



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA MERCADOTECNIA

MARKETING DIGITAL PARA POSICIONAR LA DISCIPLINA DE
AJEDREZ DE LA FEDERACIÓN DEPORTIVA DE CHIMBORAZO
CIUDAD RIOBAMBA

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN MERCADOTECNIA

AUTORA:

DANIELA ESTEFANIA PINCAY COLOMA

Riobamba – Ecuador

2024



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA MERCADOTECNIA

MARKETING DIGITAL PARA POSICIONAR LA DISCIPLINA DE
AJEDREZ DE LA FEDERACIÓN DEPORTIVA DE CHIMBORAZO
CIUDAD RIOBAMBA

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN MERCADOTECNIA

AUTORA: DANIELA ESTEFANIA PINCAY COLOMA

DIRECTOR: ING. DIEGO MARCELO ALMEIDA LÓPEZ

Riobamba – Ecuador

2024

© 2024, Daniela Estefania Pincay Coloma

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, Daniela Estefanía Pincay Coloma, declaro que el presente Trabajo de Titulación es de mi autoría y los resultados de este son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Titulación; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 25 de abril de 2024




Handwritten signature in blue ink that reads "Daniela Pincay C."

Daniela Estefanía Pincay Coloma

095011742-4

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA MERCADOTECNIA

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El Trabajo de Titulación; Tipo: Proyecto de Investigación, **MARKETING DIGITAL PARA POSICIONAR LA DISCIPLINA DE AJEDREZ DE LA FEDERACIÓN DEPORTIVA DE CHIMBORAZO CIUDAD RIOBAMBA**, realizado por la señorita: **DANIELA ESTEFANIA PINCAY COLOMA**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. Víctor Patricio Camacho Gaibor PRESIDENTE DEL TRIBUNAL		25-04-2024
Ing. Diego Marcelo Almeida López DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN		25-04-2024
Ing. José Fernando López Aguirre ASESOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN		25-04-2024

DEDICATORIA

El presente trabajo de integración lo dedico con orgullo a mis padres Evelenny y Segundo, a mis hermanos Cristopher y Renata, a mi tía Leila, quienes siempre se encuentran a mi lado siendo un gran apoyo emocional, apoyándome durante mi carrera universitaria, deseando lo mejor para mí sin importar las circunstancias. Impulsándome siempre a ir más allá.

A mis queridos amigos de la carrera universitaria Jhon, Grace, Eliana y Betty siempre dispuestos a brindar su apoyo.

Daniela

AGRADECIMIENTO

Mis más sinceros agradecimientos a Dios por permitirme haber llegado hasta aquí. A mi familia pilar de momentos llenos de gozo a su lado. A mis padres por su apoyo incondicional y sacrificio alentador, a mis hermanos por motivarme, familia y amigos que me han acompañado en todo este proceso de formación.

Daniela

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS	xiv
RESUMEN.....	xv
SUMMARY / ABSTRACT.....	xvi
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO 1

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	2
1.1. Planteamiento del problema	2
1.2. Objetivos.....	3
1.2.1. <i>Objetivo General</i>	3
1.2.2. <i>Objetivos Específicos</i>	3
1.3. Justificación.....	4
1.3.1. <i>Justificación teórica</i>	4
1.3.2. <i>Justificación metodológica</i>	4
1.3.3. <i>Justificación práctica</i>	5
1.4. Pregunta de investigación	5

CAPÍTULO 2

2. MARCO TEÓRICO	6
2.1. Antecedentes de la investigación	6
2.2. Referencias teóricas	7
2.2.1. <i>Marketing</i>	7
2.2.2. <i>Marketing digital</i>	8
2.2.3. <i>Características del marketing digital</i>	8

2.2.4.	<i>Importancia del marketing digital</i>	9
2.3.	Tipos de estrategias de marketing digital	9
2.4.	Las 4F del marketing digital	10
2.4.1.	<i>Flujo</i>	10
2.4.2.	<i>Funcionalidad</i>	10
2.4.3.	<i>Feedback</i>	10
2.4.4.	<i>Fidelización</i>	10
2.5.	Diferentes tipos de redes sociales	11
2.5.1.	<i>Publicaciones</i>	11
2.5.2.	<i>Videos</i>	11
2.5.3.	<i>Fotografías</i>	11
2.6.	Herramientas de marketing digital	11
2.6.1.	<i>Herramienta de Redes Sociales</i>	11
2.6.2.	<i>Herramienta de Analytics</i>	12
2.6.3.	<i>Herramienta de Email Marketing</i>	12
2.6.4.	<i>Herramienta para Landing Page</i>	12
2.7.	Modelo de Jorge Santos	12
2.8.	Posicionamiento	13
2.8.1.	<i>Importancia del posicionamiento</i>	13
2.9.	Deporte	13
2.10.	Ajedrez	14

CAPÍTULO 3

3.	MARCO METODOLÓGICO	15
3.1.1.	<i>Cualitativo</i>	15
3.1.2.	<i>Cuantitativo</i>	15
3.1.3.	<i>Exploratorio</i>	16
3.1.4.	<i>Descriptivo</i>	16
3.1.5.	<i>No experimental</i>	16

3.1.6.	<i>Investigación documental</i>	17
3.1.7.	<i>Investigación de campo</i>	17
3.1.8.	<i>Población y muestra</i>	17
3.1.9.	<i>Inductivo</i>	19
3.1.10.	<i>Deductivo</i>	19
3.1.11.	<i>Encuesta</i>	19
3.1.12.	<i>Entrevista</i>	19
3.1.13.	<i>Guía de La entrevista</i>	19
3.1.14.	<i>Cuestionario</i>	20
3.1.15.	<i>Coefficiente de Alfa de Cronbach</i>	20

CAPÍTULO 4

4.	MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	21
4.1.	Procesamiento, análisis e interpretación de resultados	21
4.1.1.	<i>Matriz de hallazgos internos</i>	39
4.2.	Análisis de la entrevista	39
4.3.	Idea a defender	40

CAPÍTULO 5

5.	MARCO PROPOSITIVO	42
5.1.	Título de la propuesta	42
5.2.	Modelo de Marketing Digital	42
5.2.1.	<i>Análisis situacional</i>	43
5.2.2.	<i>Análisis FODA</i>	44
5.2.3.	<i>Matriz de evaluación de factores internos</i>	45
5.2.4.	<i>Matriz de evaluación de factores externos</i>	46
5.2.5.	<i>Objetivos de la propuesta</i>	48
5.2.6.	<i>Perfil del segmento del mercado</i>	49

5.2.7. <i>Desarrollo de estrategias</i>	51
5.2.8. <i>Revisión y seguimiento</i>	59
5.2.9. <i>Cronograma de actividades</i>	62
CONCLUSIONES	63
RECOMENDACIONES	64
BIBLIOGRAFIA	
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2-1: Estructura del plan de marketing digital según Jorge Santos	12
Tabla 3-1: Proyección de la población.....	18
Tabla 3-2: Resumen de proceso de datos.....	20
Tabla 3-3: Estadísticas de fiabilidad	20
Tabla 4-1: Género	21
Tabla 4-2: Edad.....	22
Tabla 4-3: Concentración.....	23
Tabla 4-4: Memoria	23
Tabla 4-5: Juego Aburrido	23
Tabla 4-6: Toma de decisiones	24
Tabla 4-7: Habilidades Analíticas.....	24
Tabla 4-8: Juego Estratégico.....	24
Tabla 4-9: Frustración.....	24
Tabla 4-10: Deporte	25
Tabla 4-11: Prevención del Alzheimer	25
Tabla 4-12: Práctica de ajedrez.....	26
Tabla 4-13: Posicionamiento de mercado	27
Tabla 4-14: Inversión para clases mensuales.....	28
Tabla 4-15: Habilidad deportiva	29
Tabla 4-16: Redes sociales más utilizadas	29
Tabla 4-17: Frecuencia de uso medios digitales	30
Tabla 4-18: Vídeos promocionales	31
Tabla 4-19: Posicionamiento de mercado.....	32
Tabla 4-20: Presencia de la Federación Deportiva en redes sociales.....	33
Tabla 4-21: Torneos de ajedrez.....	34
Tabla 4-22: Información sobre ajedrez	36
Tabla 4-23: Vídeos promocionales	37
Tabla 4-24: Fotos durante los entrenamientos	37
Tabla 4-25: Resultados de torneos de ajedrez.....	37
Tabla 4-26: Desafíos diarios	37
Tabla 4-27: Partidas destacada de ajedrez	38
Tabla 4-28: Entrevista.....	39
Tabla 5-1: FODA	44

Tabla 5-2: Matriz EFI	45
Tabla 5-3: Matriz EFE	46
Tabla 5-4: Matriz FODA estratégico	47
Tabla 5-5: Buyer Person	50
Tabla 5-6: POA.....	59

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 4-1: Género.....	21
Ilustración 4-2: Edad	22
Ilustración 4-3: Relación con el ajedrez	25
Ilustración 4-4: Frecuencia de juego de ajedrez	26
Ilustración 4-5: Posicionamiento de mercado.....	27
Ilustración 4-6: Inversión mensual para clases de ajedrez.....	28
Ilustración 4-7: Aspecto deportivo	29
Ilustración 4-8: Frecuencia de uso de redes sociales	30
Ilustración 4-9: Frecuencia de uso medios digitales.....	31
Ilustración 4-10: Publicación de vídeos promocionales	32
Ilustración 4-11: Posicionamiento de mercado.....	33
Ilustración 4-12: Presencia en redes sociales.....	34
Ilustración 4-13: Realización de torneos de ajedrez	35
Ilustración 4-14: Medio digital de información.....	35
Ilustración 4-15: Fuente de información	36
Ilustración 4-16: Contenido para ajedrez.....	38
Ilustración 5-1: Modelo de Marketing Digital.....	42
Ilustración 5-3: Beneficios de jugar ajedrez	51
Ilustración 5-4: Frases inspiradoras	52
Ilustración 5-5: Contenido de entretenimiento	52
Ilustración 5-6: Fanpage Facebook.....	53
Ilustración 5-7: Vídeo marketing.....	54
Ilustración 5-8: Publicidad pagada	55
Ilustración 5-9: Blog informativo	56
Ilustración 5-10: Propuesta contenido promocional	57

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA

ANEXO B: GUÍA DE ENTREVISTA

RESUMEN

En el presente trabajo de titulación, tipo proyecto de investigación se propone un plan de marketing digital para el posicionamiento de la disciplina de ajedrez de la Federación Deportiva de Chimborazo ciudad Riobamba, el cual tuvo como objetivo diseñar estrategias de marketing digital alineadas a la Federación mediante un análisis situacional que permitan posicionar la disciplina de ajedrez. Para el desarrollo de esta investigación se utilizó un enfoque cualitativo y cuantitativo de investigación, con un nivel exploratorio y descriptivo, el diseño del estudio fue no experimental y para la recolección de datos se realizó un estudio de campo mediante el desarrollo de encuestas y entrevista. La muestra para el estudio fue de 383 personas, se aplicó la encuesta, siendo está sometida a un proceso de validez y confiabilidad mediante el coeficiente de Alfa de Cronbach para garantizar la fiabilidad. Para el análisis de información se elaboró matrices como el FODA, MEFE y MEFI, mismas que ayudaron a un análisis profundo sobre la situación actual de la Federación Deportiva de Chimborazo en la disciplina de ajedrez y se evidenció la falta de reconocimiento de la disciplina deportiva entre la población riobambeña. La propuesta contiene diferentes estrategias para lograr el posicionamiento de la disciplina de ajedrez, mediante la presencia en redes sociales, creación de blog, capacitaciones entre otros. La aplicación de las diferentes estrategias ayudará a cumplir con los objetivos propuestos y por ende lograr el posicionamiento de la disciplina de ajedrez en la ciudad de Riobamba.

Palabras clave: <MARKETING>, <MARKETING DIGITAL>, <POSICIONAMIENTO>, <ESTRATEGIAS>, <RIOBAMBA (CANTÓN)>.



13-05-2024

0474-DBRA-UPT-2024

ABSTRACT

In this study, a research project type, a digital marketing plan is proposed for the positioning of the chess discipline of the Sports Federation of Chimborazo, Riobamba city, which aimed to design digital marketing strategies aligned to the Federation through a situational analysis that allows positioning the chess discipline. For the development of this research, a qualitative and quantitative research approach was used, with an exploratory and descriptive level, the study design was non-experimental and for data collection a field study was carried out through the development of surveys and interviews. The sample for the study was 383 people, the survey was applied, and it was subjected to a validity and reliability process using the Cronbach's Alpha coefficient to guarantee reliability. For the analysis of information, matrices such as SWOT, MEFE and MEFI were developed, which helped in an in-depth analysis of the current situation of the Chimborazo Sports Federation in the chess discipline and the lack of recognition of the sports discipline among the Riobamba population. The proposal contains different strategies to achieve the positioning of the chess discipline, through presence on social networks, blog creation, training, among others. The application of the different strategies will help to meet the proposed objectives and therefore achieve the positioning of the chess discipline in the city of Riobamba.

Keywords: <MARKETING>, <DIGITAL MARKETING>, <POSITIONING>, <STRATEGIES>, <RIOBAMBA (CANTON)>.



Luis Fernando Barriga Fray

0603010612

INTRODUCCIÓN

El marketing digital ha permitido que las instituciones deportivas usen esta herramienta para la promoción y difusión de diversas disciplinas deportivas, y el ajedrez no es la excepción. En un mundo más dinámico y comunicado, la Federación Deportiva de Chimborazo se enfrenta al desafío de captar la atención de una audiencia amplia y diversa, para promocionar los beneficios de la disciplina de ajedrez y por consecuencia el posicionamiento como más que un simple juego de tablero, sino como una disciplina mentalmente desafiante, estratégica y emocionante que no solo entretiene, sino que también fomenta el desarrollo intelectual y pedagógico. En este contexto, es fundamental comprender las estrategias digitales que permitirán a la Federación Deportiva de Chimborazo maximizar su alcance en la ciudad de Riobamba y cultivar una comunidad apasionada en torno a la disciplina de ajedrez.

En el primer capítulo se detalla el problema existente en la institución deportiva, se describe la historia del ajedrez como deporte y la necesidad de aplicar un plan de marketing digital para extender las características y beneficios de la disciplina de ajedrez, para fomentar su práctica a nivel local entre los niños, jóvenes y adultos.

El segundo y tercer capítulo se basa en el marco teórico que se refiere a la revisión de investigaciones ya elaboradas por otros autores con temas relacionados al marketing digital, deporte que ayudaron a fundamentar el tema de tesis. Para el marco metodológico en este caso se realizó una investigación de campo que permitió el levantamiento de información acerca del ajedrez.

En el cuarto y quinto capítulo se desarrolla las estrategias de marketing digital y se determinan las acciones, tácticas a desarrollar que permitan potenciar el posicionamiento de la disciplina de ajedrez entre la población Riobambeña como un deporte popular. A través de análisis de datos de la encuesta aplicada, se levantó información para lograr un marco consistente para el plan de marketing digital que contribuya a la promoción e incentive a niños y jóvenes a la práctica del deporte ciencia en Riobamba.

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Planteamiento del problema

El mundo ha evolucionado desde el surgimiento del internet y la tecnología, las empresas se han visto en la necesidad de impulsar ideas, cambiar el medio para comunicar, compartir conocimiento y opiniones con personas que se encuentren en diferentes partes del mundo. El marketing es el oxígeno de las empresas sin esto, no serían capaces de conocer a sus clientes y crear relaciones, además de transacciones, y conseguir conversiones los 365 días del año.

Semytas (2020) menciona que el marketing digital en Latinoamérica ha logrado crecer de manera exponencial siendo una herramienta esencial para acelerar el desarrollo de los negocios. La GSMA Intelligence en su estudio titulado “La economía móvil en América Latina 2022” menciona que existen en Latinoamérica más de 384 millones de usuarios de internet, que pueden transformarse en consumidores potenciales para las empresas, motivo por el cual invierten cada vez más en mercadotecnia digital para popularizarse a través de redes sociales. (GSMA Intelligence, 2022)

En Ecuador el 76% de la población cuenta con acceso a internet, estos usuarios generan más de 16.3 millones de conexiones, mostrando acceso desde más de un dispositivo por usuario (Del Alcázar, 2023)

El Ajedrez ha evolucionado más allá de su concepción inicial como un simple pasatiempo, siendo reconocido oficialmente como un deporte por el Comité Olímpico Internacional y regulado por la Federación Internacional de Ajedrez (F.I.D.E.) establecida el 20 de julio de 1924 en París, Francia. Aunque la Federación Deportiva de Chimborazo tiene una sólida trayectoria en el fomento de programas de formación, salud y bienestar a través del deporte, el ajedrez aún no ha logrado alcanzar la misma visibilidad y popularidad que otros deportes como fútbol, boxeo o tenis. Este desequilibrio se refleja en una carencia de participación y reconocimiento en la comunidad.

