar tráfico y mejorar la visibilidad.

Se hace notorio inspeccionar que, SEO y SEM son fundamentales para el posicionamiento y éxito de negocios comerciales en el entorno digital. En los países latinoamericanos se evidencia la presencia de estos en el creciente número de empresas que invierten en estrategias digitales para aumentar su visibilidad y competitividad en el mercado, Ecuador no está excepto de esto. (Machado, 2023).

El SEO ayuda a atraer tráfico orgánico a mediano y largo plazo sin depender de publicidad de paga, mientras que el SEM permite testear palabras claves para captar tráfico inmediato hacia el sitio web y capturar leads.

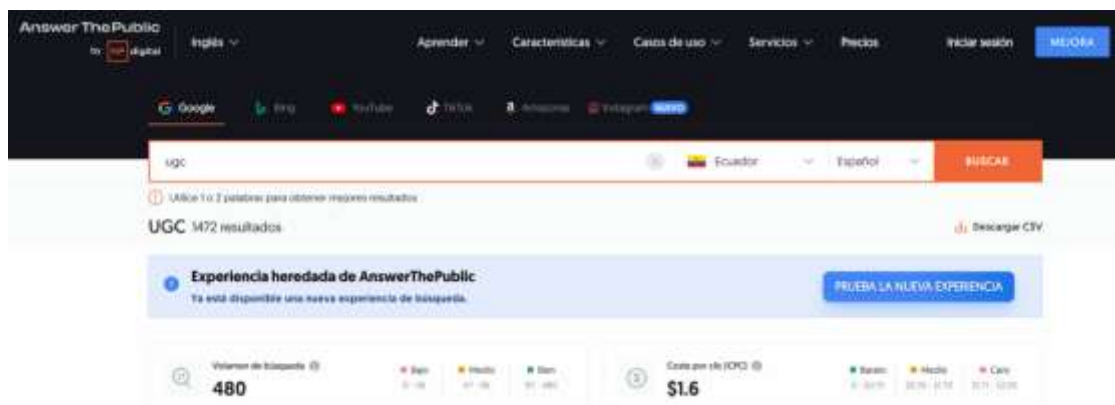
Análisis mediante las herramientas proporcionadas en el posicionamiento y características de la web del proyecto

El sitio web de Viralízate UGC es nueva y actualmente no cuenta con las herramientas necesarias en el sitio, por eso se procedió con la implementación de las herramientas como: Google Analytics que sirve para medir y analizar el comportamiento de los usuarios dentro de nuestro sitio, además nos ayudará a tomar decisiones analizando los datos que nos brindará la herramienta, también se implementó la herramienta Yoast SEO un plugin que nos permite optimizar el sitio para mejorar nuestro posicionamiento en títulos, descripciones y palabras claves, además mejora la estructura del sitio para que nuestro contenido esté correctamente optimizado para los buscadores.

Para tener un panorama más claro del sitio web de Viralízate UGC y su competencia se realizó un análisis con las herramientas Google Speed, GTMetrix, Semrush y Answer The Public, todos estos resultados nos brindan un panorama de que el sitio web de Viralízate UGC, aunque sea nuevo está configurado bien por su velocidad, adaptabilidad y buenas prácticas realizadas en su SEO inicial la cual brinda claridad para la búsqueda en Google.

Figura 7*Análisis web de Viralizate UGC**Nota. Herramienta de Analítica GTMetrix*

También se puede visualizar el costo por clic cotizado que es de \$1,60 con la palabra clave que es “UGC” un valor de CTC considerable y existen varias palabras más relacionadas que nos permitirán posicionarnos de la mejor manera.

Figura 8*Costo de palabra clave UGC**Nota. Herramienta de Answer the public*

Segmentación y definición de nuestro buyer persona

Para que nuestra estrategia de marketing digital sea efectiva y orientada al cliente, se desarrolló nuestro buyer persona para tener más claro a quienes nos dirigimos y fue enfocado en empresas de dropshipping detallado a continuación:

Tabla 3*Buyer Persona*

Nombre	Característica
Género	Masculino
Edad	35 años
Profesión	Emprendedor
Intereses	Optimizar sus recursos, Mejorar su contenido original.
Problemas	Falta de tiempo para crear contenido, falta de conocimiento en marketing digital, inversión en pauta sin resultados
Canales digitales	Instagram, Facebook
Motivaciones	Conseguir más clientes, aumentar sus ventas, posicionarse en el mercado.
Frustraciones	Entender el manejo de redes sociales, falta de presupuesto para pagar influencers por sus valores elevados.
Palabras Clave	Videos UGC dropshipping, contenido para tiendas online, crear videos para vender productos, agencia UGC Ecuador, contenido para dropshipping exitoso.

Estrategias a seguir para conseguir el posicionamiento esperado

Se creará contenido de valor y de interés para nuestras audiencias en la cual se realizarán guías, videos con casos de éxito, plantillas.

Además, se optimizarán las páginas del sitio web con títulos, meta descripciones, encabezados, etiquetas y nombres a cada imagen.

Todo el contenido de infografías, multimedia en video e imagen serán optimizadas para una mejor carga del sitio para el usuario.

Se promocionará a Viralízate UGC con pauta en redes sociales para reforzar el SEO hacia nuestro sitio web.

Inversión, planificación y recursos que se van a destinar

Se levantó una tabla para destinar la inversión, planificación y recursos necesarios:

Tabla 4

Tabla de inversiones

Recursos	Planificación	Inversión
Plugin de SEO (Yoast SEO)	1 año	\$136,62
SEO especialista (Auditoria)	1 mes	\$250
Especialista contenido Blog	6 meses	\$1.260
Total		\$1.646,62

E-mail Marketing

Cómo encaja la estrategia de email en nuestro plan de marketing digital

La estrategia de email marketing es un eje esencial dentro del plan de marketing digital para Viralizate UGC, siendo un canal de comunicación directo y medible, tiene el propósito de fortalecer la relación con la audiencia mediante mensajes personalizados que acompañen al consumidor en las diferentes fases del embudo de conversión.

Origen de las BBDD

La base de datos se construirá a partir de los canales digitales de la marca, de manera orgánica y mediante conversiones de campañas pagadas, los datos se obtendrán mediante formularios dentro de nuestra landing page, formularios de contacto, debido que nos permite recopilar datos valiosos de interacción para enriquecer los perfiles de los usuarios y activar los flujos automatizados, teniendo una base de datos personalizada y efectiva. Esta base se obtendrá mediante campañas de tráfico en Meta Ads, TikTok Ads y Programática direccionándolo a nuestro sitio web o landing page priorizando el consentimiento explícito y el cumplimiento de la LOPD, para fines de campañas de envío de mailing marketing publicitario.

Objetivo de la o las campañas

Objetivo General:

Posicionar a la empresa Viralízate UGC con contenido educativo y de valor para dar a conocer los servicios como especialistas de contenido UGC.

Objetivos de campañas:

Educar a nuestra audiencia con guías, e-book, videos y webinar generando un interés en la comunidad.

Generar confianza y credibilidad mostrando resultados reales y testimonios de clientes satisfechos que respalden el profesionalismo de Viralízate UGC.

Incentivar a nuestra audiencia mediante promociones para convertir leads calificados en los servicios de Viralízate UGC.

Estrategia de marketing automation y propuesta de valor en cada mail

Se procedió a realizar una cadena de mailing bajo el enfoque de un masterclass mediante un registro, donde daremos contenido de valor y promoción de descuentos con nuestros servicios ante el embudo de ventas hasta concretar un lead calificado según la etapa que se encuentre el cliente.

