



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN FINANZAS E INFORMÁTICA

PROCESO DE TITULACIÓN

DICIEMBRE 2022 - MAYO 2023

EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA

PRUEBA PRÁCTICA

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN COMERCIO

TEMA:

**BENEFICIOS Y APLICACIÓN DEL COMERCIO ELECTRONICO EN LA
MICROEMPRESA CREACIONES EMANUEL EN LA CIUDAD DE BABAHOYO
PERIODO 2022**

EGRESADO:

CEPEDA SAN LUCAS JOSUE DANIEL

TUTOR:

ING.COM. CARRASCO ECHEVERRIA GINA MARIBEL, MAE

AÑO 2023

RESUMEN

En la ciudad de Babahoyo deben expandirse y optar por una nueva forma de desenvolverse. Para ello su desafío es acceder a nuevos mercados el cual les permitiría optimizar sus recursos y crear negocios competitivos utilizando distintas herramientas que en la actualidad están al alcance de todos: Internet, que potencialmente puede atraer a futuros clientes.

Uno de los principales problemas del uso de estas herramientas es el poco conocimiento que existe dentro de muchos microempresarios, por ello desconocen los beneficios que existen dentro de este nuevo método de comercio denominado E-Commerce.

Este es un modelo de negocio que vino a complementar el formato de venta tradicional de las empresas y que debía actualizarse constantemente debido al desarrollo tecnológico. se considera que este método ofrece grandes beneficios tanto para las microempresas como para los clientes ya que las organizaciones invierten menos recursos y los clientes reciben la atención adecuada al adquirir o contratar un producto o servicio.

Las microempresas hacen un aporte muy importante al país creando empleos, emprendimiento, pagando impuestos y participando activamente en la economía ofreciendo diversos bienes y servicios, por lo que se debe apoyar y desarrollar la política de país. mejorar la adquisición tecnológica, que promueve la competitividad.

Palabras claves: comercio electrónico, tecnología, marketing y ventas.

ABSTRACT

Of the city of Babahoyo must expand and opt for a new way of operating. To do this, their challenge is to access new markets which would allow them to optimize their resources and create competitive businesses using different tools that are currently available to everyone: Internet, which can potentially attract future customers.

One of the main problems with the use of these tools is the little knowledge that exists within many micro-entrepreneurs, for this reason they are unaware of the benefits that exist within this new method of commerce called E-Commerce.

This is a business model that came to complement the traditional sales format of companies and that had to be constantly updated due to technological development. This method is considered to offer great benefits for both micro-enterprises and clients, since organizations invest fewer resources and clients receive adequate attention when purchasing or contracting a product or service.

Microenterprises make a very important contribution to the country by creating jobs, entrepreneurship, paying taxes and actively participating in the economy by offering various goods and services, so the country's policy must be supported and developed. improve technological acquisition, which promotes competitiveness.

Keywords: e-commerce, technology, marketing & sales

INTRODUCCION

El crecimiento en los países en vías de desarrollo se ha incrementado, facilitando a las personas utilizar este medio para realizar operaciones de compra y venta de diferentes tipos de productos. La presente investigación es el Beneficios de la aplicación del comercio electrónico en la microempresa creaciones Emanuel. El propósito de esta investigación es que a través del comercio electrónico se dé a conocer la mercadería que tiene Creaciones Emanuel y se sugiere implementar esta herramienta que es muy útil en la actualidad por su accesibilidad.

El problema que tiene esta microempresa es que los productos que venden lo promocionan puerta a puerta y no aprovechan la ventaja de la publicidad que se obtiene mediante el comercio electrónico, es así que surge la siguiente interrogante ¿Por qué no implementa el comercio electrónico en la microempresa creaciones Emanuel para obtener beneficios? Además, el personal que labora no tiene el conocimiento acerca de las tecnologías que se utilizan en los negocios.

Su actividad económica principal es confeccionar ropa para niños y niñas de todo tipo de edad. La necesidad de comprar la mejor ropa para niños existe desde hace mucho tiempo y siempre hay otras opciones cuando se trata de ropa, el problema son las tallas especiales, la calidad de la tela, los colores y los modelos.