La mayoría de los habitantes de Riobamba no son conscientes de la existencia y los beneficios del ajedrez como disciplina deportiva y actividad intelectual. Esto limita la captación de nuevos

jugadores y aficionados por lo que requiere recursos, promoción y difusión, la Federación Deportiva de Chimborazo cuenta con redes sociales pero la interacción de sus seguidores resulta baja con respecto al ajedrez, siendo que esta disciplina no cuenta con redes sociales propias del deporte ciencia, esto se debe a que no se ha desarrollado un plan de marketing digital y conlleva a un desconocimiento de cómo se encuentra la disciplina de ajedrez en la actualidad, además no atrae a participantes y no tiene posicionamiento el ajedrez como una disciplina relevante en la región.

Por lo que es necesario el marketing digital como fuerza impulsadora que atraerá a más niños, jóvenes y adultos a la práctica de la disciplina de ajedrez e incrementar el número de deportistas de dicha disciplina en la provincia de Chimborazo. Con lo que se posicionará el deporte ciencia de la Federación Deportiva de Chimborazo al obtener un mayor número de deportistas y el adecuado crecimiento dentro del mercado deportivo.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo General

Diseñar estrategias de marketing digital usando herramientas de mercadotecnia online para el posicionamiento de la disciplina de ajedrez de la Federación Deportiva de Chimborazo en la ciudad de Riobamba.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Construir un marco teórico mediante la revisión bibliográfica para fundamentar la investigación.
- Analizar la situación actual de la Federación Deportiva de Chimborazo con respecto a la disciplina de ajedrez que puede influir en el correcto desarrollo de las estrategias de marketing digital.
- Proponer estrategias de marketing digital mediante un modelo de marketing digital el cual permita posicionar la disciplina de ajedrez.

1.3 Justificación

1.3.1 Justificación teórica

El desarrollo del presente trabajo se genera a partir de sustentación metodológicamente actualizada de libros, revistas y artículos científicos referentes al marketing digital, posicionamiento como soporte de la estructura del marketing digital que se desarrollará para el posicionamiento de la disciplina de ajedrez de la Federación Deportiva de Chimborazo.

Kotler (2020) argumenta que el marketing digital surge en la era actual de la información basados especialmente en las tecnologías de la información. Para ello la marca tiene que segmentar el nicho y desarrollar un producto que satisfaga las necesidades y expectativas de los públicos objetivos. Es importante mencionar que, por medio del marketing digital, el posicionamiento de una marca se logrará a través de generación de contenido, conversaciones, opiniones y retroalimentación rápido en tiempo real, pues así se tiene un contacto más directo con el público. (Shum Xie, 2023)

Kotler & Armstrong (2013) definen al posicionamiento como el arreglo de una oferta de mercado para ocupar un lugar claro, distintivo y deseable en relación con productos competidores en las mentes de los consumidores meta.

1.3.2 Justificación metodológica

Para la elaboración del trabajo de investigación y el diseño de estrategias de marketing digital se llevará a cabo el nivel de investigación descriptivo con base en Samperi, Collado & Baptista (2010) mencionan que tiene como propósito delinear, puntualizar, figurar y detallar situaciones a través de un marco teórico que orienta a la investigación. El enfoque utilizado es de tipo mixto, donde se combinará el enfoque cuantitativo por cuanto se realice el análisis de las características del objeto de estudio y cualitativo dado que utiliza la recolección de datos, obtener estadísticas y análisis de los resultados para tomar las decisiones pertinentes para proponer estrategias que permitan posicionar la disciplina de ajedrez en Riobamba. Además, se utilizarán como instrumentos el cuestionario como guía estructurada, la entrevista que permitirá conocer el análisis situacional actual de la Federación.

1.3.3 Justificación práctica

Los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS) son una herramienta de planificación que sirve como apoyo para cada país hacia un desarrollo sostenible, inclusivo y en armonía con el medio ambiente, a través de políticas públicas e instrumentos de presupuesto, monitoreo y evaluación. (Naciones Unidas, 2018)

Dentro de los Objetivos del Desarrollo Sostenible planteado por las Naciones Unidas esta investigación contribuirá mediante el Objetivo 3: “Garantizar una vida sana y promover el bienestar de todos a todas las edades” al contribuir al bienestar independiente de la edad o género a disfrutar del deporte que estimula y desarrolla ciertas habilidades como la memoria, atención, concentración y organización del pensamiento lógico; el Objetivo 4: “Garantizar una educación inclusiva y equitativa de calidad y promover oportunidades de aprendizaje permanente para todos” puede servir de gancho para convocar a niñas, niños y jóvenes que mediante la práctica deportiva pueda fortalecer algunas competencias psicomotrices, las cuales influyen positivamente en el desarrollo mental y físico de los estudiantes; el Objetivo 5: “Lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y las niñas” al fomentar la participación equilibrada y la capacidad de promover la igualdad de género;. Al momento de diseñar el marketing digital y llegar a alcanzar el posicionamiento se cumplirá con estos objetivos.

1.4 Pregunta de investigación

¿De qué manera influye el marketing digital en el posicionamiento de la disciplina de ajedrez de la Federación Deportiva de Chimborazo ciudad Riobamba?

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

Para realizar este trabajo de investigación, se ha considerado propicio revisar y sustentar el trabajo en relación con las variables de estudio, se mencionará diferentes autores que cuenten con características que sirvan para la fundamentación de la investigación, a continuación, se detallarán las investigaciones:

En el estudio realizado por (Maldonado, 2022) en su investigación “INFLUENCIA DEL MARKETING DIGITAL EN EL POSICIONAMIENTO DEL DEPORTE CROSSFIT EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO”; la tesis es de diseño no experimental- transversal, tiene enfoque cuantitativo, y de tipología descriptiva. Aplicada a un tamaño de la muestra: 385 personas. Concluyó: 1. El mercado ha cambiado con el internet el cual ha evolucionado el consumo, los negocios incluyen la tecnología para dar auge de las redes sociales, como medio de conocimiento del deporte, así como el crecimiento constante y aumentando la visibilidad usando estrategias de marketing digital. 2. Los medios digitales más utilizados para difundir información sobre los centros de entrenamiento son Instagram, Facebook y Tik tok, y tipos de anuncios preferidos son Reels (videos cortos), mediante los cuales los centros de entrenamiento pueden generar mayor interés por parte de la audiencia.

Para (Torres, 2020) en su investigación “PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA LIGA DE BÉISBOL MIRAFLORES DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL EN EL AÑO 2020”; indica que esta investigación es descriptiva, con un enfoque cuantitativo debido a que se realizó la recolección de datos y análisis por medio de la encuesta, y enfoque cualitativo al obtener información mediante la entrevista a padres de familia, siendo aplicado en una muestra: 384 de persona. Concluyó: 1. El marketing digital influye de manera positiva a que la marca genere un vínculo cercano con su público objetivo, generar viralizaciones, también generar una mayor comunicación y posicionarse con nuevos seguidores. 2. Se ha determinado que el béisbol es el cuarto deporte con más aceptación en Guayaquil pero que por cultura el deporte más conocido es el fútbol, siendo la primera opción ante una posible elección de la práctica de un deporte.

Por otro lado, (Vásquez & Villalobos, 2023) en su investigación “IMPORTANCIA DEL MARKETING DIGITAL EN LAS CONVOCATORIAS DEPORTIVAS EN EL DEPARTAMENTO DEL VALLE DEL CAUCA”; Metodología: cualitativa que contiene el análisis de bibliografías. Tipo de estudio exploratorio al involucrar el análisis de redes sociales, página web para identificar el entorno viral; Concluyó: 1. Este estudio analiza el impacto sociocultural de la publicidad que sustentan el marketing deportivo, al brindar un porte positivo a la inmediatez y relevancia del tema, mediante un análisis funcional que brinde elementos formativos para orientar a entidades. 2. Demostró que el marketing digital permite medir y evaluar los resultados de estrategias ejecutadas, mediante el uso de herramientas de análisis y métricas digitales, así como el impacto de las redes sociales para informar y optimizar las estrategias de marketing. 3. El marketing digital logra el desarrollo y crecimiento de las actividades del deporte como un fenómeno social. Al lograr buenos resultados y hacer que la disciplina sea reconocida en el país.

Los autores (Sánchez & González, 2016) en su estudio “IMPACTO DEL MARKETING DIGITAL EN LA PARTICIPACIÓN DE JÓVENES EN EVENTOS DEPORTIVOS DEL VALLE DEL CAUCA” publicado por la revista Journal of Sport Marketing and Management; Concluyó: 1. Que el marketing digital juega un papel clave en el deporte para atraer y retener a los jóvenes a la participación en eventos deportivos, analiza las estrategias de marketing digital dirigidas a un grupo demográfico.

2.2 Referencias teóricas

2.2.1 Marketing

Según (Shum Xie, 2019) describe al marketing como el conjunto de estrategias, principios y prácticas para analizar el comportamiento del consumidor y cumplir sus necesidades y expectativas, buscando el posicionamiento del producto en la mente del consumidor.

Se puede entender al marketing como el resultado de las acciones que las empresas desarrollan al dirigir el flujo de bienes y servicios desde el productor hacia el consumidor, al identificar una necesidad en el mercado, satisfaciendo esa necesidad del consumidor y lograr los objetivos de las empresas. (McCarthy, 1964)

En este sentido el marketing se encarga de estudiar los mercados para gestionar una demanda, siendo una actividad que busca satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores. Busca el crecimiento empresarial en un mercado competitivo a través del diseño de estrategias de mercadeo, promoción de productos o servicios, propuesta de valor.

2.2.2 Marketing digital

Para (Shum Xie, 2019) el marketing digital se define como la aplicación de estrategias y técnicas de comercialización llevadas a cabo a través de medios digitales. Por medio de estas herramientas se permite tener una conexión y comunicación más directa con los clientes, además de medir en tiempo real de cada una de las estrategias empleadas.

El marketing digital es una estrategia empresarial la cual no trata solo de crear un sitio web, ahora se trata de hacer uso de las posibilidades ilimitadas que brinda internet para alcanzar una audiencia global, para una fuerte presencia en línea. Abarca muchas técnicas y métodos, como la optimización de motores de búsqueda (SEO), publicidad en redes sociales, el correo electrónico, el marketing de contenidos, entre otros. (Mendoza & Vera, 2023)

Por tanto, el marketing digital brinda una plataforma ideal al deporte para alcanzar a su público objetivo de manera precisa y efectiva, al combinar acciones en estrategias digitales para promocionar, posicionar y aumentar la visibilidad del deporte a través de redes sociales, SEO, contenido multimedia, análisis de datos, comportamiento en línea, al crear campañas efectivas que generen un impacto significativo. (Ridge, 2023)

2.2.3 Características del marketing digital

Según (Mendoza & Vera, 2023) exponen que las características del marketing digital hoy en día son fundamentales para comprender su naturaleza al identificar su importancia en la promoción y el éxito de la marca, como son:

2.2.3.1 Personalización

El marketing digital nos brinda la oportunidad de diseñar estrategias para la identidad de la marca, al destacar y transmitir una personalidad única de la marca a través de diferentes medios. (Mendoza & Vera, 2023)

2.2.3.2 Comunicación directa y bidireccional

Por medio de una comunicación directa se puede conocer las preguntas, opiniones y sugerencias de los clientes potenciales en tiempo real, todo esto conlleva a comprender los hábitos de consumo y diseñar estrategias de marketing individualizadas. Al facilitar la interacción con los usuarios de manera fluida y bidireccional, al permitir una retroalimentación. (Mendoza & Vera, 2023)

2.2.3.3 Precisión de datos

El desarrollo de campañas publicitarias dirigidas aumenta la conexión con el público objetivo y alcanza los clientes deseados. Con ayuda de la construcción de las bases de datos segmentadas y personalizadas, al recopilar y analizar la información brindada por los usuarios. (Mendoza & Vera, 2023)

2.2.3.4 Alcance masivo y viral

La posibilidad de llegar a una audiencia global al utilizar los medios de comunicación masivos, permiten el desarrollo de estrategias que son propensos a ser virales y tener el potencial de llegar a una audiencia global en un corto espacio de tiempo. (Mendoza & Vera, 2023)

2.2.4 Importancia del marketing digital

Según (Lenis, 2023) refiere que la importancia de aplicar estrategias de marketing digital es fortalecer la marca al aplicar acciones precisas para que permanezca en los afectos de los consumidores.

Además, el marketing digital se logra transformar el mercado competitivo, siendo fundamental para el crecimiento de la empresa ya que mediante las estrategias de mercadeo digital se puede conectar dispositivos, redes, medios y herramientas. Para lograr la satisfacción del mercado, la creación e innovación de productos llegando a un mayor alcance.

2.3 Tipos de estrategias de marketing digital

De acuerdo con (Lenis, 2023) las estrategias de marketing digital son una forma integral, la cual puede incluir desde una automatización de los correos electrónicos hasta crear estrategias solidas de contenidos. A continuación, se presentan algunas estrategias:

- Estrategia de contenidos
- Estrategia de buscadores
- Estrategia SEO
- Estrategias en redes sociales
- Email marketing automatizado
- Estrategia multicanal

2.4 Las 4F del marketing digital

El avance de la tecnología ha evolucionado del marketing tradicional de las 4P o estrategias de marketing que son: producto, precio, plaza y promoción; a obtener las 4F que de acuerdo con (Fleming, 2020) se enfocan en el ámbito del marketing digital como un principio fundamental para entender cómo usar las herramientas y estrategias digitales para alcanzar las metas empresariales. Para ello se debe considerar los siguientes elementos:

2.4.1 Flujo

Se refiere a la dinámica que presenta un sitio web al usuario para lograr llamar su atención. Implica la creación de experiencias interactivas y valor añadido. (Fleming, 2020)

2.4.2 Funcionalidad

Relaciona la usabilidad y el diseño web, para que el flujo de relación no se rompa y el usuario navegue de manera intuitiva y fácil. (Fleming, 2020)

2.4.3 Feedback

Hace referencia a la comunicación activa con el usuario para construir una relación basada en sus necesidades y confianza con él. (Fleming, 2020)

2.4.4 Fidelización

Busca retener a los clientes mediante contenidos de calidad y atractivos, la fidelización busca lograr que la relación se extienda a largo plazo. (Fleming, 2020)

2.5 Diferentes tipos de redes sociales

El autor (Fonseca, 2014) menciona que las redes sociales son una evolución de la comunicación tradicional que a través de la comunicación bilateral permite la interacción entre personas mediante un entorno virtual. Las redes sociales permiten mantener una comunicación global entre personas, socializar e intercambiar información, mediante ellas se conecta de manera virtual a las personas.

2.5.1 Publicaciones

Son plataformas que permiten a los usuarios compartir contenido con cualquier persona, además aporta un valor en el contenido que se publique. (Fonseca, 2014)

2.5.2 Videos

El vídeo marketing es el uso de videos que sirven para promocionar un producto o servicio por medio del formato audiovisual. (Fonseca, 2014)

2.5.3 Fotografías

Las imágenes son una excelente manera de promocionar una marca, ya que adquiere más valor al transmitir más información en comparación a otros formatos. (Fonseca, 2014)

2.6 Herramientas de marketing digital

Las herramientas de marketing digital sirven para automatizar tareas y priorizar estrategias de marketing que sean más acertadas. Estas abordan gran información, acelera procesos y mejora los resultados. (Ortegón, 2019)

2.6.1 Herramienta de Redes Sociales

Las redes sociales son plataformas que proporcionan información e interconectan a miles de usuarios por medio de comunidades virtuales. Puede construir comunidades alrededor de una marca, difundir información y promocionar; para obtener mayor visibilidad de la marca.

La principal función es crear comunidades, generar y replicar contenido para que sea divulgada por los medios digitales. Las redes sociales más populares hoy en día son: Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, WhatsApp, Tik Tok, etc. (Ortegón, 2019)

2.6.2 Herramienta de Analytics

Mide el rendimiento de la inversión (ROI) sobre las acciones ejecutadas y detecta aquellas estrategias que obtengan mejores resultados que cautiven al público objetivo.

2.6.3 Herramienta de Email Marketing

A través del email marketing las organizaciones crean una relación directa con cada cliente potencial y ofrecer contenido de valor.

2.6.4 Herramienta para Landing Page

Para (Blanco, 2023) las páginas de aterrizaje tienen como objetivo lograr la conversión del visitante en prospectos de ventas por medio de una oferta determinada. Ofrece información relevante con la finalidad de persuadir al usuario para que registre sus datos: nombre, teléfono, email, etc. Para lograr establecer una relación con el Lead para enviarle contenido, según su perfil y necesidades. (Ortegón, 2019)

2.7 Modelo de Jorge Santos

El modelo propuesto por Jorge Santos se compone de 5 pasos, los cuales enfocan la planificación estratégica y ejecución del marketing digital, esta herramienta permite obtener una visión general para desarrollar el marketing digital. Está orientado a difundir información de una empresa en su público externo y para ello se desarrolla el plan de marketing en los siguientes pasos:

Tabla 2-1: Estructura del plan de marketing digital según Jorge Santos

Pasos	Descripción
1	Diagnóstico Análisis de la empresa a través del FODA
2	Marcar los objetivos Establecer objetivos ajustados a la metodología Smart

-
- | | |
|----------|---|
| 3 | Determinar el buyer person
Definir la audiencia a la que se dirige la marca |
| 3 | Acciones
Delinear las ideas de como alcanzar las estrategias y las acciones a ejecutar |
| 4 | Revisión y seguimiento
Evaluar las acciones y determinar el cumplimiento de los objetivos |
-

Fuente: (Santos, 2022)

Realizado por: Pincay, D. 2023

2.8 Posicionamiento

Para (Leyva, 2016) menciona en su libro de marketing esencial que el posicionamiento es una pieza clave y esencial para toda organización, siendo un punto previo de toda acción estratégica que marcará la pauta en la organización, el producto o servicio, la atención al cliente, las comunicaciones y las relaciones.