Tabla 5

Mailing Masterclass con automation

Evento/Acción	Tipo	Acción de Automatización	Delay	Anexos
Formulario completado	Trigger	Email 1: Bienvenida + Invitación Masterclass	Inmediato	Email 1
Registro masterclass	Trigger	Email recordatorio evento	24h antes	Email 2
Registro masterclass	Trigger	Email recordatorio evento	1h antes	Email 3

No registro masterclass	Condición	Email con highlights + replay/invitación siguiente	2 días después	Email 4
Asistió Masterclass	Tag/Trigger	Entrega Manual UGC (Email 2)	1 día después	Email 5
Asistió Masterclass	Tag/Trigger	Email 3: Descuento especial	2 días después	Email 6
Descargó Manual + abrió email	Condición	Email caso de éxito dropshipping	3 días después	Email 7
Descargó Manual + abrió email	Condición	Email testimonio en video	6 días después	Email 8
Abrió email, pero no descargó manual	Condición	Email recordatorio descarga Manual	2 días después	Email 9
Descuento especial	Trigger	Tag: Lead caliente + Flujo onboarding	Inmediato	Email 10
No usó descuento especial	Condición	Email oferta extendida en 24h00	3 días después	Email 11

Inversión y planificación de resultados.

Tabla 6

Inversión y recolección de datos en publicidad

Concepto	Costo Mensual (USD)	Total
Meta Ads	\$ 100 (x1m+= 1800 visitas)	\$300
	5.400 visitas	
Programática	\$ 150 x mes	\$450
TikTok Ads	\$ 100 x mes	\$300
TOTAL		\$1.050

Tabla 7*Inversión y planificación de mailing*

Concepto	Costo Mensual (USD)	Total
Plataforma de email marketing – Mailchimp	\$ 50 (x3 meses)	\$150
Diseños, plantillas y recursos	\$ 50 (x3 meses)	\$150
TOTAL		\$300
TOTAL, DE INVERSIÓN PUBLICITARIA Y MAILING		\$1.350

Siguientes pasos y propuestas.

Se recomienda Implementar un CRM básico y HubSpot para integrar mail con otros canales.

Crear marketing automation con correos de recordatorios para cumpleaños, agradecimientos o recordatorio de servicios.

Crear un boletín mensual de novedades, tendencia de marketing y casos de éxitos locales.

Incorporar contenido dinámico para la industria de dropshipping.

Redes Sociales Orgánico**Análisis y punto de partida: objetivos y razones de su uso**

Viralízate UGC nace de la necesidad de construir una comunidad digital sólida, con contenido autentico con creadores UGC, además de impulsar la autoridad en el sector y generar confianza a través de experiencias de cada creador.

Por lo que buscamos aumentar el reconocimiento de marca de Viralízate Ugc, atraer creadores y marcas mediante contenido educativo y de valor e impulsar el engagement con contenido autentico y creativo.

Se utilizará las redes sociales con contenido orgánico para crear un vínculo con los clientes para construir una comunidad que se sienta identificada con nuestra marca.

Análisis de plataformas

Instagram funciona como el canal central de la marca, mediante reels, carruseles informativos e historias, se refuerza el valor de los servicios ofrecidos y se mantiene una relación cercana con emprendedores, negocios locales, marcas y creadores. Este enfoque coincide con lo planteado por Kotler, Kartajaya y Setiawan (2021), quienes señalan que una estrategia digital efectiva debe considerar el rol específico de cada plataforma según el tipo de relación que se busca construir con el usuario.

Plan de contenidos

Tabla 8

Plan de contenidos

Semana	Objetivo de la Semana	Temática + Formato
1	Presentar la marca y conectar con los problemas reales del dropshipper	Reel educativo: Qué es Viralízate UGC y cómo ayuda a vender Reel educativo: Errores comunes de un dropshipper novato Reel UGC demostrativo: Problemas reales: falta de confianza y contenido frío Carrusel Mini tutorial: Cómo humanizar tu marca en 30 segundos Stories, Quiz: ¿Qué tan humanizado está tu contenido? TikTok tip: Cómo empezar a crear contenido que vende

		Reel educativo: Retos del dropshipping: competencia y diferenciación
		Reel de tips: Cómo elegir un creador UGC adecuado
2	Atraer dropshippers y creadores UGC	Testimonio UGC: Resultados reales del servicio
		Carrusel educativo: Storytelling para tiendas de ecommerce
		Stories Q&A: Pregúntame lo que quieras sobre UGC
		Reel antes/después: UGC vs contenido genérico
		Reel educativo: Cómo evaluamos la necesidad de contenido de tu tienda
		Caso de éxito: Incremento de ventas gracias al UGC
3	Generar autoridad y mostrar resultados del servicio	Stories BTS: Detrás de cámaras de una grabación UGC
		Live corto: Desbloquea tu contenido en 10 min
		TikTok tendencia: “Lo que pides vs lo que entregamos” (versión UGC)
		Reel inspiracional: Consejos para sostener ventas con UGC
		Reel humorístico: Cosas que solo un dropshipper entiende
4	Engagement, comunidad y conversión suave	Testimonio emocional: Cómo mejoró su negocio después del UGC
		Carrusel checklist: Checklist UGC para mejorar conversiones
		Stories dinámicas: Preguntas, encuestas, quiz UGC

Plan de contingencia

Para garantizar el cumplimiento de los objetivos planteados para Viralízate UGC y sostener el rendimiento del plan de contenidos, se establecen acciones correctivas basadas en la lectura continua de los KPIs.

Si baja el alcance o las impresiones

- Incorporar 1 o 2 contenidos con tendencias semanales.
- Usar ganchos de alto impacto en los primeros segundos.
- Añadir colaboraciones con creadores UGC.
- Ajustar hashtags para mejorar descubrimiento.
- Repostear en horarios de mayor actividad.

Si disminuye la tasa de interacción

- Añadir preguntas abiertas en captions.
- Incrementar dinámicas en Stories como, encuestas, quizzes, preguntas.
- Publicar más contenido aspiracional.
- Implementar formatos “POV”, “green screen” y contenidos que generen debate.
- Incentivar los guardados con contenido tipo checklist o tips.

Si la retención del video cae por debajo del 30%

- Reestructurar storytelling con cortes más dinámicos.
- Añadir subtítulos y elementos gráficos llamativos.
- Iniciar cada video con un problema directo del dropshipper.
- Reducir duración de videos que no performan bien.
- Mejorar el ritmo narrativo y visual de los Reels/TikToks.

Si los testimonios no generan impacto

- Convertirlos en miniseries (antes, proceso, después).
- Incluir cifras o mejoras visibles.

- Adaptarlos a formatos tendencia (comparativos o POV).
- Integrar storytelling del cliente.

Si se estancan los seguidores

- Aumentar la frecuencia de Reels y TikToks.
- Implementar contenido viral: humor, situaciones típicas de dropshippers.
- Realizar colaboraciones con marcas pequeñas de ecommerce.
- Revisar coherencia visual del feed y optimizar portada de Reels.

Lanzamiento y planificación

El lanzamiento de las redes sociales de Viralízate UGC se concibe como una acción inicial para activar la presencia digital de la marca y comenzar la interacción con sus públicos clave. Este proceso se enfoca en atraer a creadores y marcas a través de contenidos claros, auténticos y alineados con la propuesta de valor del proyecto.

La planificación de contenidos se desarrolla de forma coordinada con las estrategias de SEO y SEM, con el objetivo de sostener el crecimiento de la visibilidad y optimizar el alcance de la marca en el mediano y largo plazo.

Acciones principales del lanzamiento:

Publicación de un video introductorio presentando la marca.

Desarrollo de Reels y TikToks educativos explicando qué es el UGC y sus beneficios.

Creación de historias destacadas: Servicios, Portafolio, Precios, Preguntas frecuentes.