Los métodos que se utilizaron en este caso de estudio el método descriptivo que tiene como finalidad analizar e interpretar los resultados de la tabulación de los datos y el cuantitativo que permitió obtener resultados a través de la recolección de información respondiendo a la necesidad de dar conclusiones específicas del tema de investigación. Los instrumentos que se aplico fue la entrevista dirigida a la propietaria del establecimiento y la encuesta por medio de un cuestionario aplicado a las 6 personas que laboran en la microempresa Creaciones Emanuel.

En este estudio de caso esta investigación está relacionada con la línea de investigación Sistema de información y comercialización, emprendimiento e innovación y su sublínea investigación de marketing y comercialización.

El Objetivo de esta investigación es analizar los beneficios que se dan a través del comercio electrónico.

DESARROLLO

El estudio de caso nace de la investigación de “CREACIONES EMANUEL” con número de RUC 1203954506001, no está obligada a llevar contabilidad es una microempresa creada en diciembre del 2020, está ubicada en la ciudad de Babahoyo, su dirección es en la Ventura calle D y Calle 9. La idea de este negocio surgió debido en plena pandemia.

CREACIONES EMANUEL tiene como misión fabricar materias primas textiles de alta calidad y productos innovadores que satisfagan las necesidades de nuestros clientes, siempre con un servicio excepcional.

La visión es ser una microempresa textil líder reconocida a nivel local y nacional por su innovación, variedades de productos, calidad y promoción.

Su actividad económica principal es confeccionar ropa para niños y niñas de todo tipo de edad. La necesidad de comprar la mejor ropa para niños existe desde hace mucho tiempo y siempre hay otras opciones cuando se trata de ropa, el problema son las tallas especiales, la calidad de la tela, los colores y los modelos.

Por lo anteriormente mencionado, surge la idea de crear la microempresa para ofrecer ropa con nuevos diseños y tallas para que los clientes de la ciudad de Babahoyo puedan adquirir con excelente calidad y a bajo costo. Su proceso de compras de materia prima se lo hace mediante pedido a empresas textiles que se encuentran ubicadas en las ciudades de Guayaquil y Quito y esto ayuda a tener una mejor variedad frente a la competencia local

Este estudio de caso de la microempresa CREACIONES EMMANUEL, sirve para mejorar la visualización del producto dentro de la ciudad de Babahoyo y así poder atraer a más consumidores y poder generar más rentabilidad también nos ayudaría a fidelizar al cliente ya que el comercio electrónico brinda esta ventaja.

La promoción de los productos de esta microempresa se realiza mediante ventas a comerciantes pequeños de otros sectores de la ciudad de Babahoyo tales como son el sector del 1 de diciembre, Muñoz Rubio, Barreiro, El Salto, Puertas Negras etc. También se realizan ventas de

puerta a puerta que se lo hace cada fin de semana los días sábados y Domingos dentro de la ciudad en horarios desde las 8:00 am hasta las 17:00 pm.

Los principales problemas que tiene el sector artesanal es la falta de promoción y seguimiento de programas o iniciativas que impulse un mejor desarrollo dentro de su segmento de mercado, quedando rezagados por las nuevas tecnologías y competencias como marcas reconocidas de moda, que hoy en día crean productos similares que suplen a lo artesanal provocando de esa manera que su valor se deprecie considerablemente.

El comercio electrónico se puede ver desde varias perspectivas, una de las cuales es la comunicación, donde se define como la transmisión de información sobre un producto o servicio a través de una red e Internet.

El comercio electrónico se utiliza para realizar transacciones comerciales a través de dispositivos electrónicos. Te permite intercambiar información, ya sea texto, imágenes o videos. El comercio electrónico se utiliza para vender bienes y servicios a través de Internet.

También se utiliza para transacciones comerciales electrónicas, donde quiera que las empresas y los consumidores puedan comunicarse y comerciar entre sí a través del comercio electrónico.