El posicionamiento de marca se refiere a ocupar un lugar en la mente del consumidor, esto implica que el consumidor identifique las características del producto o servicio y logre diferenciarse de la competencia, siendo un elemento distinto, único y superior. (Abdullah, 2015)

2.8.1 Importancia del posicionamiento

El posicionamiento define la esencia y definición de una marca, el perfil, la ética, los valores, siendo el resultado de un trabajo estratégico (Leyva, 2014). Por eso la relación de un producto o servicio con el consumidor establece el mejor camino para que el producto siga en el mercado. Se debe diseñar y ejecutar estrategias acertadas y coherentes en relación con el marketing mix y la ventaja competitiva, para lograr la fidelidad por parte del cliente y generar utilidades dentro de la empresa.

Según (Kotler & Armstrong, 2017) mencionan que identificar el posicionamiento de la empresa y la de los competidores, es el pilar fundamental de la empresa ya que por medio de ella se desarrollan estrategias que permitan mantener el estatus en el mercado.

2.9 Deporte

El autor (Ibarra, 2023) se refiere al deporte como aquella actividad física que involucra una serie de reglas a desempeñar dentro de un área determinada que se asocia a la competitividad deportiva.

También destaca que se reconoce como deporte a aquellas actividades competitivas que combinen tanto el físico como el intelecto.

La importancia del deporte es que sirve como método de mantenerse en forma y con vida saludable, siendo la mejor forma para establecer relaciones con la gente a la que le interese el mismo deporte. De la misma manera la práctica de un deporte sirve como motivación personal ya que te exige ir por más cada día para lograr un triunfo en las competencias. (Gonzalez, 2016)

2.10 Ajedrez

El ajedrez hoy en día es una herramienta educativa la cual ofrece una amplia gama de beneficios para el desarrollo mental y social, siendo una actividad recreativa y emocional de las personas que practican este deporte ciencia. (Tirado, 2023)

Considerado una actividad intelectualmente desafiante como un deporte intelectual. El ajedrez es un deporte de enseñanza que ayuda a la reconstrucción del sujeto desde una formación propia, entre los beneficios que destaca la práctica de ajedrez tenemos:

- Desarrollo cognitivo para mejorar la concentración, atención, memoria y planificación estratégica.
- Mejora de la creatividad explorando diferentes enfoques y tácticas para alcanzar los objetivos planteados.
- Aumento de inteligencia emocional y habilidad para enfrentar desafíos de la vida real.
- Habilidades de resolución de problemas mediante el desarrollo de pensamiento crítico.
- Concentración y atención.
- Toma de decisiones, evaluar riesgos y beneficios.

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

Enfoque de la investigación

Para la realización de investigación cuenta con dos tipos de enfoques: cuantitativo y cualitativo.

3.1.1 Cualitativo

El enfoque cualitativo según (Sampieri & Mendoza, 2018) se basa en obtener datos con la finalidad de analizarlos y comprenderlos respondiendo a la pregunta de investigación. Por esta razón, la investigación recoge información basada en la observación por medio de entrevistas, reconstrucción de hechos, opiniones con la finalidad de encontrar respuestas al problema existente.

Se centra en un enfoque cuantitativo porque se utilizará la recolección y análisis de datos mediante la observación y entrevista al coordinador de la disciplina de ajedrez, contestando preguntas relacionadas con los gustos, necesidades de personas que se encuentren inmersas en el tema deportivo, permitiendo obtener un mejor panorama sobre el deporte ciencia.

3.1.2 Cuantitativo

Para (Sampieri & Mendoza, 2018) expresan que este enfoque cuantitativo presenta un esquema deductivo y lógico hasta llegar a una perspectiva más general, con el propósito de cuantificar el problema para estructurar posibles soluciones al problema existente

Se utilizará la modalidad cuantitativa por cuanto permitió la recolección de información de la disciplina de ajedrez de la Federación Deportiva de Chimborazo, para ello se trabaja con la técnica de la encuesta, y con ello se construirán las acciones correspondientes para mejorar los procesos de posicionamiento con la finalidad de mejorar y obtener un mayor nivel de deportista en el ajedrez.

Nivel de investigación

3.1.3 Exploratorio

Para (Sampieri, Fernández & Baptista, 2010) definen la investigación exploratoria como aquella que se efectúa mediante la examinación de un tema o problema de investigación poco conocido, para obtener información sobre las posibilidades de desarrollar una investigación completa de dicho estudio.

El nivel exploratorio permite indagar y buscar datos e información necesaria para analizar los antecedentes del problema para desarrollar posibles soluciones.

3.1.4 Descriptivo

De acuerdo con (Sampieri, Fernández & Baptista, 2010) mencionan que este tipo de investigación busca especificar las propiedades y características de un hecho, fenómeno con el fin de establecer su estructura referente a la problemática que se desea analizar.

Es descriptiva debido a que nos ayudará a medir y recoger información de la disciplina de ajedrez de la Federación Deportiva de Chimborazo, para conocer la situación de la problemática compleja de la disciplina con relación al desarrollo de marketing.

Diseño de investigación

3.1.5 No experimental

La investigación no experimental es aquellas que se efectúa sin manipular las variables, por medio de una observación de los fenómenos ya existentes en su ambiente natural y posteriormente son analizados. (Samperi, et, 2010)

La investigación se desarrolla con un diseño no experimental debido a que no se manipulan las variables, se observará el fenómeno en su contexto natural.

Tipo de estudio: documental, de campo

3.1.6 Investigación documental

El autor (Baena, 2014) considera la investigación documental como la búsqueda de respuestas específicas a partir de la recolección e indagación de documentos e investigaciones impresas, libros, electrónicos realizados anteriormente.

Se desarrolló una investigación documental por medio de la indagación de investigaciones anteriores y revisión bibliográfica para el desarrollo del marco teórico y guiar el correcto proceso para el plan de marketing digital.

3.1.7 Investigación de campo

Este tipo de investigación de campo recoge y registra de manera ordenada los datos relativos en el medio donde se produce el hecho de estudio, se caracteriza por observar en vistas directas al territorio y se recopila información del público objetivo. (Baena, 2014)

El estudio se realiza en el cantón Riobamba se utilizará la herramienta digital para la encuesta virtual mediante la plataforma Google Drive para el levantamiento de la información.

3.1.8 Población y muestra

Población de estudio

Para determinar la población de la presente investigación se basó en el Censo Ecuador Cuenta Conmigo del año 2022, en el cual se determina que existen 165.415 personas que habitan en la ciudad de Riobamba comprendidos entre las edades de 5 a 69 años.

Para proyectar la población de la ciudad de Riobamba para el año 2023 se tomará en cuenta los datos del Censo 2022 equivalente a 165.415 habitantes y una tasa de crecimiento poblacional del 1.42% de acuerdo con el Censo 2022.

La fórmula utilizada para la proyección es la siguiente:

$$P_f = P_i (1+i)^n$$

Donde:

Pf = Población final	
Pi = Población inicial	165.415
i = Tasa de crecimiento poblacional	1.42%
n = Año a proyectar	2023 (1)

Tabla 3-1: Proyección de la población

Año	Total
2022	165.415
2023	167.764
2024	170.146

Realizado por: Pincay, D. 2023

Selección de la muestra

Se aplicará la encuesta a las personas que se encuentran dentro del grupo de estudio.

Tamaño de la muestra

El cálculo de la muestra se realizó utilizando la fórmula para poblaciones finitas que contiene los siguientes elementos:

Fórmula de la población finita

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Dónde:

N: Tamaño de la población	167.764
Z: Nivel de confianza	1,96
p: Probabilidad de éxito	50%
q: Probabilidad de fracaso	50%
he: Error permisible de la muestra	0,05

Cálculo:

$$n = \frac{(1,96)^2 * (0,5) * (0,5) * (167.764)}{(0,05)^2(N - 1) + (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}$$

$$n = \frac{161.120,54}{420,36}$$
$$n = 383,28$$
$$n = 383$$

Métodos

3.1.9 Inductivo

Se basa en el razonamiento que permite pasar de hechos particulares a los principales generales, con el método inductivo tiene la finalidad de recolectar información importante del tema de investigación.

3.1.10 Deductivo

Se toma en cuenta desde el aspecto macro al micro del entorno, mediante la deducción personal que permita pasar de aspectos generales ha hecho particulares.

Técnicas

3.1.11 Encuesta

Busca el levantamiento de información detallada y opiniones de los encuestados sobre el tema de estudio a través de un cuestionario estructurado que representa un conjunto de preguntas relacionadas con las variables de estudio.

3.1.12 Entrevista

Busca obtener información profunda de carácter sustancial para tener mayor conocimiento de la organización y las dificultades detectadas dentro de la misma.

Instrumentos

3.1.13 Guía de La entrevista

Mediante preguntas estructuradas se recopila información que sirve para conocer la opinión de los actores involucrados respecto a las dificultades que se han detectado. La guía de entrevista

ANEXO B se basó en siete preguntas específicas que permitan conocer la situación de la disciplina de ajedrez y alcanzar los objetivos propuestos.

3.1.14 Cuestionario

El cuestionario es un instrumento que permite la recopilación de información para abordar el problema y posterior a ello la búsqueda de posibles soluciones al problema planteado. El ANEXO A permite la recolección de información con una serie de preguntas sobre la variable dependiente (posicionamiento) y la variable independiente (marketing digital).

Validación y confiabilidad de los instrumentos

3.1.15 Coeficiente de Alfa de Cronbach

Se realizó una prueba piloto con 14 ítems para determinar la fiabilidad del cuestionario con la participación de 20 personas. Resultados obtenidos de la fiabilidad son:

Tabla 3-2: Resumen de proceso de datos

		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido	0	0
	Total	20	100,0

Realizado por: Pincay, D. 2023

Resultado de alfa de Cronbach

Tabla 3-3: Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,986	24

Realizado por: Pincay, D. 2023

Análisis: Para la validación de la encuesta, se aplicó la encuesta piloto a 20 personas y con el software SPSS se realizó el análisis de los datos, donde se obtuvo un Alfa de Cronbach de 0,98 el cual se considera válida para su posterior aplicación, teniendo en cuenta que existen 6 preguntas diseñadas con escala Likert.

CAPÍTULO IV

4. MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Procesamiento, análisis e interpretación de resultados

Mediante la tabulación de las encuestas realizadas a las personas de Riobamba, se obtuvieron los resultados detallados a continuación.

Género

Tabla 4-1: Género

Variables	Respuestas	Porcentaje
Masculino	175	46%
Femenino	208	54%
Total	383	100%

Fuente: Investigación de mercados, 2023.

Realizado por: Pincay, D, 2023.

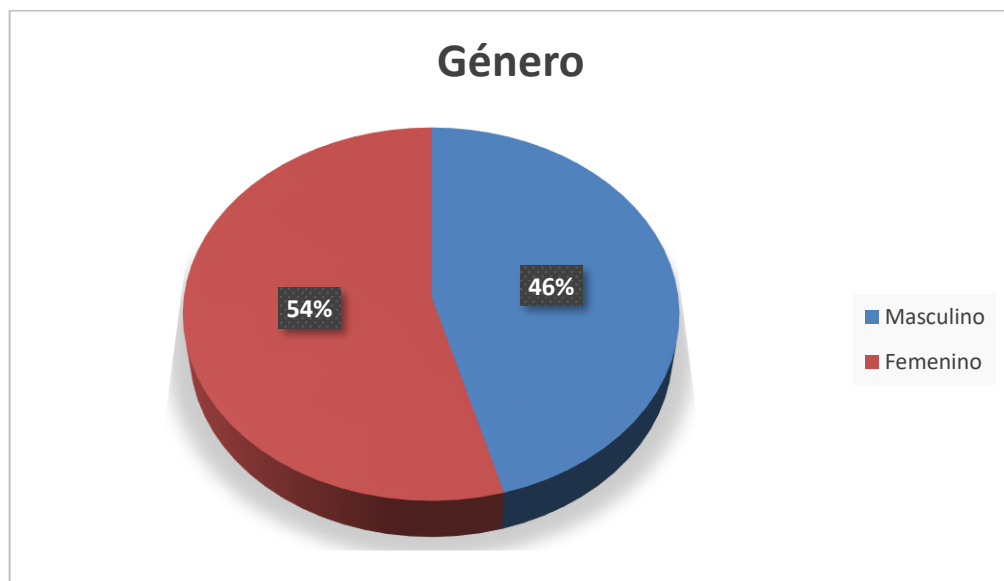


Ilustración 4-1: Género

Fuente: Investigación de mercados, 2023.

Realizado por: Pincay, D, 2023.

Análisis: Del total personas encuestadas, se pudo observar una mayor participación del género femenino con el 54% en comparación con el masculino con un 46%, respectivamente. Es importante mencionar que no existe una diferencia significativa en los porcentajes entre ambos géneros.

Edad

Tabla 4-2: Edad

Variables	Respuestas	Porcentaje
12 a 17 años	44	12%
18 a 28 años	133	35%
29 a 39 años	57	15%
40 a 50 años	109	28%
51 a 69 años	40	10%
Total	383	100%

Fuente: Investigación de mercados, 2023.

Realizado por: Pincay, D. 2023.

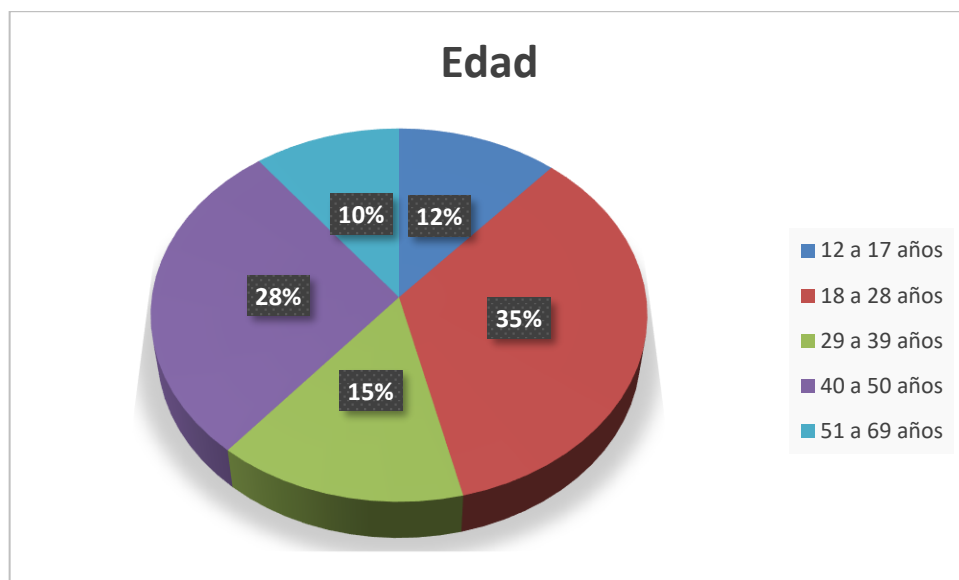


Ilustración 4-2: Edad

Fuente: Investigación de mercados, 2023.

Realizado por: Pincay, D. 2023.

Análisis: Los resultados de las encuestas muestran que hubo mayor participación de personas con edades entre los 18 a 28 años con un 35% del total de encuestados. Seguido de edades entre 40 a 50 años, los cuales conforman un 28% de la muestra. Esto demuestra que nos dirigimos a un público mayormente joven y activo en el entorno digital.

Pregunta 1: Indique con que relaciona usted el ajedrez

A continuación, se detalla los resultados obtenidos individuales de todas las opciones de respuesta que fueron brindadas en la encuesta sobre aspectos que se relacionan con el ajedrez.

Concentración

Tabla 4-3: Concentración

Variables	Respuestas	Porcentaje
Siempre	304	79%
Casi Siempre	57	15%
Indiferente	22	6%
Casi nunca	0	0%
Nunca	0	0%
Total	383	100%

Fuente: Investigación de mercados, 2023.

Realizado por: Pincay, D. 2023.

Memoria

Tabla 4-4: Memoria

Variables	Respuestas	Porcentaje
Siempre	316	83%
Casi Siempre	67	17%
Indiferente	0	0%
Casi nunca	0	0%
Nunca	0	0%
Total	383	100%

Fuente: Investigación de mercados, 2023.

Realizado por: Pincay, D. 2023.