Implementación de contenido interactivo para impulsar la comunidad: preguntas, encuestas, dinámicas.

Planificación Estratégica del Contenido

Contenido de Reconocimiento: Incluye publicaciones educativas, explicativas y conceptuales que introducen la marca y el valor del UGC.

Contenido de Atracción: Orientado a captar tanto creadores como marcas interesadas.

Contenido de Engagement: Formatos creativos, entretenidos y auténticos que incentivan la participación.

Inversión, rendimiento esperado y recursos destinados

La inversión se destina al soporte de la estrategia, con el objetivo de mantener la producción, programación y análisis del contenido en redes sociales. Estos recursos permiten sostener la presencia activa de la marca y facilitar la generación de resultados a partir del trabajo orgánico.

Los recursos considerados corresponden a herramientas para la creación de contenido gráfico y audiovisual, así como a plataformas de gestión y análisis de redes sociales. A continuación, se presenta una tabla con el detalle de la inversión y los recursos asignados.

Tabla 9

Inversión de recursos

Características	Propósito	Beneficios	Inversión
Canva Pro	Creación de gráficos	Identidad visual consistente	\$6,50
Metricool	Gestión de redes sociales	Optimización de estrategia de contenido	\$18,00
CapCut Pro	Edición de video	Videos atractivos de alta calidad	\$10
TOTAL			\$ 34,50 / Mes

El rendimiento esperado de esta inversión se basa en el crecimiento y la mejora de la presencia en línea, así como en la generación de leads orgánicos.

Para lograr los objetivos planteados, se requiere un equipo de profesionales capacitados y dedicados a la creación y gestión de contenido digital.

1 Community Manager

1 Diseñador Gráfico y Multimedia

1 Creador de Contenido Principal

Modelos de Compra Redes Sociales

Selección de Redes Sociales donde invertir

Para la estrategia digital de Viralizate UGC se seleccionarán las plataformas con mayor concentración de tiendas virtuales, actividad comercial y oportunidades de visibilidad para negocios de dropshipping. Considerando que la mayor parte de los emprendimientos digitales y tiendas online operan principalmente en Facebook e Instagram, se priorizará la inversión en esta red social, dado que concentra un volumen elevado de tráfico diario, visitas constantes a perfiles comerciales y un ecosistema de compra impulsado por contenido visual y testimonios reales. Estas plataformas permiten conectar directamente con el público objetivo mediante formatos que favorecen la conversión, como Reels, Stories y publicidad segmentada basada en intereses y comportamientos.

Primero se ejecutarán campañas de tráfico, con el objetivo de atraer a usuarios que demuestren interés real en la creación de contenido y en la mejora de su comunicación visual, esta campaña nos permite identificar audiencias de interés para fortalecer nuestra visibilidad de marca con clientes de dropshipping.

Posteriormente, se activarán las campañas de interacción, dirigidas específicamente a dropshippers que ya han mostrado interés o han dado clic en nuestros

anuncio o intención de compra o interés en nuestros servicios. Aquí se utilizarán anuncios centrado en testimonios, un antes y después, casos de éxito, y resultados. Estos enfoques permiten motivar la acción directa como mensajes, llamadas, formularios o solicitud de más información.

Esta estructura de inversión en anuncios en Meta business, nos facilita para el tráfico desde el reconocimiento hasta la conversión con los clientes, así aprovecharemos la segmentación que nos da esta herramienta para realizar la búsqueda por medio de intereses, comportamientos y audiencias similares, lo que convierte a Meta en una plataforma ideal para atraer y convertir clientes de dropshipping.

Análisis y punto de partida: objetivos y razones de su uso

Actualmente la creciente y suma de emprendedores digitales en Ecuador buscan diferenciarse en un entorno altamente competitivo con contenido que sea determinante para la conversión y la confianza de sus productos ante el consumidor, para Viralizate UGC es fundamental captar a modelos de negocios como dropshipping que dependen en gran medida una comunicación digital mediante contenido persuasivo, cercano y auténtico, dado que la mayoría de estos emprendedores carecen de los recursos, habilidades o tiempos necesarios para producir material visual de manera estratégica.

A partir de este contexto los objetivos principales se orientan a:

Incrementar la visibilidad de la marca con segmentos vinculados al comercio electrónico.

Atraer y educar a negocios de dropshipping sobre el impacto del contenido UGC como herramienta de ventas.

Generar confianza mediante testimonios, demostraciones reales y contenido funcional.

Para las marcas de dropshipping en la que su contenido suele percibirse lejano o impersonales, el contenido UGC entra como una estrategia fundamental que permite conectar desde la naturalidad, resolver objeciones de compra y humanizar productos con contenidos auténticos, experiencias reales, recomendaciones espontáneas y contenido que simula interacciones auténticas.

Estructura de las campañas de publicidad

Para Viralizate UGC, se efectuó una campaña de tráfico mediante la plataforma de meta business bajo una segmentación en dropshipping.

Crear una campaña

Se creó una campaña bajo el conjunto de anuncios y se procedió con el objetivo de tráfico para esta campaña con una prueba de Test A/B para ver qué campaña nos resulta más efectivo, también se asignó presupuesto y calendario real. Posterior se procedió con la segmentación de nuestro público colocando los lugares e intereses para mostrar nuestro anuncio, todo con el destino del tráfico hacia nuestro sitio web. Para el formato del anuncio de tomo en cuenta los tamaños adecuados en donde van a aparecer cada creativo visual en tamaño 16:9, 4:3 y 1:1, esto nos permitirá que el anuncio se muestre completo con variación de tamaño mejorando el rendimiento del contenido a mostrarse. También se procedió con la parte de creatividad colocando el arte para cada formato en la ubicación del arte este sea, formato cuadrado, vertical e historia, cada creativo se procedió a colocar los copys creativos para el anuncio con textos principales y título bien estructurado. Finalmente se revisa y se publica nuestra campaña de tráfico.

Figura 9

Anuncio en Meta business

Nombre de la campaña
VIRALIZATE UGC - CAMP 1 DROPSHIPPING

Detalles de la campaña
Tipo de compra: Subasta
Objetivo de la campaña: Tráfico

Presupuesto y calendario
Presupuesto total: \$ 30.00 USD
Fecha de inicio: 25 de noviembre de 2025
Fecha de finalización: 30 de noviembre de 2025

Control de público
Establece criterios relativos a los lugares donde se pueden entregar los anuncios de esta campaña.

Lugares
Inclusión: Ecuador
Exclusión: Ecuador

Edad mínima
18

Público Advantage+
Nuestra IA encuentra a los públicos para tus anuncios. Si agregas una sugerencia de público, guías a nuestra IA hacia las personas que crees que es más probable que respondan.

Segmentación detallada
Personas que coinciden con: Marketing digital (marketing), Comercio electrónico (comercio electrónico), Shopify (software), EDC o WooCommerce, Empresas, Comercio electrónico, Carga Digital Marketing Strategy.

Confirma tu prueba A/B
Duración de la prueba: 26 nov 2025, 12:05 am - 29 nov 2025, 12:05 am
Versiones: A: VIRALIZATE UGC - CAMP 1 DROPSHIPPING, B: Prueba - VIRALIZATE UGC - CAMP 1 DROPSHIPPING
Presupuesto total: Duplicado

Nombre del conjunto de anuncios
VIRALIZATE UGC - CAMP 1 DROPSHIPPING

Conversiones
Ubicación de la conversión: Elige a dónde quieres dirigir al tráfico.
Sitio web, App, Destinos de mensajes, Instagram o Facebook, Landing

Lugares
Ecuador
Quito, Azuay Province + 40km
Provincia de Guayas
Quito, Pichincha Province + 40km

Edad mínima
18

Público Advantage+
Nuestra IA encuentra a los públicos para tus anuncios. Si agregas una sugerencia de público, guías a nuestra IA hacia las personas que crees que es más probable que respondan.