Definición del comercio electrónico según varios autores:

«El comercio electrónico se refiere a la transferencia de transacciones normales, comerciales, gubernamentales o personales a medios informáticos a través de redes de telecomunicaciones e incluye una amplia variedad de actividades» (Somalo, 2018, p. 13)

El comercio electrónico o comercio electrónico implica la compra y venta de información, productos y servicios de forma electrónica a través de Internet y otras redes informáticas, es decir, el uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones, para permitir la realización de las citadas gestiones sin contacto físico entre compradores y vendedores. (Martín P., 2018, pág. 131) “Actividad económica basada en la oferta de productos o servicios (para compra o venta) a través de medios digitales como Internet” (Cisneros, 2019, p. 3)

El comercio electrónico se refiere a la venta o compra de bienes o servicios a través de redes informáticas utilizando métodos diseñados específicamente para recibir o realizar pedidos. Por lo tanto, determinar si una transacción comercial puede considerarse comercio electrónico se basa en el método de pedido, no en las características del producto adquirido, partes, forma de pago o canal de entrega. (Panorama del Comercio Electronico, 2020,p.4).

Según Figueroa, define el comercio electrónico como:

Las transacciones comerciales ocurren en línea y en línea, donde las empresas y las personas intercambian dinero por un producto o servicio. Es una forma de negocio en la que un cliente ve, selecciona y compra los productos de un vendedor utilizando un dispositivo conectado a Internet para conectarse con el vendedor y completar la compra. Con este método, el comprador puede realizar su pedido desde cualquier momento y lugar donde se encuentre, y este pedido llegará inmediatamente al vendedor. (Figueroa González, 2019, p.19).

El comercio electrónico como ayuda a la venta, en los negocios tradicionales no se puede atender a los clientes al mismo tiempo, el comercio electrónico ayuda atender a varios clientes al mismo tiempo.

Garantizar el servicio al cliente, implementar estrategias de venta, promocionar el producto. El comercio electrónico es muy importante para crear grandes flujos de mercancías, lo que provoca cambios en la vida empresarial, las inversiones y el propio negocio está en constante cambio con la introducción de nuevas tecnologías, lo que permite a las empresas hacer más eficientes sus operaciones.

El comercio electrónico según las perspectivas de los tres autores que se mencionará más adelante, manifiestan: en primer lugar, el comercio electrónico implica el uso de Internet, la World Wide Web (la Web), las aplicaciones móviles y los navegadores que se ejecutan en dispositivos móviles para realizar transacciones comerciales.

Según Kenneth Laudon sugiere que:

Las compras en línea se pueden definir como transacciones comerciales habilitadas digitalmente entre organizaciones e individuos, tales como transacciones comerciales y los procesos utilizados por organizaciones para respaldar la compra, venta, contratación, planificación y otras actividades. (2021, pág. 22)

Entre estos objetivos se destacan nuevos modelos de negocios que, con la ayuda de la tecnología de la información, brindan a las organizaciones la oportunidad de implementar modelos de comercio electrónico, como comerciantes electrónicos, creadores de mercados, productores de contenido, proveedores comunitarios. (Laudon, 2021, p. 17)

El comercio electrónico se basa en aplicar las estrategias de marketing actuales para expandir el comercio a través de redes informáticas, en el caso de la microempresa CREACIONES EMANUEL se debe aplicar estrategias de marketing para poder llegar a más consumidores a nivel local y así obtener mayores ingresos.

Internet se ha convertido en una actividad cotidiana: leer noticias, realizar operaciones bancarias, buscar información, comunicarse a través de las redes sociales, entretenimiento multimedia y comprar productos y servicios en línea.

El comercio electrónico en el Ecuador crece cada día, muchas compras se realizan con esta herramienta, pero aún existen obstáculos y motivos por los cuales los usuarios no se animan a utilizar este método de compra.

En Ecuador no se hace el debido uso del comercio electrónico por lo que existe información limitada sobre implementación del comercio electrónico entre las pequeñas empresas y sus ventajas competitivas relativas.

Es por esta razón que lo realizan personas que están actualizadas en el tema de las nuevas tecnologías, mientras que las personas que ya llevan mayor tiempo en el mercado siguen implementando el comercio tradicional como única alternativa., pero este no es el caso de la microempresa que es objeto de estudio.