Aburrimiento

Tabla 4-5: Juego Aburrido

Variables	Respuestas	Porcentaje
Siempre	27	7%
Casi Siempre	27	7%
Indiferente	138	36%
Casi nunca	50	13%
Nunca	141	37%
Total	383	100%

Fuente: Investigación de mercados, 2023.

Realizado por: Pincay, D. 2023.

Toma de decisiones

Tabla 4-6: Toma de decisiones

Variables	Respuestas	Porcentaje
Siempre	277	72%
Casi Siempre	89	23%
Indiferente	17	5%
Casi nunca	0	0%
Nunca	0	0%
Total	383	100%

Fuente: Investigación de mercados, 2023.

Realizado por: Pincay, D. 2023.

Habilidades analíticas

Tabla 4-7: Habilidades Analíticas

Variables	Respuestas	Porcentaje
Siempre	264	69%
Casi Siempre	89	23%
Indiferente	30	8%
Casi nunca	0	0%
Nunca	0	0%
Total	383	100%

Fuente: Investigación de mercados, 2023.

Realizado por: Pincay, D. 2023.

Juego estratégico

Tabla 4-8: Juego Estratégico

Variables	Respuestas	Porcentaje
Siempre	274	71%
Casi Siempre	77	20%
Indiferente	22	6%
Casi nunca	7	2%
Nunca	3	1%
Total	383	100%

Fuente: Investigación de mercados, 2023.

Realizado por: Pincay, D. 2023.

Frustración

Tabla 4-9: Frustración

Variables	Respuestas	Porcentaje
Siempre	67	18%
Casi Siempre	109	28%
Indiferente	62	16%
Casi nunca	71	19%

Nunca	74	19%
Total	383	100%

Fuente: Investigación de mercados, 2023.
Realizado por: Pincay, D. 2023.

Deporte

Tabla 4-10: Deporte

Variables	Respuestas	Porcentaje
Siempre	245	64%
Casi Siempre	104	27%
Indiferente	34	9%
Casi nunca	0	0%
Nunca	0	0%
Total	383	100%

Fuente: Investigación de mercados, 2023.
Realizado por: Pincay, D. 2023.

Prevención del Alzheimer

Tabla 4-11: Prevención del Alzheimer

Variables	Respuestas	Porcentaje
Siempre	284	74%
Casi Siempre	72	19%
Indiferente	17	4%
Casi nunca	7	2%
Nunca	3	1%
Total	383	100%

Fuente: Investigación de mercados, 2023.
Realizado por: Pincay, D. 2023.

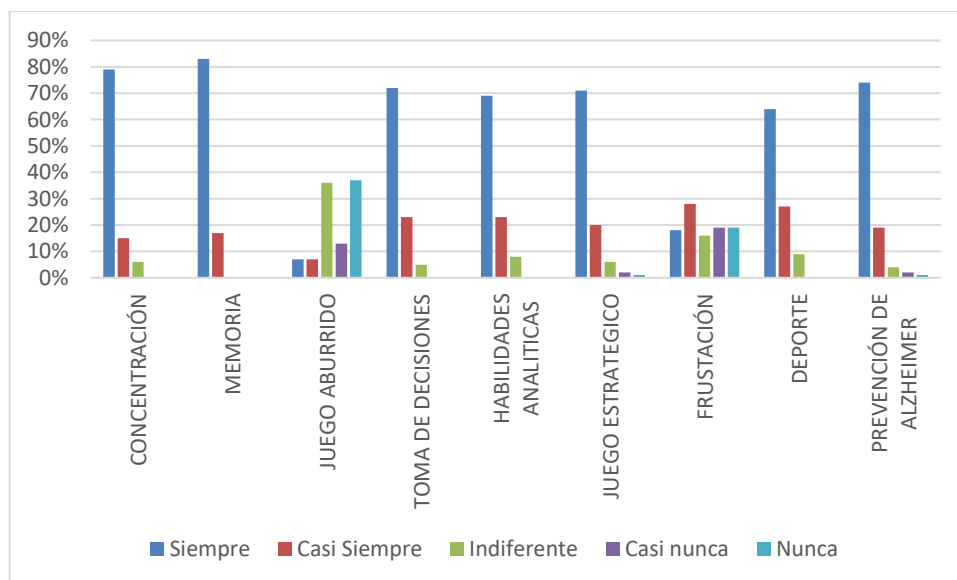


Ilustración 4-3: Relación con el ajedrez

Fuente: Investigación de mercados, 2023.
Realizado por: Pincay, D. 2023.

Análisis: La mayoría opina que impulsa la concentración 79% y la memoria 83%. Para algunos, el ajedrez es un juego aburrido 7%; para otros, motivo de frustración 18%. Se obtuvo que las percepciones sobre ajedrez son nada favorables. Para el 72% el ajedrez puede ayudarnos a tomar decisiones; para el 69%, el juego contribuye para el desarrollo de habilidades analíticas. Aspectos que se pueden resaltar en cualquier campaña deportiva. Además, resulta relevante que, sólo el 64% le asocia concepto “deporte”. En este sentido se puede fortalecer la conexión emocional con la audiencia y aumentar la visibilidad del ajedrez.

Pregunta 2: Con qué frecuencia juega ajedrez

Tabla 4-12: Práctica de ajedrez

Variables	Cantidad	Porcentaje
Siempre	89	23%
Casi siempre	42	11%
Algunas veces	205	54%
Nunca	47	12%
Total	383	100%

Fuente: Investigación de mercados, 2023.

Realizado por: Pincay, D. 2023.

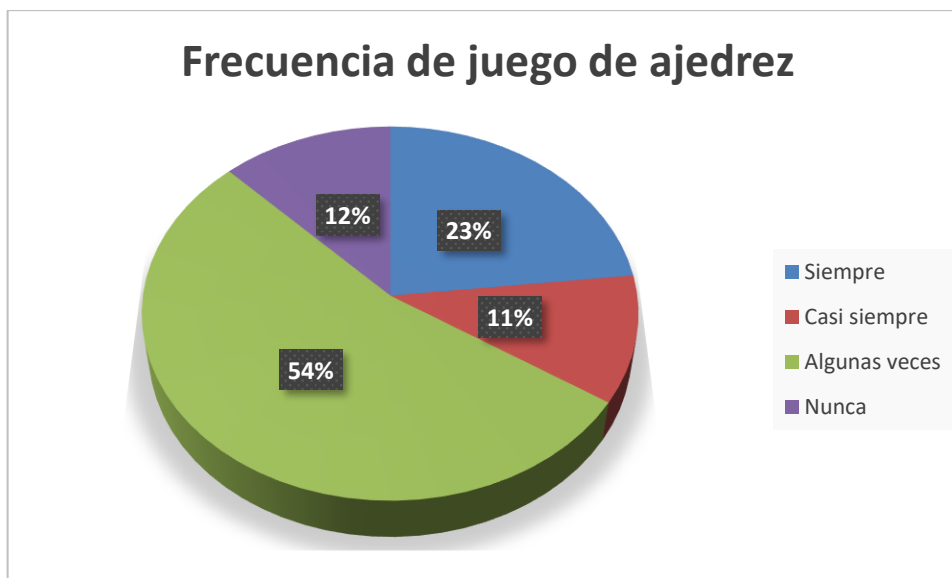


Ilustración 4-4: Frecuencia de juego de ajedrez

Fuente: Investigación de mercados, 2023.

Realizado por: Pincay, D. 2023.

Análisis: Lo relacionado con la frecuencia de los encuestados que practican ajedrez es relevante para lanzar pistas acerca de la aceptación de este deporte. El 54% manifestó que ha jugado alguna vez, por lo que parece una oportunidad para que se produzca una mayor participación y promoción de la disciplina. Un porcentaje significativo dijo que el 23% mostró un interés y dedicación al

deporte. Por otro lado, el 12% restante dijo que nunca la jugó siendo una oportunidad para su introducción y promoción. A partir de una presentación para personas que nunca la jugó una comunidad activa. A través de contenido introductorio para principiantes, reglas básicas y beneficios del ajedrez se construye una comunidad activa.

Pregunta 3: ¿Cuál es la relación de los siguientes deportes con la Federación Deportiva de Chimborazo?

Tabla 4-13: Posicionamiento de mercado

	Siempre	Casi siempre	Indiferente	Casi nunca	Nunca
Atletismo	193	111	62	7	10
Ajedrez	178	111	62	15	17
Básquet	200	109	64	0	10
Escalada	104	156	104	7	12
Fútbol	222	79	72	0	10

Fuente: Investigación de mercados, 2023.

Realizado por: Pincay, D. 2023.

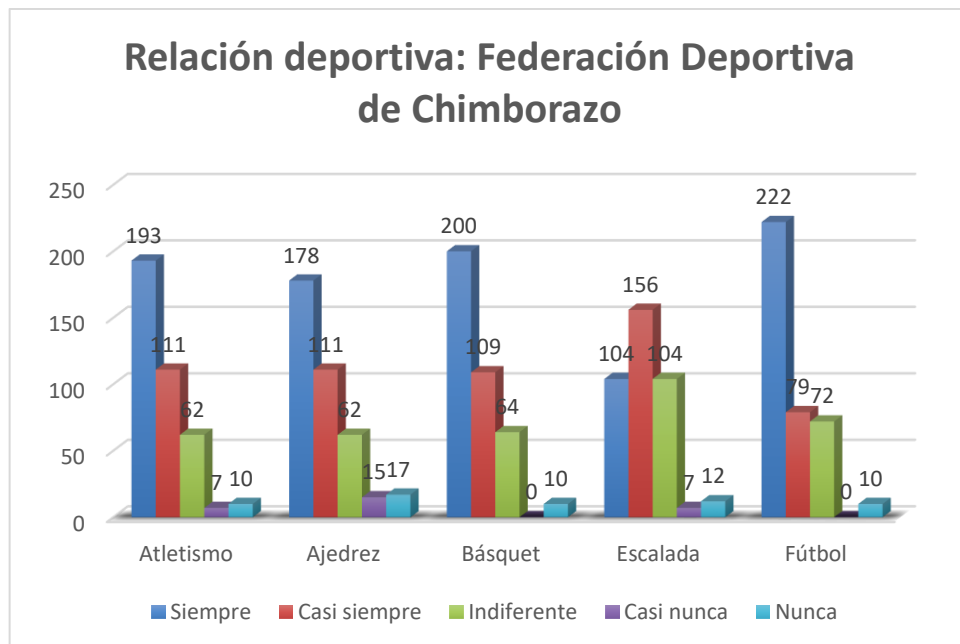


Ilustración 4-5: Posicionamiento de mercado

Fuente: Investigación de mercados, 2023.

Realizado por: Pincay, D. 2023.

Análisis: Existe una sólida asociación entre los deportes y la Federación, con porcentajes significativos de encuestados que siempre relacionan los deportes mencionados. Pero se aprecia que los deportes como ajedrez solo el 47% de los encuestados reconoce que siempre relaciona el

ajedrez con la federación, mientras que el 4% indicó que casi nunca o nunca lo ha relacionado y la escalada solo el 41% de los encuestados indicó que casi siempre relaciona la escalada con la Federación, aunque no predomina y el 3% nunca lo relaciona mostrando una minoría que no asocia regularmente ambos elementos. Es importante reforzar la presencia del ajedrez como un deporte central con contenido educativo fortalece la percepción positiva.

Pregunta 4: ¿Cuánto consideraría invertir mensualmente para clases de ajedrez?

Tabla 4-14: Inversión para clases mensuales

Variables	Cantidad	Porcentaje
\$10	106	22%
\$15	126	33%
\$20	151	45%
Total	383	100%

Fuente: Investigación de mercados, 2023.

Realizado por: Pincay, D. 2023.

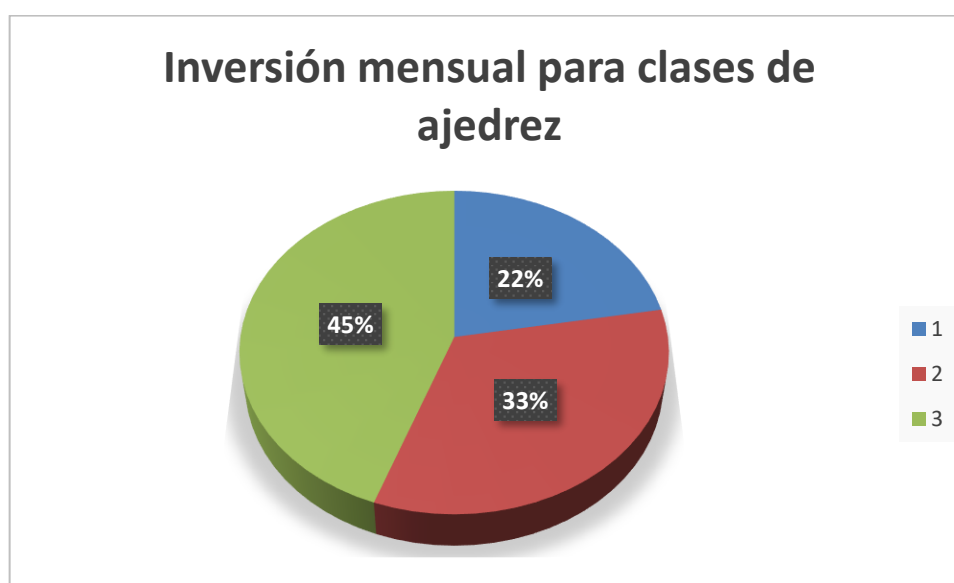


Ilustración 4-6: Inversión mensual para clases de ajedrez

Fuente: Investigación de mercados, 2023.

Realizado por: Pincay, D. 2023.

Análisis: La disposición a invertir mensualmente arroja quizás el dato más revelador. Así, el 45% pagaría por el servicio de calidad máximo: entrenadores experimentados y programas completos de entrenamiento por 20 dólares al mes. Por otro lado, el 33% de encuestados están dispuestos a la inversión intermedia de \$15 que busca entrenamientos que ofrezcan un equilibrio entre calidad y costo.

Pregunta 5: ¿Qué habilidad deportiva le gustaría desarrollar a través de la práctica de ajedrez?

Tabla 4-15: Habilidad deportiva

Variables	Cantidad	Porcentaje
Competir a nivel internacional	79	21%
Desarrollar habilidades físicas y mentales	186	49%
Proyección deportiva	17	4%
Oportunidad de beca de estudios	101	26%
Total	383	100%

Fuente: Investigación de mercados, 2023.

Realizado por: Pincay, D. 2023.



Ilustración 4-7: Aspecto deportivo

Fuente: Investigación de mercados, 2023.

Realizado por: Pincay, D. 2023.

Análisis: Se determinó que a los encuestados en su mayoría les gustaría desarrollar habilidades físicas y mentales, siendo que el 49% ven al deporte ajedrez más como beneficios pedagógicos como estimulante del pensamiento creativo y la capacidad de solucionar problemas. El 26% indicó que la práctica de este deporte es por una oportunidad de beca académica, seguida de competir a nivel internacional con un 21% y una proyección deportiva con el 4%.

Pregunta 6: ¿Qué plataformas de redes sociales utiliza con regularidad?

Tabla 4-16: Redes sociales más utilizadas

Variables	Cantidad	Porcentaje
Facebook	210	55%
Instagram	62	16%

YouTube	25	7%
TikTok	86	22%
Total	383	100%

Fuente: Investigación de mercados, 2023.

Realizado por: Pincay, D. 2023.

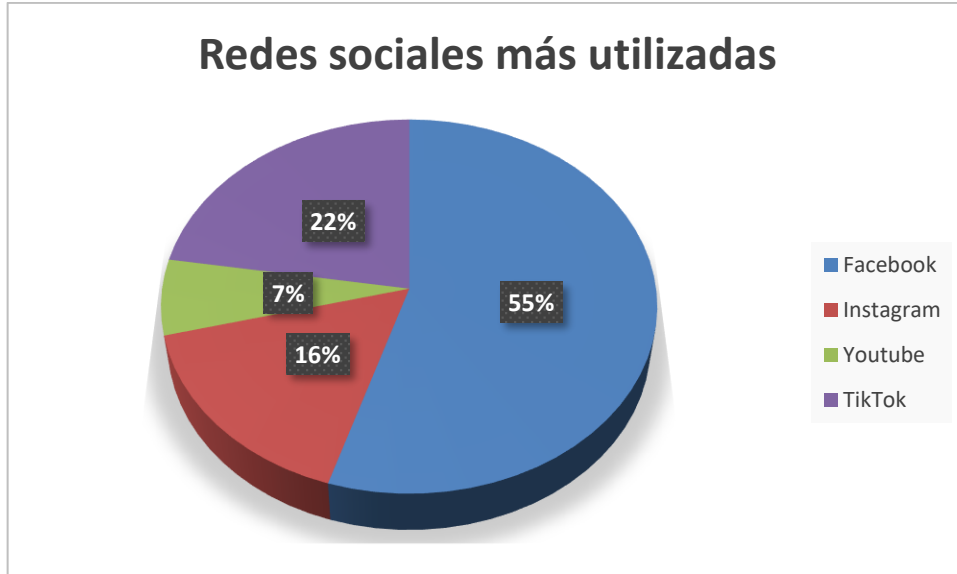


Ilustración 4-8: Frecuencia de uso de redes sociales

Fuente: Investigación de mercados, 2023.