Segmentación detallada
Personas que coinciden con: Marketing digital (marketing), Comercio electrónico (comercio electrónico), Shopify (software), EDC o WooCommerce, Empresas, Comercio electrónico, Carga Digital Marketing Strategy.

Campanías
1 seleccionada

Conjuntos de anuncios
1 seleccionada

Anuncios
1 seleccionada

Activo
Anuncio 1

Presupuesto
\$30.00

Nota. Capturas de Meta ADS

Display

Análisis y punto de partida: objetivos y razones de su uso

Viralízate UGC está empezando y no ha realizado campañas de display ni de publicidad pagada. Ha comenzado con contenido orgánico, con presencia únicamente en redes sociales y en su sitio web básico. No cuenta con un monto de inversión publicitaria, lo que limita el alcance y posicionamiento de la marca.

Selección de alternativas de campañas: afiliación, network ads, compra en directo.

Sugerimos empezar con campañas de branding digital para darse a conocer en el mercado ecuatoriano, específicamente en la ciudad de Quito. Además, un performance orientado a conseguir leads mediante formularios y WhatsApp Business.

Objetivos de las campañas: branding, performance

Viralízate UGC actualmente no cuenta con campañas activas ni branding; por ello, se recomienda la implementación estratégica de campañas digitales para impulsar su visibilidad y posicionamiento en el mercado.

Posicionar a viralízate UGC como una opción innovadora de creadores de contenido UGC para público de dropshipping en la ciudad de Quito.

Aumentar la cartera de clientes de viralízate UGC mediante la generación de leads calificados que permitan la sostenibilidad de nuestro giro de negocios.

Registrar a nuevos creadores de contenido interesados en trabajar con viralízate UGC, con CTA a nuestra landing page a través de formularios.

Tabla 10

Campañas de display

Fase	Formato Display	Objetivo
-------------	------------------------	-----------------

Awareness	Banners estáticos y dinámicos 300x250, 728x90, 300x600, 160x600	Aumentar el reconocimiento de marca visibilizando la identidad visual y propuesta de valor de Viralízate UGC en sitios web visitados por emprendedores y negocios de dropshipping
Awareness	Video Display 1920X1080	Mostrar de manera dinámica cómo el UGC aumenta ventas y engagement, impulsando la autoridad de la marca en marketing digital para dropshipping
Consideración	Banners Interactivos 300x250, 336x280, 325x50	Incrementar la cartera de clientes mediante la generación de leads calificados interesados en contenido UGC
Conversión	Displays con formularios integrados 336x280, 250x360	Generar registros de nuevos creadores de contenido UGC interesados en crear contenido real con viralízate UGC

Definición de las campañas y plan de medios

Campaña de Display Estático y Dinámico

Posicionar y reforzar la identidad visual de Viralízate UGC en el mercado digital en Quito. Proyectando profesionalismo, creatividad y confianza, aumentando visibilidad en negocios de dropshipping.

Campaña de Video Display

Mediante videos breves, esta campaña se enfocará en comunicar los beneficios del UGC en la conversión de ventas, demostrando su impacto real a través de casos de éxito y ejemplos de contenido generado por creadores.

Campaña de Banners Interactivos

Se enfoca en estimular la acción y el interés de potenciales clientes mediante formatos participativos con CTA directos hacia la landing page. Promueve la generación de leads calificados, ofreciendo asesorías o información sobre los servicios de contenido UGC.

Captación de nuevos creadores UGC

Busca atraer creadores que deseen colaborar con Viralízate UGC, fortaleciendo su red de producción de contenido real para marcas de dropshipping.

Tabla 11

Tabla de plan de medios

Etap a	Period o	Campañas	% Presupues to	Audienc ia	Recursos	Objetivo
Fase 1	Mes 1	Awareness	20%	Audiencias similares a creadores de contenido, Ecuador, marketing digital, influencers freelancer	Baners display estático y dinámico (.jpg)	Generar alcance y reconocimien to

Fase 2	Mes 2	Consideración	40%	Publico de dorpshipping, ecommerce, influencers, freelancers, creadores de contenido	Video Corto de: 6-15 segundos (.mp4 formato: 16:9) Formulari	Atraer tráfico al sitio web/landing page
Fase 3	Mes 3	Conversión	40%	Visitantes al sitio, lookalike de leads anteriores	o, mediante web responsive (CTA formulario corto)	Captar lead calificados: Clientes y Creadores UGC

Creatividades y formatos

La estrategia que deseamos emplear para Viralízate, se enfoca en tres etapas del funnel para conversión:

Tabla 12

Formatos para redes sociales de Viralízate UGC

Awareness	Consideración	Conversión
Contenido:	Contenido:	Contenido:
Banners estático y dinámico Display.	Generar videos en formato vertical con testimonios de emprendedores y empresarios destacando el impacto de conexión que genera el contenido UGC.	Crear anuncios de remarketing, dirigidos a usuarios que interactuaron en la página web.

		Crear una landing page
	Anuncios Display	atractiva y estratégica que capte
Videos cortos en formato	interactivos, con mensajes	la atención de la audiencia
vertical de estilo UGC	directos, que motive a	interesada, ofreciendo mensajes
posicionando el modelo	contratar los servicios de	claros y persuasivos, con
como innovador y con	Viralízate UGC,	formularios optimizados para
conexión real. (5-15	destacando como un	convertir prospectos tanto de
segundos)	impulsor de confianza para	creadores de contenido UGC
	los consumidores.	como de negocios de
		dropshipping.
Contenido visual		
atractivo, UGC como		
protagonistas de		
estrategia: “Para crecer		
tu negocio, conecta con		
creadores de contenido en		
el mundo del		
dropshipping.”		

Planificación y modelo de compra

La planificación publicitaria y el modelo de compra son elementos esenciales dentro de toda estrategia de marketing digital, ya que permiten estructurar la inversión, los objetivos y las acciones tácticas de manera secuencial para garantizar la optimización de resultados. Según Philip Kotler (2021), “una estrategia eficaz de marketing debe integrar tecnología, datos y creatividad para conectar con los consumidores en cada fase del proceso de decisión de compra”.

Siguiendo este principio, Viralízate UGC organiza su planificación publicitaria en tres fases awareness, consideración y conversión, priorizando el embudo de ventas digital y la eficiencia del presupuesto mediante modelos de compra programática y estrategias de segmentación progresiva. Este enfoque permite atraer audiencias frías,

nutrir su interés con contenido relevante y finalmente convertirlas en leads calificados y clientes fieles.