Realizado por: Pincay, D. 2023.

Análisis: La mayoría de los encuestados utiliza como medio digital evidentemente a Facebook como la red preferida con el 55% representa a esta red social como una herramienta efectiva para llegar a un público amplio interesado por la práctica de ajedrez. Seguida de TikTok como una plataforma de interés entre la población más joven, con el 22% es una opción considerable para atraer a personas más dinámicas. Y un 16% de los encuestados utiliza Instagram al ser una plataforma visual con imágenes y videos cortos.

Pregunta 7: ¿Cuál es el horario en el que suele estar activo en redes sociales y plataformas de video?

Tabla 4-17: Frecuencia de uso medios digitales

Variables	Cantidad	Porcentaje
6h00 a 9h00	32	8%
9h00 a 12h00	10	3%
12h00 a 1400	40	10%
14h00 a 18h00	37	10%
18h00 en adelante	264	69%
Total	383	100%

Fuente: Investigación de mercados, 2023.

Realizado por: Pincay, D. 2023.

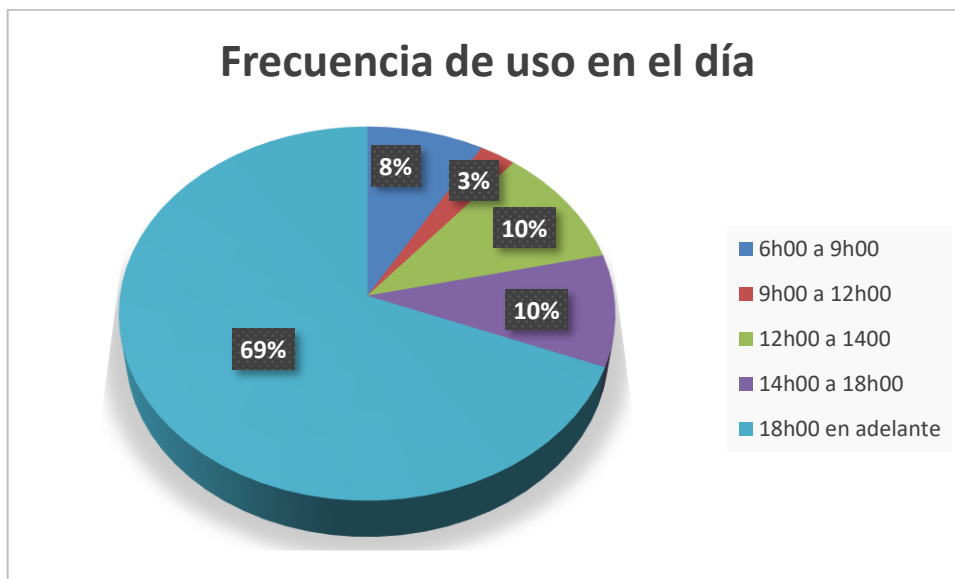


Ilustración 4-9: Frecuencia de uso medios digitales

Fuente: Investigación de mercados, 2023.

Realizado por: Pincay, D. 2023.

Análisis: En cuanto a los horarios en que las personas suelen estar activas en redes sociales, la mayoría de los encuestados están activos en redes sociales a partir de las 18h00 representada con el 69% que usa la franja horaria más popular antes de irse a dormir, siendo algo imponente para la federación deportiva de realizar publicaciones en ese horario. Los horarios durante el almuerzo y horas de la tarde durante sus tiempos libres corresponden al 10%.

Pregunta 8: ¿Considera que publicar videos promocionales en internet incentiva la práctica de un deporte?

Tabla 4-18: Vídeos promocionales

Variables	Cantidad	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	227	59%
De acuerdo	142	37%
Indiferente	7	2%
Desacuerdo	7	2%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	383	100%

Fuente: Investigación de mercados, 2023.

Realizado por: Pincay, D. 2023.

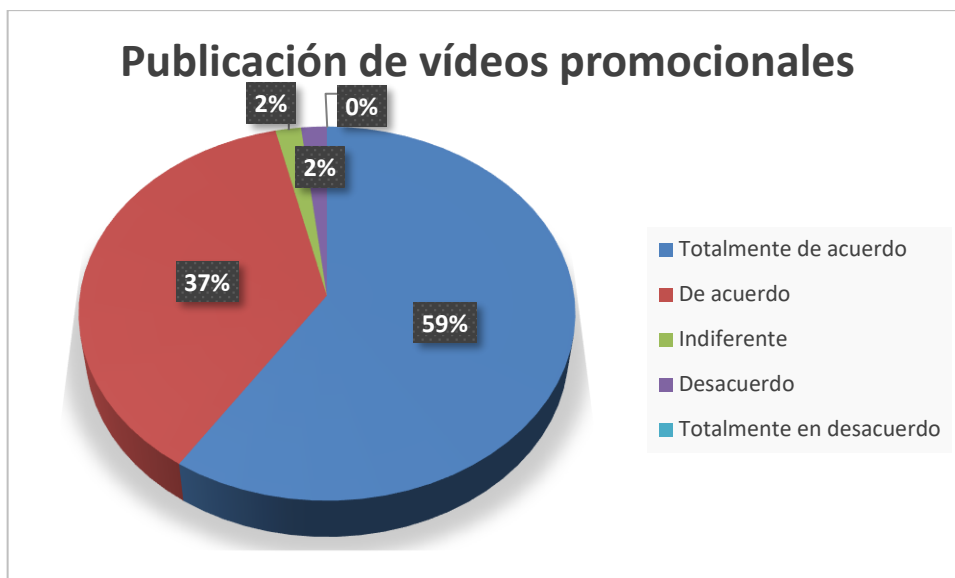


Ilustración 4-10: Publicación de vídeos promocionales

Fuente: Investigación de mercados, 2023.

Realizado por: Pincay, D. 2023.

Análisis: La encuesta revela que la creencia de que publicar vídeos promocionales es una técnica efectiva para fomentar el ajedrez es generalizada. Así lo confirma que un 59% afirme que está totalmente de acuerdo con ello, frente a un 37% que está parcialmente de acuerdo, en oposición a ese escaso 4% que no tiene una opinión tan positiva o no está interesado en este juego. Y es que, con este tipo de entregas, se logra que la población se interese por este deporte, de manera que interactúen más con la página de Facebook y que visiten a menudo el perfil de ajedrez.

Pregunta 9: ¿Cree usted que es importante obtener información sobre los deportes que la Federación Deportiva de Chimborazo ofrece a través de las redes sociales?

Tabla 4-19: Posicionamiento de mercado

Variables	Cantidad	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	267	70%
De acuerdo	94	24%
Indiferente	22	6%
Desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	383	100%

Fuente: Investigación de mercados, 2023.

Realizado por: Pincay, D. 2023.

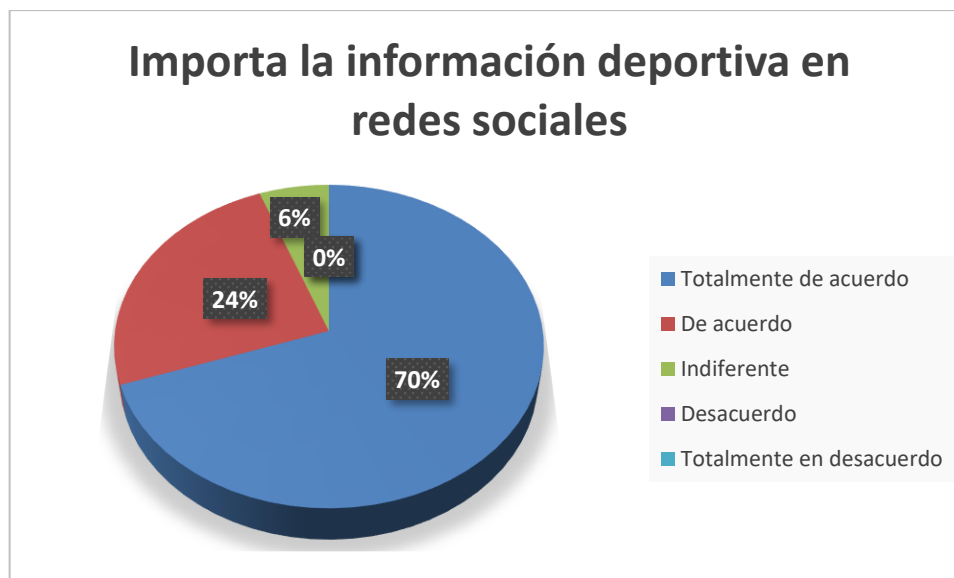


Ilustración 4-11: Posicionamiento de mercado

Fuente: Investigación de mercados, 2023.

Realizado por: Pincay, D. 2023.

Análisis: De entre los encuestados, en lo que respecta a si desean o no estar informados sobre el deporte mediante redes sociales, un 70% indicó un nivel de importancia alto en internet a la hora de obtener información actual. En menor grado, un 6% señaló que le es indiferente si la Federación Deportiva proporciona información en línea sobre deportes a través de redes sociales. Esto apunta a que las redes sociales son una herramienta importante para generar presencia de deporte en el mercado. Por tanto, una estrategia publicitaria en redes sociales ayudaría a incrementar el posicionamiento del mercado y a llegar a más consumidores.

Pregunta 10: ¿En qué plataforma de redes sociales usted ha notado presencia de la Federación Deportiva de Chimborazo promoviendo sus deportes?

Tabla 4-20: Presencia de la Federación Deportiva en redes sociales

Variables	Cantidad	Porcentaje
Facebook	245	64%
Instagram	15	4%
TikTok	10	3%
YouTube	4	1%
Ninguna	109	28%
Total	383	100%

Fuente: Investigación de mercados, 2023.

Realizado por: Pincay, D. 2023.



Ilustración 4-12: Presencia en redes sociales

Fuente: Investigación de mercados, 2023.

Realizado por: Pincay, D. 2023.

Análisis: Un 64% de los encuestados indicaron que sí han notado la presencia de la Federación Deportiva de Chimborazo promoviendo sus deportes en Facebook. Mientras que un 28% contestó que no han notado la presencia de la entidad en ninguna red social, evidencia que no se está realizando un buen manejo de las redes sociales. Siendo esto una gran oportunidad para mejorar la visibilidad en línea del ajedrez.

Pregunta 11: ¿Estaba al tanto de que la Federación Deportiva de Chimborazo realiza torneos de ajedrez cada dos meses?

Tabla 4-21: Torneos de ajedrez

Variables	Cantidad	Porcentaje
Sí	178	46%
No	205	54%
Total	383	100%

Fuente: Investigación de mercados, 2023.

Realizado por: Pincay, D. 2023.

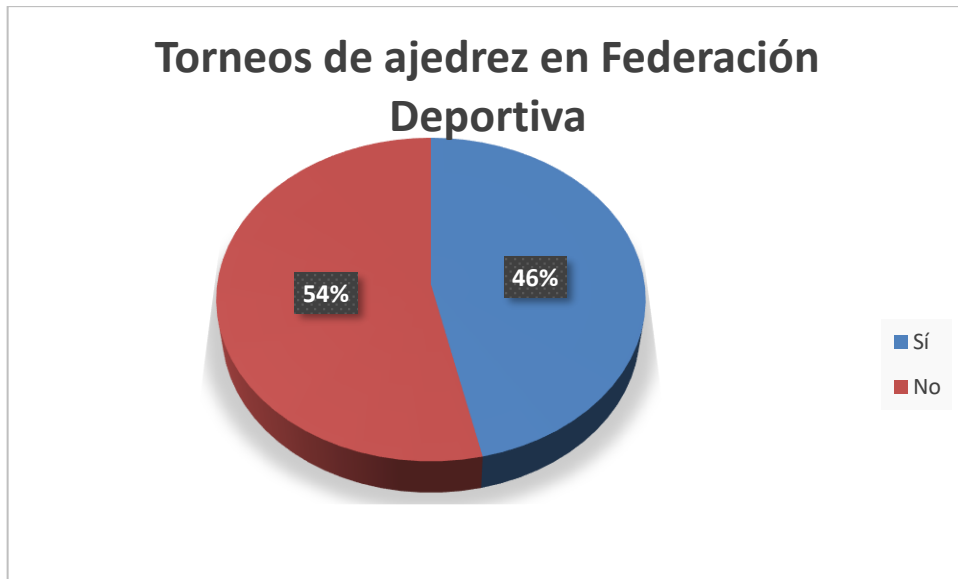


Ilustración 4-13: Realización de torneos de ajedrez

Fuente: Investigación de mercados, 2023.

Realizado por: Pincay, D. 2023.

Análisis: El 46% de las personas encuestadas indicó que sí está informado acerca de los torneos de ajedrez que organiza la Federación Deportiva de Chimborazo y el 54% manifestó que no le consta acerca de estos eventos. La estrategia para canalizar estas iniciativas es lograr la participación de la comunidad, como parte fundamental en la promoción sostenida del ajedrez.

Pregunta 12: ¿Cuál sería su primera fuente de información para conocer más sobre las actividades relacionadas con el ajedrez en la Federación Deportiva de Chimborazo?

Ilustración 4-14: Medio digital de información

Variables	Cantidad	Porcentaje
Facebook	207	54%
WhatsApp	72	19%
Instagram	30	8%
Buscadores	30	8%
TikTok	44	11%
Total	383	100%

Fuente: Investigación de mercados, 2023.

Realizado por: Pincay, D. 2023.

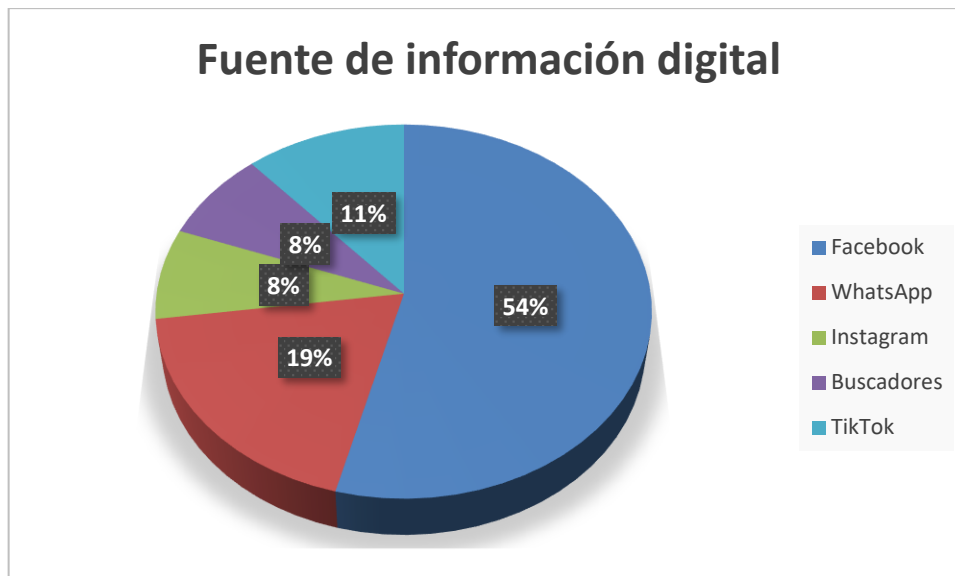


Ilustración 4-15: Fuente de información

Fuente: Investigación de mercados, 2023.

Realizado por: Pincay, D. 2023.

Análisis: El 54% de los encuestados prefieren recibir información por Facebook siendo la plataforma más popular para obtener información sobre actividades relacionadas al ajedrez. Si embargo, la presencia en otras plataformas como WhatsApp 19%, Instagram 8%, buscadores 8% y TikTok 11% también es relevante.

Pregunta 13: ¿Qué contenido le gustaría ver en redes sociales relacionado con el ajedrez en línea?

A continuación se describen los resultados estadísticos individuales de todas las opciones de respuesta sobre el contenido de ajedrez

Información sobre ajedrez

Tabla 4-22: Información sobre ajedrez

Variables	Cantidad	Porcentaje
Siempre	260	68%
Casi Siempre	106	28%
Indiferente	17	4%
Casi nunca	0	0%
Nunca	0	0%
Total	383	100%

Fuente: Investigación de mercados, 2023.

Realizado por: Pincay, D. 2023.

Videos promocionales sobre ajedrez

Tabla 4-23: Vídeos promocionales

Variables	Cantidad	Porcentaje
Siempre	183	48%
Casi Siempre	121	31%
Indiferente	72	19%
Casi nunca	7	2%
Nunca	0	0%
Total	383	100%

Fuente: Investigación de mercados, 2023.

Realizado por: Pincay, D. 2023.

Fotos durante los entrenamientos

Tabla 4-24: Fotos durante los entrenamientos

Variables	Cantidad	Porcentaje
Siempre	185	48%
Casi Siempre	139	36%
Indiferente	59	16%
Casi nunca	0	0%
Nunca	0	0%
Total	383	100%

Fuente: Investigación de mercados, 2023.

Realizado por: Pincay, D. 2023.

Resultados de torneos de ajedrez

Tabla 4-25: Resultados de torneos de ajedrez

Variables	Cantidad	Porcentaje
Siempre	240	62%
Casi Siempre	106	28%
Indiferente	30	8%
Casi nunca	7	2%
Nunca	0	0%
Total	383	100%

Fuente: Investigación de mercados, 2023.

Realizado por: Pincay, D. 2023.

Desafíos diarios (encuentra la mejor jugada)

Tabla 4-26: Desafíos diarios

Variables	Cantidad	Porcentaje
Siempre	250	65%
Casi Siempre	109	29%
Indiferente	24	6%
Casi nunca	0	0%

Nunca	0	0%
Total	383	100%

Fuente: Investigación de mercados, 2023.
Realizado por: Pincay, D. 2023.

Partidas destacadas de ajedrez

Tabla 4-27: Partidas destacada de ajedrez

Variables	Cantidad	Porcentaje
Siempre	245	64%
Casi Siempre	94	25%
Indiferente	40	10%
Casi nunca	4	1%
Nunca	0	0%
Total	383	100%

Fuente: Investigación de mercados, 2023.
Realizado por: Pincay, D. 2023.

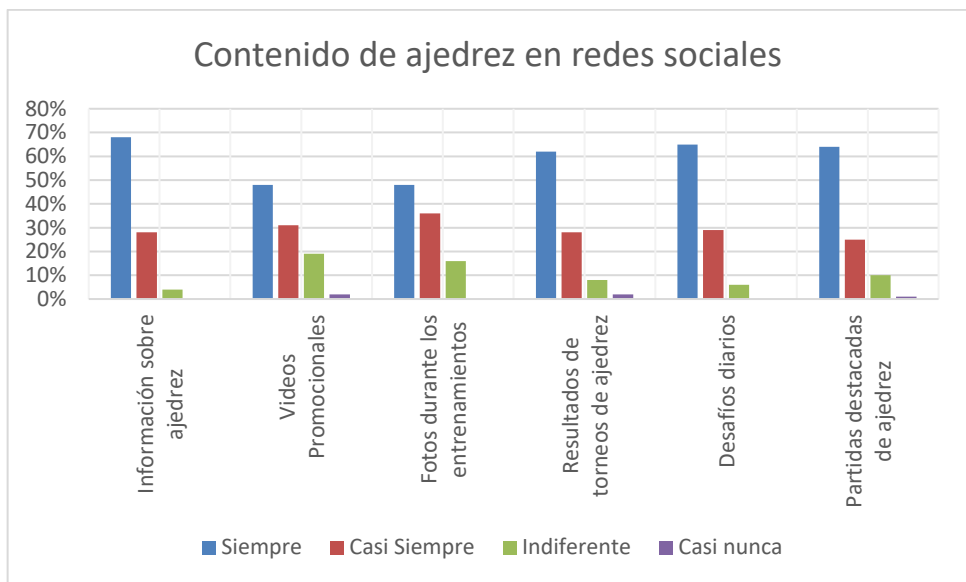


Ilustración 4-16: Contenido para ajedrez

Fuente: Investigación de mercados, 2023.
Realizado por: Pincay, D. 2023.

Análisis: Los encuestados revelan una alta preferencia por contenido informativo 68% de ajedrez, con un fuerte interés en información sobre el juego 48%, resultados de torneos 62% y desafíos diarios 64%. Se puede aprovechar la creación de una comunidad participativa en línea a través de foros y grupos de discusión donde los seguidores puedan compartir sus experiencias y consejos. Lo que puede aumentar la interacción y el compromiso de los seguidores con la marca o plataforma de ajedrez.

4.1.1 Matriz de hallazgos internos

Tabla 4-28: Entrevista

N	Pregunta	Respuesta
1	¿Cómo maneja el aspecto digital de la Federación y que canales digitales utiliza dentro de la misma?	El manejo se realiza únicamente por correo electrónico
2	¿Qué tan importante es para usted la utilización de herramientas digitales?	Es importante, se utiliza las redes sociales para difundir información sobre el trabajo y resultados de deportistas.
3	¿Cómo describiría actualmente la visibilidad y presencia online de la disciplina de ajedrez en la Federación Deportiva de Chimborazo?	La presencia de ajedrez en medios digitales aún es baja, se puede mencionar que esta disciplina es la única que se puede llevar entrenamientos por medio de las plataformas digitales de ajedrez.
4	¿Cree usted que es importante aplicar un modelo de marketing digital para mejorar el posicionamiento de la disciplina de ajedrez de la Federación Deportiva de Chimborazo?	Si en necesaria la aplicación de un plan de marketing ya que aumentaría significativamente la visibilidad de ajedrez en la provincia.
5	¿Qué entidades deportivas considera usted que son sus principales competidores dentro de la ciudad de Riobamba?	En Riobamba la Federación Deportiva de Chimborazo no tiene competencia
6	Mencione las principales fortalezas y debilidades de su empresa	Las fortalezas son escenarios e implementación deportivos y técnicos, y como debilidades podemos mencionar la falta de presupuesto para atender las necesidades de los deportistas
7	¿Cuál es la percepción que usted cree que tienen las personas de acuerdo con el deporte de ajedrez?	El ajedrez es un deporte al cual le falta difusión y lo ideal sería que a nivel escolar se establezca como una materia del pensum académico, por los múltiples beneficios que este brinda en los aspectos pedagógicos.

Realizado por: Pincay, D. 2023.

4.2 Análisis de la entrevista

La entrevista que se realizó al interventor de la Federación Deportiva de Chimborazo se obtuvo información fundamental para el desarrollo de la federación. Quedó claro que los medios digitales se reconocen como elementos cruciales para la comunicación y promoción de eventos deportivos, noticias y actividades de la federación.

El objetivo principal es proporcionar a los usuarios una experiencia informativa integral, fomentando así el crecimiento sostenible del deporte y la construcción de una comunidad deportiva.

El interventor destacó la necesidad de fortalecer la difusión del ajedrez y sus beneficios a través de plataformas digitales, con especial enfoque en el público de Riobamba. Es esencial que los ciudadanos comprendan los beneficios tangibles que ofrece la práctica del ajedrez, esto indica una necesidad de expansión y diversificación en el uso de herramientas digitales para una presencia más efectiva en línea.

La visibilidad del ajedrez en los medios digitales es baja, aunque se destaca que esta disciplina es la única que puede llevar a cabo entrenamientos a través de plataformas digitales específicas. Esto sugiere una oportunidad para aprovechar mejor los recursos digitales disponibles en la promoción del ajedrez.

4.3 Idea a defender

¿De qué manera influye el marketing digital en el posicionamiento de la disciplina de ajedrez de la Federación Deportiva de Chimborazo ciudad Riobamba?

La influencia del marketing digital en el posicionamiento de la disciplina de ajedrez de la Federación Deportiva de Chimborazo en la ciudad de Riobamba se fundamenta en datos concretos obtenidos a través de una encuesta realizada. Según los resultados, el 64% de los encuestados expresaron su acuerdo en mantener un flujo de comunicación accesible mediante canales digitales. Además, la preferencia por acceder a información sobre la Federación Deportiva de Chimborazo se inclina hacia las redes sociales.

Estos hallazgos respaldan la idea de que el marketing digital sí incide en el posicionamiento de la disciplina de ajedrez. Es importante destacar que el 70% de los encuestados mostraron su acuerdo en la necesidad de contar con medios digitales que les proporcionen información actualizada sobre esta disciplina. Además, se observa que el flujo de información por medio de Facebook, con un 54%, y WhatsApp, con un 19%, es preferido para resolver inquietudes a lo largo del tiempo.

Cabe resaltar que el ajedrez no solo se percibe como un deporte, sino como una herramienta que contribuye al mejoramiento de actitudes individuales, especialmente en el fortalecimiento del

pensamiento crítico y la inteligencia en la toma de decisiones frente a situaciones conflictivas en la vida cotidiana. Estos aspectos, respaldados por la evidencia obtenida en la encuesta, subrayan la importancia de una estrategia de marketing digital sólida para promover y posicionar la disciplina de ajedrez dentro de la Federación Deportiva de Chimborazo.

El marketing digital ha influido en la promoción y el posicionamiento de diversas disciplinas deportivas en distintas regiones. Estos estudios resaltan la importancia del marketing digital en la generación de vínculos con la audiencia, la creación de contenido viral, la segmentación precisa de la audiencia y la medición de resultados.

Es evidente que las estrategias de marketing digital han sido clave para aumentar la participación y el interés en deportes como el crossfit, el béisbol y otras convocatorias deportivas en diferentes áreas geográficas.

Además, es esencial que la Federación utilice activamente las redes sociales y otros medios digitales para proporcionar información sobre las actividades relacionadas con el ajedrez, ya que la mayoría de la población recurre a estos canales como su primera fuente de información.

Al aprovechar las estrategias y herramientas disponibles en el ámbito digital, la Federación Deportiva de Chimborazo puede aumentar la visibilidad, el compromiso y la participación en el ajedrez, generando beneficios tanto para la comunidad deportiva como para la sociedad en general.

CAPÍTULO V

5. MARCO PROPOSITIVO

5.1 Título de la propuesta

Marketing Digital para posicionar la disciplina de ajedrez de la Federación Deportiva de Chimborazo ciudad Riobamba.

5.2 Modelo de Marketing Digital

Como base para el diseño del plan de marketing digital se tomó los lineamientos sugeridos del modelo de Santos, permitirá desarrollar la propuesta final de la presente investigación, donde los usuarios convergen motivados por una interacción, para usar los beneficios de una comunicación digital para generar un acercamiento al público.

El modelo se elabora al seguir cinco pasos, en el primer paso se desarrolla un análisis de la situación. Seguido de establecer objetivos claros. En el paso tres se define el perfil del cliente ideal para crear estrategias de marketing efectivas y personalizadas. Posteriormente se delinear las ideas de como alcanzar los objetivos con las estrategias y se define las acciones a ejecutar para alcanzar dichos objetivos, mediante una matriz para sintetizar las acciones que se sugieren a la federación deportiva.



Ilustración 5-1: Modelo de Marketing Digital

Realizado por: Pincay, D, 2023.

En este sentido se desarrolla paso a paso el diseño del Plan de Marketing Digital para la Federación Deportiva de Chimborazo.

5.2.1 *Análisis situacional*

5.2.1.1 *Antecedentes de la Federación Deportiva de Chimborazo*

El 2 de noviembre de 1924 marca un hito significativo en la historia deportiva de Chimborazo, con la democrática formación del primer Directorio de la Federación Deportiva, liderado por Luis Cordovez Borja y bajo la dirección de Nicolás de la Rada. En esta asamblea, los líderes riobambeños más influyentes se unieron para elaborar los estatutos, un documento crucial que recibió la aprobación oficial del Ministerio de Educación el 11 de noviembre de 1924, coincidiendo simbólicamente con la emancipación política de Riobamba.

Estos pioneros visionarios concibieron la idea de organizar la Primera Olimpiada Deportiva Nacional en Riobamba, un evento que se materializó del 14 al 21 de marzo de 1926. Este acontecimiento histórico marcó el punto de partida para los actuales juegos y marcó el inicio de la auténtica historia del deporte aficionado en la provincia y en todo el país.

5.2.1.2 *Filosofía empresarial*

MISIÓN

“Emprender el favorable adelanto del deporte, en todas sus expresiones y manifestaciones de acuerdo con las políticas sugeridas por el Ministerio del Deporte y en correspondencia con el Plan Nacional de Desarrollo, que buscan alcanzar los objetivos del Buen Vivir establecidos en la Constitución Política del Estado como factores fundamentales de realización individual, superación física e intelectual, cohesión familiar e integración social que contribuyen a elevar la calidad de vida de la población, la formación como individuos y el nivel competitivo del deporte chimboracense”.

VISIÓN

“Difundir las diversas disciplinas deportivas en todas sus manifestaciones a nivel formativo y otros para conducir al deporte chimboracense hacia el perfeccionamiento, la élite nacional y el

alto rendimiento internacional creando un hecho de características muy sugestivas para la práctica masiva de la actividad física en la población contribuyendo al mejoramiento de la calidad de vida de nuestra población en todos los aspectos”

OBJETIVO

“Eleva el nivel de preparación de sus deportistas y formar hábitos de práctica deportiva en la población mediante la ejecución de actividades físicas que permitan la incorporación masiva de sus habitantes, de una manera sistemática y consciente, contribuyendo con ello al mejoramiento de la salud y a la correcta utilización del tiempo libre, logrando que el deporte se constituya en una de las actividades sociales más importantes, tratando de alcanzar al mismo tiempo un lugar estelar en el sistema competitivo nacional en cooperación con todos sus organismos filiales”

5.2.2 *Análisis FODA*

La matriz FODA permite realizar un diagnóstico empresarial al identificar los factores internos y externos de la federación deportiva. De esta manera se detalla las oportunidades y amenazas (factores externos), las fortalezas y debilidades (factores internos) que determinan la situación de la Federación Deportiva de Chimborazo de la disciplina de ajedrez.

Tabla 5-1: FODA

Análisis interno	
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Trayectoria en el campo deportivo • Escenarios adecuados para la práctica del deporte • Formadores deportivos • Planificación y seguimiento a deportistas • Eventos deportivos frecuentes 	<ul style="list-style-type: none"> • Auge en redes sociales que genere interacción entre los usuarios y la empresa • Incremento de visibilidad del ajedrez en medios digitales • Manejo de redes digitales para informar y promocionar eventos ajedrecísticos relevantes • Bajos costos de comunicación online
Análisis externo	
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de presupuesto para atender las necesidades y actividades deportivas 	<ul style="list-style-type: none"> • Poca promoción relacionada con el ajedrez. • Inestabilidad política • Sesgo cultural

- Poca inversión de la empresa privada
- Falta de presencia en medios digitales
- Falta de material promocional del deporte de ajedrez
- Presupuesto del Estado restringido para el deporte
- Riesgo de descenso de ajedrez provincial

Fuente: Federación Deportiva de Chimborazo - ajedrez, 2023.
Realizado por: Pincay, D. 2023.

5.2.3 Matriz de evaluación de factores internos

Escala de calificación

1 = Debilidad mayor

2 = Debilidad menor

3 = Fortaleza menor

4 = Fortaleza mayor

Tabla 5-2: Matriz EFI

MATRIZ MEFI			
FACTORES INTERNOS CLAVES	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
FORTALEZAS			
Trayectoria en el campo deportivo	0.15	4	0.45
Escenarios adecuados para la práctica del deporte	0.12	3	0.36
Formadores deportivos	0.10	3	0.30
Planificación y seguimiento a deportistas	0.13	3	0.39
Eventos deportivos frecuentes	0.10	4	0.40
DEBILIDADES			
Falta de presupuesto para atender las necesidades y actividades deportivas	0.15	2	0.30
Poca inversión de la empresa privada	0.07	2	0.14
Falta de presencia en medios digitales	0.10	2	0.20
Falta de material promocional del deporte de ajedrez	0.10	1	0.10
TOTAL	1		2.64

Fuente: Federación Deportiva de Chimborazo - ajedrez, 2023.
Realizado por: Pincay, D. 2023.

Análisis: Los resultados de la matriz MEFI permiten conocer los factores internos de la Federación Deportiva de Chimborazo, después de haber analizado detalladamente cada variable en fortalezas y debilidad se obtuvo un peso ponderado de 2.64. Lo que significa que las fortalezas son favorables y están por encima de la media para hacer frente a las debilidades mediante la aplicación de estrategias de marketing digital para maximizar el impacto y la visibilidad del deporte de ajedrez.

5.2.4 Matriz de evaluación de factores externos

Escala de calificación

1 = Amenaza mayor

2 = Amenaza menor

3 = Oportunidad menor

4= Oportunidad mayor

Tabla 5-3: Matriz EFE

MATRIZ MEF E			
FACTORES INTERNOS CLAVES	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
OPORTUNIDADES			
Creciente uso de redes sociales que genere interacción entre los usuarios y la empresa	0.10	4	0.40
Incremento de visibilidad del ajedrez en medios digitales	0.15	4	0.60
Manejo de redes digitales para informar y promocionar eventos ajedrecísticos relevantes	0.09	3	0.27
Bajos costos de comunicación online	0.10	3	0.30
AMENAZAS			
Poca promoción relacionada con el ajedrez.	0.09	1	0.09
Inestabilidad política	0.08	1	0.08
Sesgo cultural	0.15	2	0.30
Presupuesto del Estado restringido para el deporte	0.15	1	0.15
Riesgo de descenso de ajedrez provincial	0.09	2	0.18

TOTAL	1		2.37
--------------	----------	--	-------------

Fuente: Federación Deportiva de Chimborazo - ajedrez, 2023.

Realizado por: Pincay, D. 2023.