Tabla 13

Estrategias de planificación y modelos de compra

Fase	Periodo	Objetivo principal	Audiencia objetivo	Tipo de contenido / formato	Canales de difusión	Modelo de compra	KPI's principales	Inversión estimada
Awareness	Mes 1	Generar visibilidad y posicionamiento de marca en el mercado digital de Quito.	Audiencias frías: interesados en dropshipping, e-commerce, marketing digital.	Banners estáticos y dinámicos (300x250, 728x90, 300x600), video corto display (15 seg).	Google Display	CPM (Costo por mil impresiones)	25.000 impresiones y 200 visitas al sitio web.	\$200
			Incrementar el tráfico hacia la web y captar leads calificados.	Audiencias tibias: usuarios que interactuaron con publicaciones o sitio en los últimos 30 días.	Video display vertical (16:9), testimoniales UGC, banners interactivos con CTA.	Meta Ads	CPC (Costo por clic)	
Consideración	Mes 2							\$400

Conversión	Mes 3	Lograr conversiones efectivas de leads a clientes y creadores UGC.	Audencias web que no completaron formularios.	ios web optimizados, anuncios de remarketing, landing page personalizada.	Meta Ads, Google Ads	CPA (Costo por adquisición)	40 leads calificados y tasa de conversión del 20%.	\$400

Recogida de audiencia

Tabla 14

Estrategia de audiencia

Awareness	Consideración	Conversión
Prospecting o audiencias frías.	Engagement o audiencias tibias.	Remarketing o audiencias calientes.
Intereses: Giros de negocio como, dropshipping en Quito.	Audiencias que haya tenido una interacción previa con Viralízate en los últimos 30 días en Quito	Usuarios que visitaron el sitio web, pero no completaron los formularios ni tuvieron interacción interacciones.
Usuarios que aún no conocen Viralízate UGC		

Inversión, KPI's objetivos y recursos empleados Inversión por mes:

Mes 1: \$200 para Awareness

Mes 2: \$400 para consideración

Mes 3: \$400 para remarketing con performance, obteniendo un total de \$1000 dólares de inversión en 3 meses.

Inbound Marketing

Análisis y punto de partida: objetivos y razones de su uso, sinergias con otras estrategias

El Inbound Marketing es importante para Viralízate UGC, ya que por medio de las estrategias permitirá influir en los usuarios, generando confianza, de esta manera atraer leads cualificados, además mejorar la visibilidad y que se posicione en una plataforma líder en contenido UGC, así la audiencia se eduque mediante contenido de valor relevante y auténtico. (Kotler, Kartajaya & Setiawan, 2017). “El Inbound Marketing es una metodología que se centra en atraer clientes mediante contenido relevante y valioso, en lugar de interrumpirlos con mensajes publicitarios”.

Mientras que la combinación del Inbound Marketing con SEO, se realizará mediante blogs para captar leads cualificados, también en las diferentes redes sociales que se creará contenido de valor para conectar con la audiencia, SEM se utilizará para aumentar ventas y remarketing con usuarios que han interactuado con nuestro contenido, el email marketing nos permitirá alcanzar a nuestra audiencia con mensajes automatizados y personalizados, para generar mayor visibilidad, conversión y posicionamiento.

Definición del ciclo de compra de cada proyecto

Ciclo de compra para marcas B2B

Viralízate UGC analiza la estrategia del contenido que le interesa a la audiencia, así poder atraer leads, mediante un reel para tener resultados de UGC, mientras que en la consideración, investigamos la web, con el formulario y una guía gratuita que los usuarios pueden interactuar, así en el cierre, tener un pack de videos que cuenta

viralízate UGC, para que en la fidelización, se pueda generar estrategias con promociones mensuales de guías para poder utilizar de mejor manera las diferentes redes sociales.

Ciclo de comprar para creadores B2C

Viralízate UGC cuenta con un folio de creadores de contenido. Una guía de como poder monetizar su contenido en las redes sociales, a través de observar un reel de viralízate UGC, en la consideración, se realiza un análisis entre otras plataformas de contenido UGC y competencia frente a Viralízate UGC. En la conversión se investigará a los leads cualificados, mediante un formulario en la web para dejar la información y empezar con las campañas de viralízate UGC.

Definición y estrategia para la fase de atracción

Atraer la atención de la audiencia mediante contenido educativo con las siguientes prácticas.

Blogs especializados con contenido sobre marketing UGC, casos de éxito, tendencias, testimonios, Tips y consejos prácticos.

SEO mediante palabras claves como contenido UGC, UGC, agencias UGC, creadores de contenido.

Masterclass, secciones formativas, lives sobre como implementar estrategias UGC con tu marca.

Crear el contenido mensual para redes sociales.

Definición y estrategia para la fase de conversión

Generar confianza en el usuario para convertir un lead en cliente.

Se Diseñó una landing page en borrador para el usuario que puedan ingresar y descargar una guía especializada a cambio de sus datos.

Figura 10

Landing page para guía gratuita

Guía gratuita UGC que vende y enamora

Guía gratuita UGC que vende y enamora

Este guía te ayudará a aumentar tus ventas y el conocimiento y amor de tu marca

Descárgalo llenando el formulario

Nombre

E-mail

Celular

Descargar Guía

Caso de éxito

Conoce nuestro caso de éxito

Cuenta a Pauli

Aumento sus ventas en un 85%

Entrar a la nota completa

DESCUENTO ESPECIAL EN NUESTRO Pack Viral

OFERTA POR TIEMPO LIMITADO

3 39 40

OBTENER DESCUENTO

¡No dejes que tu competencia sea más viral que tú!

Viralizate ugc

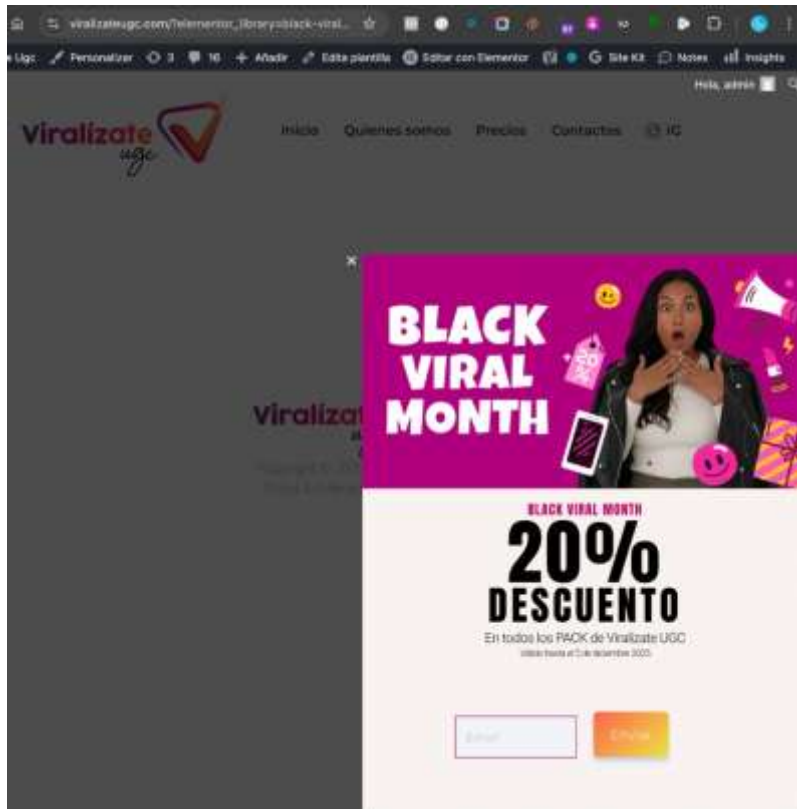
Copyright © 2020 Viralizate UGC. Todos los derechos reservados.

Nota. Elementos gráficos diseñados por los autores.

Además de incorporó el uso de un pop up creativo y persuasivos con descuentos especiales por temporada, se creó una visualización.

Figura 11

Pop up de descuento Viralizate Ugc



Nota. Diseño elaborado por los autores.

Definición y estrategia para la fase de cierre

Crear campañas de email con secuencias automatizadas basadas en el comportamiento de usuario.

Ofertas de lanzamiento por adquirir guías y promociones de viralízate UGC.

Mostrar testimonios o casos de éxito acorde a cada segmento.

Seguimiento personalizado por WhatsApp para leads de alto valor.

Definición y estrategia para la fase de fidelización

Descuentos exclusivos para clientes que haya adquirido packs de contenido UGC.

Contenido exclusivo mediante webinars avanzados para clientes activos.

Bono anticipado por la adquisición de un pack de viralízate UGC.