Análisis: La matriz de evaluación de los factores externos obtuvo un peso ponderado de 2.37 que indica que la disciplina de ajedrez se encuentra por debajo de la media establecida, se puede decir que las oportunidades del mercado no son aprovechadas adecuadamente. Por lo cual se debe tomar acciones que favorezca el aprovechamiento de las oportunidades y contrarrestar las amenazas, mediante el desarrollo de estrategias.

5.2.4.1 FODA estratégico

Tabla 5-4: Matriz FODA estratégico

Fortalezas		Debilidades
<p>F1: Trayectoria en el campo deportivo</p> <p>F2: Escenarios adecuados para la práctica del deporte</p> <p>F3: Formadores deportivos</p> <p>F4: Planificación y seguimiento a deportistas</p> <p>F5: Eventos deportivos frecuentes</p>		<p>D1: Falta de presupuesto para atender las necesidades y actividades deportivas</p> <p>D2: Poca inversión de la empresa privada</p> <p>D3: Falta de presencia en medios digitales</p> <p>D4: Falta de material promocional del deporte de ajedrez</p>
Oportunidades	Estrategias FO	Estrategias DO
<p>O1: Auge en redes sociales que genere interacción entre los usuarios y la empresa</p> <p>O2: Incremento de visibilidad del ajedrez en medios digitales</p> <p>O3: Manejo de redes digitales para informar y promocionar eventos ajedrecísticos relevantes</p> <p>O4: Bajos costos de comunicación online</p>	<ul style="list-style-type: none"> • F1-O1: Promover eventos de ajedrez a través de redes sociales con contenidos relevantes. • F2-O2: Resaltar la disponibilidad de escenarios adecuados para la práctica de ajedrez mediante vídeo marketing. 	<p>D2-01: Promover el ajedrez y atraer inversión de empresas privadas, a través de cursos gratis.</p> <p>D4-03: Crear material informativo para un blog de ajedrez, para exponer temas de importancia sobre el deporte.</p>

Amenazas	Estrategias FA	Estrategias DA
<p>A1: Poca promoción relacionada con el ajedrez.</p> <p>A2: Inestabilidad política</p> <p>A3: Sesgo cultural</p> <p>A4: Presupuesto del Estado restringido para el deporte</p> <p>A5: Riesgo de descenso de ajedrez provincial</p>	<ul style="list-style-type: none"> • F1-A1: Campañas para una promoción deportiva resaltando la trayectoria en el ajedrez con publicidad pagada. • F2-A3: Resaltar la diversidad de jugadores y promover la inclusión en los escenarios de práctica con fotografías. 	<ul style="list-style-type: none"> • D3-A1: Crear fanpage en redes para compartir contenido visual atractivo.

5.2.5 *Objetivos de la propuesta*

5.2.5.1 *Objetivo general*

- Diseñar estrategias para el marketing digital que permita fortalecer el posicionamiento de la disciplina de ajedrez de la Federación Deportiva de Chimborazo en Riobamba.

5.2.5.2 *Objetivos específicos*

- Construir una comunidad digital de ajedrez de la Federación Deportiva de Chimborazo a través de la creación de redes sociales, para generar tráfico e incentive a los usuarios a practicar el deporte entre la comunidad riobambeña.
- Difundir información con contenido visual en redes sociales para aumentar la visibilidad y alcance de ajedrez, captando nuevos clientes potenciales y motivarlos a practicar el deporte ciencia.
- Establecer los indicadores que permitan evaluar las estrategias propuestas

5.2.6 Perfil del segmento del mercado

El perfil del segmento del mercado se realiza en base a los resultados de encuesta, el cual sirve para enfocar los medios publicitarios para obtener buenos resultados.

Sexo: hombres y mujeres

Edad: el segmento más representativo se encuentra en el rango de 18 a 28 años, seguido por el grupo de 40 a 50 años. Siendo el público objetivo principal los jóvenes adultos activamente involucrados en el entorno digital.

Beneficios importantes: los encuestados destacan que el ajedrez está relacionado con beneficios como concentración, memoria, toma de decisiones, habilidades analíticas y juego estratégico. Además, hay un interés significativo en el desarrollo de habilidades físicas y mentales, así como oportunidades de becas de estudios.

Características geográficas: está centrado en la provincia de Chimborazo de la población urbana y rural dentro de la provincia para adaptar las estrategias de marketing.

Posicionamiento geográfico: la Federación Deportiva de Chimborazo es la entidad principal en la promoción de deportes en la región. Sin embargo, se identifica una falta de presencia en línea, especialmente en lo que respecta al ajedrez. Por lo tanto, el posicionamiento geográfico se centra en la provincia de Chimborazo, con la oportunidad de expandir la presencia digital del deporte de ajedrez en toda la región.

Tabla 5-5: Buyer person

<h1>Emilia Yáñez</h1> <p>Edad: 8 años Familia: hija Cargo: Estudiante de escuela Ubicación: Vive en Riobamba Carácter: Amigable, enérgica y muy entusiasta</p>	<h3>Objetivos y necesidades</h3> <ul style="list-style-type: none">• Aprender y dominar el juego de ajedrez• Hacer nuevos amigos en las clases de ajedrez y sentirse parte de una comunidad activa• Preocuparse por cumplir con las expectativas de sus padres o maestros de ajedrez• Posee cualidades como la curiosidad, la perseverancia y la disposición para aprender <h3>Miedos y frustraciones</h3> <ul style="list-style-type: none">• Dificultades en el aprendizaje, al no comprender algunos conceptos en el ajedrez, lo que puede generar frustración y ansiedad <h3>Intereses</h3> <ul style="list-style-type: none">• Disfruta de actividades al aire libre como andar en bicicleta y jugar en el parque• Contenido interactivo y visual, como vídeos animados o juegos en línea, que le permitan aprender de manera práctica y divertida <h3>Comportamiento</h3> <ul style="list-style-type: none">• Influencia de los padres de inscribirse en clases de ajedrez• La compra del servicio se realiza de forma física, visitando el lugar donde se ofrecen las clases
--	--

Realizado por: Pincay, D. 2023.

5.2.7 Desarrollo de estrategias

5.2.7.1 Marketing de contenidos

Estrategia N ° 1 Marketing de contenidos	
Objetivo	Publicar contenido atractivo para atraer a la industria deportiva y retener a los usuarios en Facebook e Instagram.
Descripción	El marketing de contenidos se refiere a la creación y difusión de información valiosa y relevante, con el objetivo de aumentar, captar y retener a potenciales clientes.
Táctica	Diseñar y publicación de contenido informativo y entretenido que llamen la atención de los usuarios en las redes sociales. Crear artes de frases inspiradoras relacionadas al deporte Programar los contenidos en redes sociales con el propósito de alcanzar el mayor tráfico de usuarios mediante Meta Business. Se realizará la publicación programada en un horario de 18:00 a 19:00 pm
Alcance	Clientes potenciales
Periodicidad	Semanal
Responsable	Área de relaciones públicas
Presupuesto	\$720 anual
Métrica	Tasa de participación $Engagement = \frac{Total\ de\ interacciones}{Total\ de\ alcance} * 100$

Realizado por: Pincay, D. 2023.



Ilustración 5-2: Beneficios de jugar ajedrez

Realizado por: Pincay, D. 2023.



Ilustración 5-3: Frases inspiradoras
Realizado por: Pincay, D. 2023.



Ilustración 5-4: Contenido de entretenimiento
Realizado por: Pincay, D. 2023.

5.2.7.2 Crear fanpage de Facebook

Estrategia N ° 2 Creación de fanpage de Facebook

Objetivo	Posicionar la disciplina de ajedrez como una opción atractiva y relevante para la comunidad local, aumentando la participación y el interés en el deporte.
Descripción	La creación de fanpage de Facebook es un canal directo e informativo para generar interacción con los usuarios y posicionar a la disciplina de ajedrez.
Táctica	Creación de un perfil Facebook, para fomentar la participación, interacción y conversación entre los miembros. Crear contenido educativo, visual básica utilizando herramientas gratuitas en Canva. Centrarse en el crecimiento orgánico de la comunidad a través de la interacción y el contenido de calidad.
Alcance	Masivo
Periodicidad	Se realizarán publicaciones semanales en las redes sociales, con actualización continua del contenido del grupo.
Responsable	Área de relaciones públicas
Presupuesto	Sin costo
Métrica	<i>índice de participación de la comunidad</i> $IPC = \frac{\text{Total de interacciones de la comunidad}}{\text{Número total de miembros de la comunidad}} * 100$

Realizado por: Pincay, D. 2023.



Ilustración 5-5: Fanpage Facebook

Realizado por: Pincay, D. 2023.

5.2.7.3 Video marketing

Estrategia N ° 3 Video marketing	
Objetivo	Atraer la atención y generar un impacto emocional mediante la creación y difusión de video atractivo en redes sociales para elevar la visibilidad y atractivo del ajedrez destacando las características del deporte de la Federación Deportiva de Chimborazo.
Descripción	Son aquellos medios de comunicación de masas que usan aspectos visuales (imagen y video) y aspectos sonoros.
Táctica	Elaborar video de 30 a 40 segundos de duración en formato vertical por medio de la herramienta CapCut, con voz en off. Video informativo sobre los beneficios de práctica el deporte de ajedrez Publicar en Facebook Enlace del video: Video marketing.mp4
Alcance	Residentes de Riobamba interesados en el deporte.
Periodicidad	1 vez al año
Responsable	Área de relaciones públicas
Presupuesto	\$100 grabación de tomas y edición
Métrica	$Tasa\ de\ visualización = \frac{Número\ de\ visualizaciones}{Alcance\ total}$

Realizado por: Pincay, D. 2023.



Ilustración 5-6: Video marketing

Realizado por: Pincay, D. 2023.

5.2.7.4 Publicidad pagada en Facebook

Estrategia N ° 4 Publicidad pagada	
Objetivo	Promover eventos de ajedrez de la Federación Deportiva de Chimborazo
Descripción	Fomentar la participación en torneos, conferencias y exhibiciones de ajedrez, a través de las redes sociales para llegar a la audiencia.
Táctica	Diseño de arte relevante que destaquen los detalles del evento deportivo, incluyendo fechas. Utilizar campañas para aquellos que han interactuado previamente con publicaciones relacionadas con el ajedrez. Realizar la publicación una semana antes del evento deportivo.
Alcance	Clientes actuales y potenciales
Periodicidad	Antes de cada evento
Responsable	Área de relaciones públicas
Presupuesto	Costo \$30 (10 días en Facebook)
Métrica	$\text{Tasa de conversión} = \frac{\text{Número de conversiones}}{\text{Número de visitantes o impresiones}} * 100$

Realizado por: Pincay, D. 2023.

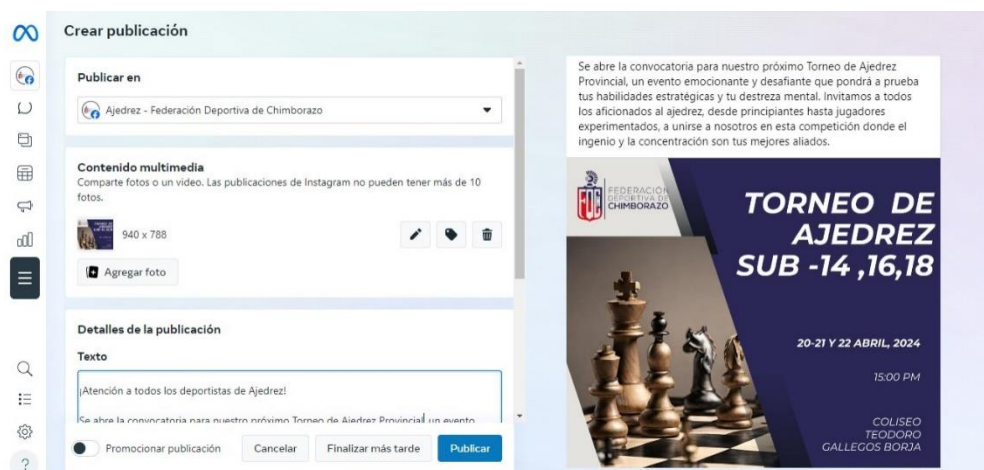


Ilustración 5-7: Publicidad pagada

Realizado por: Pincay, D. 2023.

5.2.7.5 Estrategia de blog

Estrategia N ° 5 Blog	
Objetivo	Aumentar el conocimiento sobre temas de ajedrez para atraer tráfico de usuarios interesados en aprender y mejorar su juego en ajedrez.
Descripción	El blog se centrará en ofrecer contenido de alta calidad relacionado con el ajedrez, incluyendo consejos para principiantes, entre otros temas relacionados al deporte.
Táctica	Creación de un blog de ajedrez de la Federación Deportiva de Chimborazo Crear contenido original y relevante que responda a las preguntas y necesidades de la audiencia. Se realizará la publicación de artículos cortos y novedoso una vez a la semana Promover el blog a través de redes sociales
Alcance	Público potencial
Periodicidad	1 artículo semanal
Responsable	Área de relaciones públicas
Presupuesto	Pago de dominio \$12 anual
Métrica	$Tasa\ de\ rebote = \frac{Número\ de\ visitas\ sin\ interacción}{A\ visitas\ totales} * 100$

Realizado por: Pincay, D. 2023.



Ilustración 5-8: Blog informativo

Realizado por: Pincay, D. 2023.

5.2.7.6 Implementar curso de ajedrez online

Estrategia N ° 6 Curso online gratuito	
Objetivo	Aumentar la visibilidad y la participación en los cursos gratuitos de ajedrez mediante la creación de una comunidad ajedrecística y motivar a las personas al ajedrez en línea,
Descripción	Los seminarios de ajedrez online ofrecen a los participantes la oportunidad de aprender fundamentos de ajedrez, así como estrategias, mejorar su juego y conectarse con más jugadores de ajedrez en un entorno virtual interactivo.
Táctica	Mediante artes se publicará en redes sociales se colocará un enlace de registro Google Forms Creación de contenido de valor visual para informar sobre el evento “Didáctica del ajedrez” Cupos: 300 Plataforma: Zoom Publicar en redes sociales contenido de los temas a tratar una semana antes de la fecha
Alcance	Público objetivo
Periodicidad	Semestral
Responsable	Técnico de ajedrez
Presupuesto	Costo \$20 Zoom Business
Métrica	$Tasa\ de\ vinteracción\ promedio = \frac{Likes+Comentarios+Compartidosi}{Total\ de\ seguidores} * 100$

Realizado por: Pincay, D. 2023.



Ilustración 5-9: Propuesta contenido promocional

Realizado por: Pincay, D. 2023.

5.2.7.7 Estrategia fotografía 180 grados

Estrategia N ° 7 Fotografía 180 grados	
Objetivo	Crear fotografías de eventos deportivos para ser subidas en las redes sociales y que los clientes exploren visualmente el escenario deportivo.
Descripción	La fotografía 180° es una forma creativa para presentar el escenario deportivo creando una experiencia visual agradable para el cliente
Táctica	Contratar un fotógrafo profesional para que capture detalles durante el desarrollo de torneos provinciales. Generar una fotografía 180° del escenario donde se desarrolla el torneo de ajedrez.
Alcance	Residentes de Riobamba interesados en el deporte.
Periodicidad	Una sola vez
Responsable	Área de relaciones públicas
Presupuesto	Costo \$75 Fotógrafo profesional
Métrica	$Tasa\ de\ conversión = \frac{Número\ de\ conversiones}{Número\ de\ visitantes} * 100$

Realizado por: Pincay, D. 2023.

5.2.8 Revisión y seguimiento

5.2.8.1 Plan operativo anual

Tabla 5-6: POA

Estrategia	Táctica	Objetivo	Metas	Presupuesto	Responsable	Métricas KPIs
Marketing de contenidos	Diseñar contenido en redes sociales que destaquen los beneficios del ajedrez y atraiga la atención de los usuarios para generar interacción.	Publicar contenido atractivo para atraer a la industria deportiva y retener a los usuarios en redes sociales	Hasta el mes de diciembre del año 2024 ejecutar marketing de contenidos	\$720 anual	Elba Fiallo	Tasa de participación
Creación de Fan Page	Creación de un perfil en Facebook para fomentar la participación, interacción y conversación entre los usuarios	Posicionar el ajedrez como una opción atractiva y relevante para la comunidad local, aumentando la participación y el interés en el deporte.	Hasta el mes de diciembre del año 2024 ejecutar creación de comunidad	\$0	Elba Fiallo	Índice de participación de la comunidad (IPC)

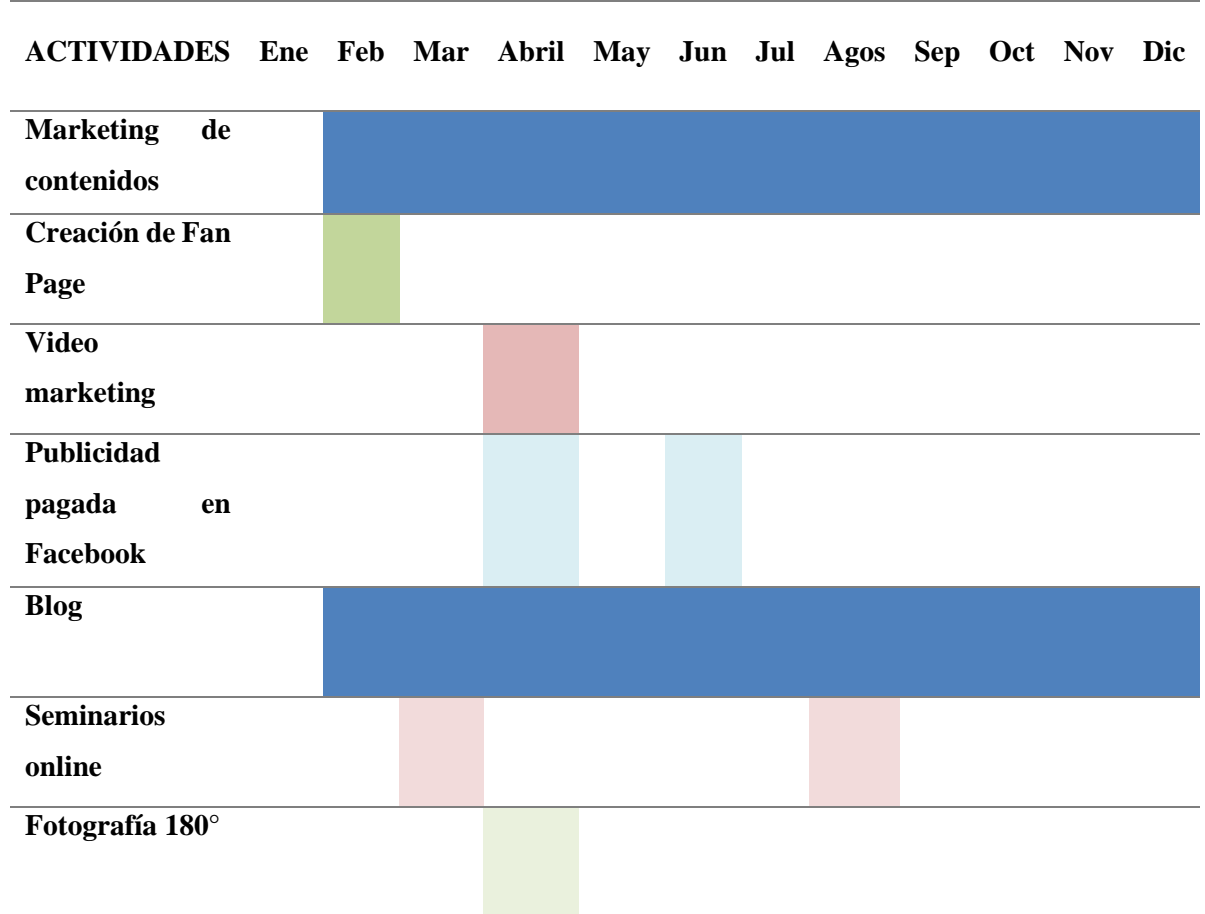
Video marketing	Creación de contenido audiovisual atractivo que destaque las características del ajedrez y genere impacto emocional.	Atraer la atención y generar un impacto emocional para elevar la visibilidad y atractivo del ajedrez en la comunidad de Chimborazo.	Hasta el mes de diciembre del año 2024 ejecutar video marketing	\$100	Elba Fiallo	Tasa de visualización
Publicidad pagada en Facebook	Creación de anuncios atractivos y relevantes	Atraer la atención del público objetivo y aumentar la interacción.	Una vez al año (Julio)	\$30	Elba Fiallos	Tasa de conversión
Blog	Creación de un blog de ajedrez de la Federación Deportiva de Chimborazo	Aumentar el conocimiento sobre temas de ajedrez para atraer tráfico de usuarios interesados en aprender y mejorar su juego en ajedrez.	Se creará una sola vez, y se compartirá contenido 4 artículos al mes	\$1	Elba Fiallos	Tasa de rebote

Seminarios online	Creación de contenido de valor visual para informar sobre el evento	Aumentar la visibilidad y la participación en los cursos gratuitos de ajedrez mediante la creación de una comunidad ajedrecística y motivar a las personas al ajedrez en línea,	Semestral	\$20	Eliu Alvarado	Tasa de interacción promedio
Fotografía 180°	Capturar una fotografía 180° del escenario donde se desarrolla el torneo de ajedrez.	Crear fotografías de eventos deportivos para ser subidas en las redes sociales y que los clientes exploren visualmente el escenario deportivo.	Una sola vez	\$75	Elba Fiallos	Tasa de conversión
TOTAL				\$957		

Realizado por: Pincay, D. 2023.

5.2.9 Cronograma de actividades

Tabla 5-7: Cronograma



Realizado por: Pincay, D. 2023.

CONCLUSIONES

Mediante la construcción del marco teórico se establecieron bases sólidas sobre el marketing digital, posicionamiento y deporte, como guía de la investigación para una comprensión más completa de los factores que influyen en el marketing digital, permitiendo construir estrategias que responda al diagnóstico actual de la institución deportiva, mediante un modelo de marketing digital para la Federación Deportiva de Chimborazo que contribuya al posicionamiento de la disciplina de ajedrez.

Mediante el análisis situacional de la disciplina de ajedrez de la Federación Deportiva de Chimborazo a través de la matriz FODA, matriz MEFI y matriz MEFE proporcionó información de importancia para identificar los puntos débiles y fuerte, puso en evidencia la falencia de medios digitales para la promoción y difusión de practicar este deporte, por lo que se hace una disciplina poco reconocida en el mercado deportivo.

Mediante el diseño de estrategias en base al estudio de mercado y análisis actual de la Federación Deportiva se direccionó en el modelo de marketing digital que permitió establecer actividades para el posicionamiento y reconocimiento de la disciplina de ajedrez para establecerse en la mente de la población riobambeña. Con un presupuesto total de \$957 que permiten fortalecer la comunicación sobre los beneficios de la práctica de ajedrez y su difusión en gran alcance.

RECOMENDACIONES

Se recomienda desarrollar documentos investigativos enfocados en marketing digital, el posicionamiento de disciplinas para destacar los aspectos únicos y beneficios emocionales del ajedrez para llegar a un público más amplio. Aprovechando los recursos digitales disponibles se logrará elevar la cantidad de deportistas que asistan a entrenamientos y torneos.

Se sugiere desarrollar iniciativas específicas de marketing digital dirigidas a la comunidad riobambeña para aumentar la visibilidad y el interés en el ajedrez, destacando su relevancia cultural y deportiva. Con capacitaciones constantes al personal en temas relacionados al marketing digital, aprovechando las ventajas competitivas que posee en el mercado.

Implementar las estrategias de marketing digital propuestas, que permitirán una mejora en el posicionamiento de la disciplina de ajedrez de la institución deportiva y su difusión en medios digitales a nivel provincial. Con las estrategias en medios digitales se logrará incrementar el reconocimiento de la disciplina, al educar a la población y crear una cultura sobre el deporte y sus beneficios en el aspecto cognitivo.

BIBLIOGRAFÍA

- Abdullah, N. (2015). ¿Cómo influyes la estrategia de marketing en el desempeño de la empresa? Implementación de la estrategia de marketing para el éxito de la empresa. *International Journal of Innovation and Economic Development*, 7-15.
- Baena, G. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Grupo Editorial Patria.
- Blanco, E. (2023). *Landing Page: ¿qué son las páginas de aterrizaje y cómo crear una que convierta?* Obtenido de RDstation.
- Del Alcázar, J. P. (2023). *Ecuador Estado Digital Junio*. Quito: Mentinno Consultores.
- Fleming, P. (2020). *Las 4F del marketing digital según Fleming*. Obtenido de La merca factory: <https://lamercafactory.com/las-4f-del-marketing-digital-segun-fleming/>
- Fonseca, A. (2014). *Marketing Digital en Redes Sociales: Lo imprescindible en Marketing Online para tus empresa en las Redes Sociales*. Obtenido de Marketing Digital.
- Gonzáles, J., & Villalobos, L. (2023). *Importancia del marketing digital en las convocatorias deportivas en el departamento del Valle del Cauca*. Obtenido de Repositorio Institucional UNAD: <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/56637/JgonzalezvasLmvillalobos.c.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gonzalez, A. (2016). *Marketing Deportivo*. Obtenido de Universidad de Cantabria: <https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/10816/GONZALEZMECIECESALBERTO.pdf?sequence=1>
- GSMA Intelligence. (2022). *La economía móvil en América Latina 2022*. Obtenido de GSMA: https://www.gsma.com/mobileeconomy/wp-content/uploads/2022/11/SPANISH_GSMA_LATAM_ME2022_R_Web.pdf
- Ibarra, C. (2023). *El deporte*. Obtenido de Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo: <https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/prepa4/n5/m15.html#refe1>
- Kotler, P. (2020). *Mercado Negro*. Obtenido de ¿Qué es el marketing digital según Philip Kotler?: <https://www.mercadonegro.pe/marketing/marketing-digital/el-marketing-digital-segun-philip-kotler/>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Fundamentos de marketing*. Madrid: Pearson Educación.
- Lenis, A. (2023). *Cómo hacer una estrategia de marketing digital*. Obtenido de HubSpot: https://www.hubspot.com/hubfs/%5BSPANISH%5D%20-%20Digital%20marketing%20strategy/HubSpot_C%C3%B3mo%20hacer%20una%20estrategia%20de%20marketing%20digital.pdf?hubs_post-cta=author&hubs_signup-url=blog.hubspot.es%252Fmarketing%252Fguia-completa-estrategia-ma

- Leyva, A. (2014). *LEYVA, A. Marketing en esencia: gestiona tu marca personal, profesional y empresarial*. Buenos Aires: Ediciones Granica.
- Maldonado, M. (2022). *Influencia del Marketing Digital en el posicionamiento del deporte Crossfit en el Distrito Metropolitano de Quito*. Obtenido de Repositorio ESPE: <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/32525/1/T-ESPE-052497.pdf>
- McCarthy, J. (1964). *Basic Marketing: A Managerial Approach*. Homewood, R.D. Irwin.
- Mendoza, A., & Vera, C. (2023). *Análisis de estrategias de marketing digital para el posicionamiento de las empresas de insumos médicos en la ciudad de Guayaquil*. Obtenido de Repositorio Universidad Politécnica Salesiana: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/25942/1/UPS-GT004571.pdf>
- Naciones Unidas. (2018). *La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: una oportunidad para América Latina y el Caribe*. Santiago.
- Ortegon, C. (2019). *11 estrategias de marketing digital que debes conocer ya mismo*. Obtenido de Inmarketing: <https://blog.inmarketing.co/blog/las-mejores-estrategias-de-marketing-digital>
- Petrova, A. (2023). *Guía Definitiva para Crear una Estrategia de Marketing de Contenidos*. Obtenido de Semrush : <https://es.semrush.com/blog/estrategia-marketing-contenidos-guia-semrush/>
- Ridge, B. (2023). *El impacto del marketing en la industria deportiva: un análisis detallado*. Obtenido de Agencia de marketing digital MEDIUM Multimedia: <https://www.mediummultimedia.com/marketing/como-ha-afectado-el-marketing-al-deporte/>
- Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Santa Fe, México: McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C.V.
- Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. Santa Fe: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Quinta edición.
- Sanchez, C., & Gonzáles, D. (2016). *Impacto del marketing digital en la participación de jóvenes en eventos deportivos en el Valle del Cauca. J. Colombia: Journal of Sports Marketing & Management*.
- Santos, J. (2022). *Cómo hacer un plan de marketing digital*. Obtenido de RB STATION: <https://www.rdstation.com/blog/es/como-hacer-marketing-digital/>
- Tirado, A. (2023). *Tesoros en el tablero: una mirada a la historia del ajedrez*. Obtenido de Ainos Publicidad: <https://ainospublicidad.es/historia-ajedrez-campanas-publicidad/>
- Torres, J. (2020). *Plan de Marketing Digital para el posicionamiento de la Liga de Béisbol "Miraflores" de la ciudad de Guayaquil en el año 2020*. Obtenido de Universidad

Ecotec:

<https://repositorio.ecotec.edu.ec/bitstream/123456789/293/1/TORRES%20JAIME.pdf>

Total 27 referencias bibliográficas



ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA DE MERCADOTECNIA



Objetivo: Recopilar información relevante sobre la percepción, participación y preferencias digitales del público en la ciudad de Riobamba para el posicionamiento de la disciplina de ajedrez.

Instrucciones: Tómese el tiempo necesario para responder con honestidad y seleccione su respuesta, recuerde que su respuesta es de manera anónima.

DATOS GENERALES

Género

Masculino

Femenino

Edad

12 a 17 años

18 a 28 años

29 a 39 años

40 a 50 años

51 a 69 años

1. Indique con que relaciona usted al ajedrez:

	Siempre	Casi siempre	Indiferente	Casi nunca	Nunca
Concentración					
Memoria					
Juego aburrido					
Toma de decisiones					
Habilidades analíticas					
Juego estratégico					
Frustración o ansiedad					
Deporte					
Prevención de Alzheimer					

2. Con que frecuencia juega usted ajedrez. (estrategia de marketing de contenidos)

Siempre

- Casi siempre
- Algunas veces
- Nunca

3. ¿Cuál es la relación de los siguientes deportes con la Federación Deportiva de Chimborazo?

	Siempre	Casi siempre	Indiferente	Casi nunca	Nunca
Atletismo					
Ajedrez					
Básquet					
Escalada					
Fútbol					

4. ¿Cuánto consideraría invertir mensualmente por clases de ajedrez?

- \$10
- \$15
- \$20

5. ¿Qué habilidad deportiva le gustaría desarrollar a través de la práctica de ajedrez?

- Competir a nivel internacional
- Desarrollar habilidades físicas y mentales
- Proyección deportiva
- Oportunidad de beca de estudios

6. ¿Qué plataformas de redes sociales utiliza con regularidad? (uso estratégico de las redes sociales)

- Facebook
- Instagram
- YouTube
- TikTok

7. ¿Cuál es el horario en el que suele estar activo en redes sociales y plataformas de video?

- 6h00 a 9h00
- 9h00 a 12h00
- 12h00 a 1400
- 14h00 a 18h00
- 18h00 en adelante

8. ¿Considera que publicar videos promocionales en internet incentiva la práctica de un deporte?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indiferente
- Desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

9. ¿Cree usted que es importante obtener información sobre los deportes que la Federación Deportiva de Chimborazo ofrece a través de las redes sociales?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indiferente
- Desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

10. ¿En qué plataforma de redes sociales usted ha notado presencia de la Federación Deportiva de Chimborazo promoviendo sus deportes?

- Facebook
- Instagram
- TikTok
- YouTube
- Ninguna

11. ¿Estaba al tanto de que la Federación Deportiva de Chimborazo realiza torneos de ajedrez cada dos meses?

Si

No

12. ¿Cuál sería su primera fuente de información para conocer más sobre las actividades relacionadas con el ajedrez en la Federación Deportiva de Chimborazo? (preferencia del medio digital)

Facebook

WhatsApp

Instagram

Buscadores

TikTok

13. ¿Qué contenido le gustaría ver en redes sociales relacionado con el ajedrez en línea?

	Siempre	Casi siempre	Indiferente	Casi nunca	Nunca
Información sobre ajedrez					
Videos Promocionales					
Fotos durante los entrenamientos					
Resultados de torneos de ajedrez					
Desafíos diarios (búsqueda de la mejor jugada)					
Partidas destacadas de ajedrez					

ANEXO B: GUIA DE ENTREVISTA



Objetivo: Obtener información clave y la perspectiva directiva para diseñar estrategias efectivas mediante el marketing digital

1. ¿Cómo maneja el aspecto digital de la Federación y que canales digitales utiliza dentro de la misma?
2. ¿Qué tan importante es para usted la utilización de herramientas digitales?
3. ¿Cómo describiría actualmente la visibilidad y presencia online de la disciplina de ajedrez en la Federación Deportiva de Chimborazo?
4. ¿Cree usted que es importante aplicar un modelo de marketing digital para mejorar el posicionamiento de la disciplina de ajedrez de la Federación Deportiva de Chimborazo?
5. ¿Qué entidades deportivas considera usted que son sus principales competidores dentro de la ciudad de Riobamba?
6. Mencione las principales fortalezas y debilidades de su empresa.
7. ¿Cuál es la percepción que usted cree que tienen las personas de acuerdo con el deporte de ajedrez?



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
CERTIFICADO DE CUMPLIMIENTO DE LA GUÍA PARA
NORMALIZACIÓN DE TRABAJOS DE FIN DE GRADO

Fecha de entrega: 23/05/2024

INFORMACIÓN DEL AUTOR
Nombres – Apellidos: DANIELA ESTEFANIA PINCAY COLOMA
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Carrera: MERCADOTECNIA
Título a optar: LICENCIADA EN MERCADOTECNIA
 ING. DIEGO MARCELO ALMEIDA LÓPEZ Director del Trabajo de Titulación
 ING. JOSÉ FERNANDO LÓPEZ AGUIRRE Asesor del Trabajo de Titulación