Recursos destinados

Recursos humanos: Diseñador gráfico y multimedia, especialistas UGC, creadores UGC, especialista SEM Y SEO, community manager y content manager.

Recursos tecnológicos: Plataformas de edición, cámaras, micrófono, plataformas de emailing, Google analytics, hosting y dominio, plugin de SEO (Yoast SEO).

Recursos financieros: publicidad pagada, producción de contenido y sueldos.

Analítica

Software de medición

Google Analytics nos permitirá entender el comportamiento de los usuarios de viralízate UGC, así también saber cómo interactúan los usuarios en la página web, además de tener información, poder atraer leads cualificados, la cual nos permitirá tener una mayor optimización de la página y las campañas.

Meta Business Suite permitirá medir y gestionar varias cuentas, crear reportes completos, análisis de contenidos y tendencias, informes automáticos y personalizados, gestionar anuncios. Además, mide las plataformas donde el UGC tiene el mayor impacto: Instagram, Facebook y Reels.

TikTok Ads Manager Analytics ayudará a la evaluación continua del desempeño mediante métricas como CTR, tasa de visualización completa, costo por resultado y niveles de retención por segundos. Estos resultados nos permiten tomar decisiones informadas y optimizar las campañas en tiempo real, asegurando que cada pieza UGC generada por Viralízate UGC contribuya al objetivo de conversión del ecommerce o negocio de dropshipping.

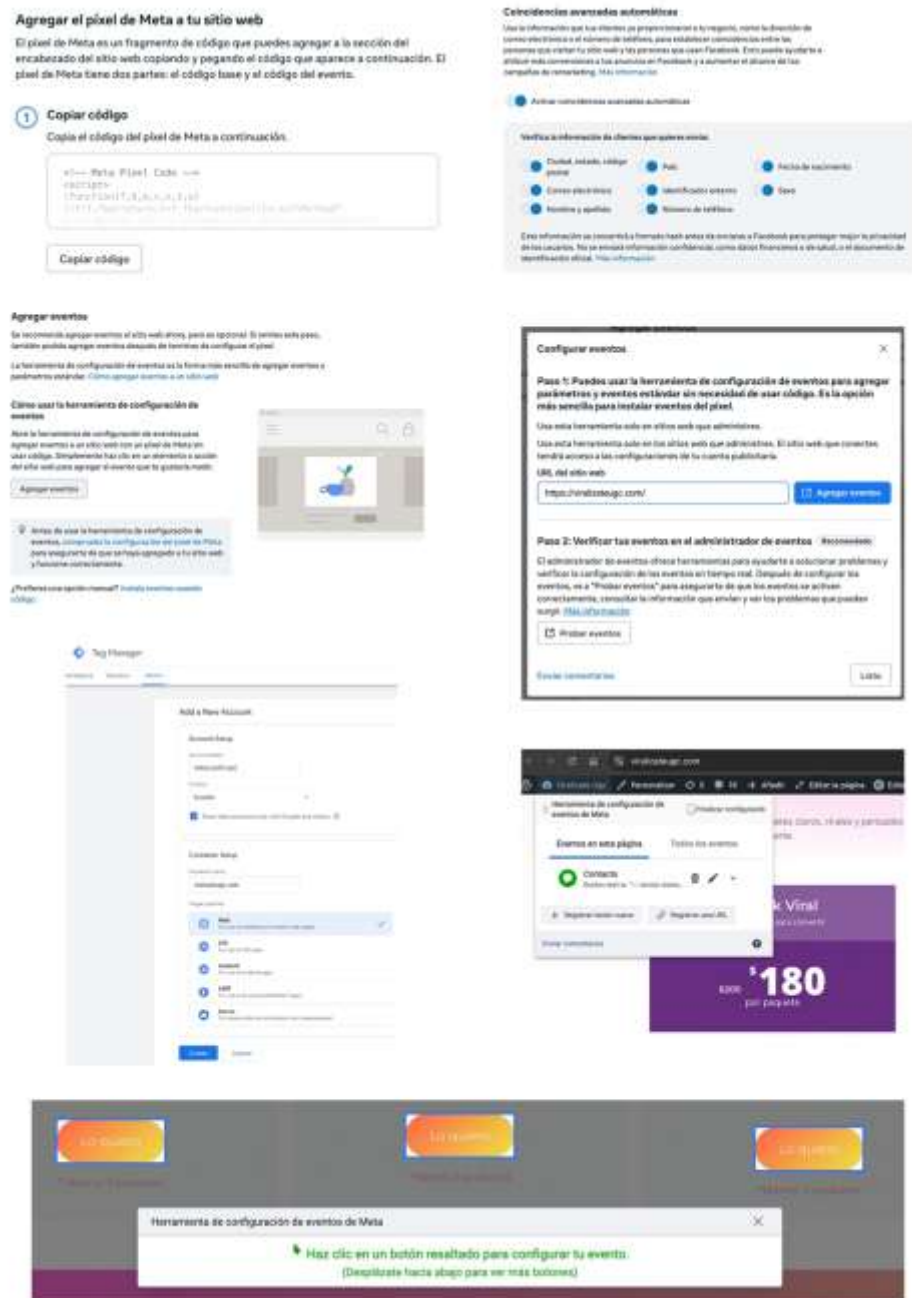
Google Tag Manager es fundamental para Viralízate UGC, porque permite medir con precisión cada interacción clave en la web y las campañas, identificando qué piezas UGC generan mayor impacto. Esta visibilidad nos permite optimizar audiencias, formatos y conversiones en tiempo real, impulsando el posicionamiento, la captación de creadores y la generación de leads calificados.

Funcionamiento de la tecnología (pixel, tag container)

Para que nuestras campañas sean más efectivas se implementó las herramientas de Pixel y Tag de Meta Business, para que nuestros anuncios den un mejor seguimiento a los posibles interesados y podamos medir su efectividad dentro de nuestro sitio web.

Figura 12

Configuración de Pixel y Tag de Meta en la web



Nota. Herramienta Pixel

Generación de UTM

Las UTM son importantes para Viralizate UGC, porque permiten analizar el contenido, la plataforma y campaña que generan los leads más cualificados. Al etiquetar cada enlace, podemos saber qué piezas UGC impulsan resultados reales, qué canales

convierten mejor y dónde debemos invertir más esfuerzo y presupuesto. Esto convierte cada acción de contenido en datos estratégicos para optimizar el crecimiento.

Medición y Seguimiento

Se presenta en la siguiente tabla los KPI's que se medirán para cada estrategia y la herramienta con la que se realizará la medición, análisis y seguimiento.

Tabla 15

KPI's las herramientas de medición

Plataforma	KPI	Herramientas
SEM	CPC para tráfico cualificado	Google Ads, google Analytics, SEMrush
	Impresiones	
	CTR	
	CPA	
SEO	Incremento de visitas orgánicas	Google Ads, google Analytics, SEMrush
	CTR	
	Usuarios nuevos	
	Impresiones orgánicas	
	CPC	
	Tasa de conversión	
E-mail marketing	Tasa de apertura	Mailchimp
	CTR	
	Tasa de asistencia a masterclass	
	Descarga de manual UGC	
	Porcentaje de leads que abrieron la oferta	
	Alcance total	
Redes sociales orgánico y de pago	Impresiones	Meta, Tiktok analytics, LinkedIn analytics
	Reproducciones de Reels	
	Tiempo de visualización	
	Tasa de interacción	
Display	CTR	Google Ads
	Crecimiento de seguidores	
	Impresiones	

	Interacciones	
	CPC	
	Captación de leads	
	Tasa de conversión	
	CPM	
Compra programática	CPC	Google Ads
	Impresiones	

Presupuesto, Planificación y Campañas

El presupuesto total de \$35.000 se distribuye estratégicamente entre ocho canales digitales con el objetivo de equilibrar alcance y conversión. RRSS Pago concentra la mayor inversión de \$8.000, lo que justifica su rol como principal motor de ventas y ROI el cual representa más del 50% del ingreso proyectado. Le siguen RRSS orgánico, display y promo, enfocados en maximizar visibilidad e interacción dentro del embudo superior. Canales tácticos como SEM, SEO, email marketing y web referencia mantienen una inversión más moderada pero eficiente en tráfico y captación. El gasto mensual ejecutado de \$27.700 muestra una optimización presupuestaria por debajo del total disponible, manteniendo el rendimiento financiero proyectado en \$64.200. Esta asignación asegura una cobertura completa del recorrido del usuario, priorizando los medios con mayor tasa de conversión y fortaleciendo el retorno sobre la inversión digital.

Figura 13

Presupuesto total

Objetivo Ventas Totales	\$ 100.000,00	Objetivo Margen Bruto %	30%	Objetivo Margen Bruto \$	\$ 80.000,00	Valor Conversión	\$ 250,00	Ventas	\$ 64.200,00	Diferencia	\$ 15.800,00
-------------------------	---------------	-------------------------	-----	--------------------------	--------------	------------------	-----------	--------	--------------	------------	--------------

Acción	Presupuesto Total	Mensual	Objetivo Ventas Brutas	Objetivo %	Impresiones	CTR	Clicks / Visitas	CTR Intero	Conversiones	Valor Conversión	TOTAL Ventas
SEO	\$ 3.400,00	\$ 300,00	\$ 2.500,00	8%	2.300,00	32%	200	2%	250,00	\$ 250,00	\$ 100,00
SEM	\$ 2.400,00	\$ 218,18	\$ 8.000,00	8%	14.500,00	8%	670	2%	17,40	\$ 250,00	\$ 4.350,00
Email Mkt	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 1.800,00	2%	4.500,00	34%	600	3%	6,30	\$ 250,00	\$ 1.575,00
Display	\$ 4.500,00	\$ 500,00	\$ 12.000,00	12%	100.000,00	8%	8.000	1%	30,00	\$ 250,00	\$ 7.500,00
Web Referencia	\$ 2.000,00	\$ 500,00	\$ 4.000,00	6%	52.000,00	2%	1.040	3%	10,40	\$ 250,00	\$ 2.600,00
RRSS	\$ 4.800,00	\$ 800,00	\$ 16.000,00	16%	95.000,00	2%	3.850	3%	26,50	\$ 250,00	\$ 7.125,00
RRSS Pago	\$ 8.000,00	\$ 800,00	\$ 27.500,00	28%	300.000,00	2%	10.000	1,08%	150,00	\$ 250,00	\$ 37.500,00
Promo	\$ 4.000,00	\$ 444,44	\$ 8.000,00	8%	20.000,00	2%	600	2%	12,00	\$ 250,00	\$ 3.000,00
Presupuesto	\$ 35.000,00	Gasto Presupuestado	\$ 27.700,00								

Nota. Imagen elaborada por los autores.

Calendario

Figura 14

Calendario Anual

		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
	Periodicidad	123456789101112	123456789101112	123456789101112	123456789101112	123456789101112	123456789101112	123456789101112	123456789101112	123456789101112	123456789101112	123456789101112	123456789101112
SEO													
SEM													
Email Mkt													
Display													
Web Referencia													
RSS	Semanal (S)												
RSS Page													
Prensa													

		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
	Periodicidad	123456789101112	123456789101112	123456789101112	123456789101112	123456789101112	123456789101112	123456789101112	123456789101112	123456789101112	123456789101112	123456789101112	123456789101112
Acción		Inicio de año Activar la oferta	Challenger del amor creativo	Captación de nuevos clientes	Comienzo de nuevo sector	Posicionamiento Día de la Madre	Verano / Día del Padre	Descuentos de emprendedores UGC		Más del branding UGC	Visitable Academy	Black out month	Cierre de año y Reflexión
SEO		Blog contenido UGC y cómo impulsar las ventas en e- commerce, dropshipping y pyram				Mejorar la visibilidad de contenido UGC con Google y otros sitios de empresarios interesados en contenido UGC	Landing con registro para convertir a tu página en creador UGC	Mejorar el sitio web con los premios de los servicios y planes		Landing page con registro a la academy con 3 cursos gratuitos. Posicionamiento regional			
SEM		Campaña en Google Ads. Una campaña UGC para tu directa online		Campañas con personas clave como empresa UGC, contenido para dropshipping, contenido para ecommerce				Campaña enfocada para emprendedores y promoción		Puesta para buscar con visitable Academy		Puesta para desarrollo de Black out	
Email Mkt		Newsletter con personalidad de la marca y sus beneficios	Enviar guía práctica y ideas de cómo usar UGC que vende	Envío con ofertas y CTA para controlar el plan mensual	Envío de newsletter con historias de clientes y consejos	Envío de correo para desarrollar el curso por el día de madre	Envío de correo con descuento para asociados para que pueda poner un pago en contenido ugc	Enviar nuevos descuentos en productos de contenido UGC Email Newsletter con tips de contenido para la temporada alta como UGC	Mailing prospectos con casos de éxito	Mailing a registro para la academy, mailing acompañados para recordatorio del curso y los que no están al curso o hicieron CTA	Email a clientes y nuevos prospectos. Mailing acompañados para recordatorio del curso y los que no están al curso o hicieron CTA	Campaña de email con mensaje inspirador, agradecimiento	
Display		Banner "¡No quiero más real con UGC" de blogs y YouTube	Mostrar videos o fotos que despierten emociones y ventas	Banner en portales de marketing y empresariado		Enviar anuncios por el día de madre	Banner publicitarios como contenido a la página en creador ugc	Banner en la web con historias de ventas con un descuento especial en contenido UGC por temporada			Anuncio de la Academy	Anuncio de Black Out	
Web Referencia								Dispositivo de los que dejan de comprar			Anuncio de la Academy	Anuncio de Black Out	
RSS		Video corto explicando qué es UGC con ejemplos reales	Publicaciones de los Artistas y usuarios de contenido UGC	Colaboración con influencers	Publicaciones de los videos grabados	Evento y contenido tu experiencia para a tu marca con contenido UGC	Evento en Instagram / TikTok con contenido del día del padre	Instagram con fotos / TikTok mostrando UGC para promocionar por temporada	Artículo y video con casos de éxito	Artículo y video con casos de éxito visitable Academy		Video y collage recopilación de contenido todo el año. Inspiración del nuevo año para colaboraciones	
RSS Page		Anuncio con video de testimonio de personas que usan contenido UGC	Anuncio registrado a usuarios de contenido UGC online y dropshipping	Anuncio para captar nuevos leads	Puesta en Instagram Reels / TikTok	Puesta en Instagram y en todo por el día del padre	Puesta en Instagram con fotos / TikTok mostrando UGC para promociones	Puesta con casos de éxito	Puesta en redes sociales y tus	Puesta con primer black out month		Puesta especial	
Prensa		Sorteo de un video UGC gratis por San Valentin		Lanzamiento de curso sobre contenido UGC	Sorteo por el día de la madre	Descuento en suscripción para crear a tu página en contenido ugc	Oferta especial de guías para UGC	Artículo sobre el agradecimiento	Artículo sobre el agradecimiento				

Nota. Imagen elaborada por los autores.

Conclusiones y Recomendaciones

El desarrollo de una estrategia de marketing para la empresa viralízate UGC guía al posicionamiento como especialistas de contenido UGC en negocios de dropshipping en el mercado de la ciudad de Quito, Ecuador, aportando en el posicionamiento y crecimiento del interés por la creación del contenido UGC.

El diseño de un cronograma anual de contenidos enfocados a negocios de dropshipping demuestra que en el lapso de 12 meses podemos conseguir el aumento

significativo del 25% de seguidores y consolidar el posicionamiento de la marca dentro del mercado objetivo.

Se recomienda mantener una estrategia de contenido orgánico frecuente en redes sociales, priorizando la autenticidad y la experiencia real de los creadores UGC. Este enfoque permite fortalecer la comunidad digital y sostener el crecimiento de la marca de forma progresiva, sin depender exclusivamente de inversión publicitaria, en especial durante las etapas iniciales del proyecto.

También es importante continuar diferenciando el uso de cada plataforma digital, adaptando los formatos y mensajes según el público objetivo. TikTok debe mantenerse como canal de visibilidad y atracción de nuevos creadores, Instagram como espacio de consolidación de marca y portafolio, y LinkedIn como medio para el posicionamiento profesional y la captación de empresas y agencias.

De preferencia, se debe analizar constantemente métricas clave, para evaluar y ajustar decisiones relacionadas con formatos, frecuencia de publicación y tipos de mensajes.

Por otro lado, se recomienda establecer lineamientos claros en aspectos legales vinculados al uso de imagen, derechos de autor y acuerdos con creadores, para proteger a la marca y garantizar relaciones transparentes dentro del ecosistema UGC.

Referencias

Bhagsain, A. (2024). *What is reach in digital marketing: How to calculate & improve it.*

ViewMetrics. <https://www.viewmetrics.com/blog/what-is-reach-in-marketing>.

Halligan, B., & Shah, D. (2014). *Inbound Marketing: Get Found Using Google, Social Media, and Blogs.* Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

https://books.google.com/books?hl=es&lr=&id=VKwD8lKzeEoC&oi=fnd&pg=PR13&dq=Inbound+Marketing:+Get+Found+Using+Google,+Social+Media,+and+Blogs&ots=7_XVLq8-9P&sig=i_Kz5xsqhtxpzkXLIEjKBB4x-ZA

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity.* Wiley.

https://books.google.com/books?hl=es&lr=&id=S9YPEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=Marketing+5.0:+Technology+for+humanity&ots=QoRvlfHKIV&sig=s8NC_KNe605htGl0vUREaEfBPqA

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2024). *Marketing 6.0: El futuro es inmersivo.* LID Editorial.

<https://books.google.com/books?hl=es&lr=&id=FluYEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT8&dq=Marketing+6.0:+El+futuro+es+inmersivo.+&ots=ocOAebfRxc&sig=8G4izXIH04POn7KZknS4dGA2VeE>

Kotler, P., Keller, k., & Chernev, A. (2024). *Marketing Management.* Pearson.

https://campus.eco.unlpam.edu.ar/pluginfile.php/154367/mod_resource/content/1/Marketing%20Kotler-Armstrong.pdf

Machado, J. A. (2023). *Estrategias SEM Y SEO para la optimización de exposición de una marca en la búsqueda mediante la utilización de inteligencia artificial.*

Obtenido de <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/13182/1/18708.pdf>.

Marketing Med. (2023). *Posicionamiento orgánico*. Obtenido de
<https://marketingmed.cl/servicios/posicionamiento-organico>.

Anexos

Anexos 1

Mail de bienvenida



Anexo 2

Mail recordatorio Masterclass 1



Anexo 4

Mail recordatorio Masterclass 2.



Mail de No asistió

Anexo 5

Mail entrega de Manual UGC

Email 5: Entrega Manual UGC

Asunto: 📧 Tu Manual "UGC que vende y enamora" ya está listo



VIRALIZATE UGC, Av. Amazonas No. 4080 y URP, EC170190, Quito, Ecuador.
Puede [clicar de nuevo](#) o [cambiar sus datos](#) en cualquier momento.

Anexo 6

Mail descuento especial

Email 6: Descuento especial

Asunto: 🎁 ¡Solo para ti! Descuento exclusivo en nuestro Pack Viral de UGC



VIRALIZATE UGC, Av. Amazonas No. 4080 y URP, EC170190, Quito, Ecuador.
Puede [clicar de nuevo](#) o [cambiar sus datos](#) en cualquier momento.

Anexo 7

Anexo 8

Mail Caso de éxito

Email 7: Caso de éxito

Asunto: 🌟 Conoce cómo Paulina duplicó sus ventas con UGC auténtico



VIRALIZATE UGC, Av. Amazonas No. 4080 y URP, EC170190, Quito, Ecuador.
Puede [clicar de nuevo](#) o [cambiar sus datos](#) en cualquier momento.

Email 8: Testimonio en video

Asunto: 📺 Mira cómo el UGC cambió sus resultados



VIRALIZATE UGC, Av. Amazonas No. 4080 y URP, EC170190, Quito, Ecuador.
Puede [clicar de nuevo](#) o [cambiar sus datos](#) en cualquier momento.

Mail Testimonio en video

Anexo 9

M

Email 9: Recordatorio descarga manual

Asunto: ¡Aún puedes descargar tu Manual "UGC que vende y enamora"!

Estimado/a Jefferson Tapante

Tu acceso al Manual UGC sigue disponible por poco tiempo.

No pierdas esta oportunidad de dominar las estrategias que están humanizando y revolucionando las ventas digitales.



Descarga ahora

Viralizate UGC

www.viralizateugc.com

+593 90 890 4763
hola@viralizateugc.com

VIRALIZATE UGC, Av. Amazonas No. 4080 y URP, ECT10150, Quito, Ecuador
Puede [cancelar sus datos](#) o [contactar sus datos](#) en cualquier momento.

Anexo 10

Email 10: Oferta especial

Asunto: ¡No dejes pasar esta oportunidad! tu descuento en contenido UGC esta listo

Estimado/a Jefferson Tapante

Sabemos que los grandes pasos requieren decisión.

Por eso extendemos tu **Descuento exclusivo por 24 horas más** para que puedas acceder a nuestro servicio con contenido único de UGC que enamora y vende para tus productos de Dropshipping.



PACK FLASH

Antes / Ahora
\$358 / \$125

- 2 fotos de producto
- 2 videos tipo UGC
- 2 videos (Story/Tik Tok)

¡Reserva tu pack ahora!

Viralizate UGC

www.viralizateugc.com

+593 90 890 4763
hola@viralizateugc.com

VIRALIZATE UGC, Av. Amazonas No. 4080 y URP, ECT10150, Quito, Ecuador
Puede [cancelar sus datos](#) o [contactar sus datos](#) en cualquier momento.

io manual

Mail oferta

especial

Anexo 11

Oferta especial extendida

Email 11: Oferta especial extendida

Asunto: ¡Última oportunidad! Extensión de tu descuento en contenido UGC por 24h

Estimado/a Jefferson Tapante

Sabemos que los grandes pasos requieren decisión.

Por eso extendemos tu **Descuento exclusivo por 24 horas más** para que puedas acceder a nuestro servicio con contenido único de UGC que enamora y vende para tus productos de Dropshipping.



PACK FLASH

Antes / Ahora
\$358 / \$125

- 2 fotos de producto
- 2 videos tipo UGC
- 2 videos (Story/Tik Tok)

¡Reserva tu pack ahora!

OFERTA POR TIEMPO LIMITADO

00 18 39 40
Min Seg Min Seg Min Seg Min Seg

Viralizate UGC

www.viralizateugc.com

+593 90 890 4763
hola@viralizateugc.com

VIRALIZATE UGC, Av. Amazonas No. 4080 y URP, ECT10150, Quito, Ecuador
Puede [cancelar sus datos](#) o [contactar sus datos](#) en cualquier momento.