A diferencia de los negocios tradicionales, el comercio electrónico ofrece a las empresas un importante desarrollo y ventaja competitiva entre ellas. Puede ser utilizado como un canal de comunicación y publicidad con un alcance mucho más amplio que el tradicional. A pesar de estas ventajas, el propietario o los vendedores se trasladan a otro ámbito, aprovechando la oportunidad que ofrece el comercio electrónico para adelantarse a la competencia. (Jorge Luis Rodas Silva, 2020, p. 26)

La aplicación de este método surge debido a que dentro de la microempresa CREACIONES EMANUEL, no se generan muchas ventas de los productos ya que la marca es poco conocida dentro de la ciudad de Babahoyo por lo tanto el uso de la tecnología y el internet ayuda a poder llevar a cabo este proceso y mejorar el rendimiento de la empresa.

Creando su propia página web y llevando a cabo un plan de marketing que se puede implementar el comercio electrónico dentro de la microempresa, ya que hoy en día es vital que toda empresa utilice este método para comercializar.

Las microempresas y el comercio electrónico se convierten en un canal de comunicación entre el vendedor y el comprador, además, mejora el índice de rentabilidad en cada empresa. existen microempresas en este caso CREACIONES EMANUEL que ofrece diversos productos y servicios de calidad, pero no es conocida, lo que reduce la cantidad de clientes y por ende las ventas.

Esto también se debe a que no siguen estrategias de marketing adecuadas, la mayoría de las microempresas están orientadas a su industria y su entorno, pero aun así no logran alcanzar sus objetivos de ventas, los canales habituales de publicidad son la radio, folletos o periódicos locales, pero en una ciudad o ciudades con mayor población, no alcanzan ni tienen un efecto inmediato.

Los principales tipos de e-commerce que puedes implementar para vender online son:

Tienda Online: Esta es una tienda virtual donde la marca se encarga de vender sus productos y servicios, suelen tener su propia plataforma online.

Marketplace: es una plataforma virtual encargada de vender productos y servicios de diversas marcas o empresas. A diferencia de las tiendas online, los vendedores no tienen una plataforma propia, sino una común.

Comercio social o Social Commerce: Es un tipo de comercio electrónico que utiliza las redes sociales como una forma de vender productos directamente. Hoy las mismas redes sociales han hecho posible la compra online. Un ejemplo de comercio social son las tiendas de Facebook, un espacio donde empresas y particulares pueden comercializar sus productos. Una de las ventajas del comercio electrónico en Facebook es que puedes utilizar una plataforma que conecta a millones de usuarios todos los días.

Las principales ventajas del E-Commerce que las empresas pueden usar son:

Ahorro de costos: esta ventaja es una de las que más gustan a las empresas, ya que gracias a las compras online no tienen que invertir en locales físicos ni empleados de atención al cliente (si no quieren) Esto les permite reducir los gastos de logística

Visibilidad en el mercado: Gracias a Internet, los e-business llegan a un mayor número de personas, atrayendo a más clientes. A diferencia de tiendas físicas el comercio electrónico brinda la ventaja de estar disponible las 24 horas del día

Disponibilidad 24/7: las empresas de bienes y servicios que tienen un horario de atención fijo, los productos en línea siempre están disponibles, por lo que una persona puede encontrarlos y comprarlos en cualquier momento del día o de la temporada.

Mediante el uso del Social Commerce manifiesta Sonia Duro Limia:

Es un tipo de comercio electrónico que se lleva a cabo mediante el uso de las redes sociales tales como crear un feed Instagram que brinda a los clientes una experiencia de compra que sea fácil y cómoda para adquirir un bien o servicio mediante pedidos y Facebook estas plataformas digitales ayudaran a la microempresa a tener una mayor visualización del producto hacia nuevos consumidores con el fin de que adquieran el producto. (Duro Limia, 2018, p. 1)

Uno de los factores que influyen en la consolidación de los negocios sociales es, la tecnología y los avances que se ven todos los días que es la razón principal para realizar comercio electrónico.

Esta transición se desencadena por cambio en el comportamiento del usuario, variabilidad de los consumidores y de los propietarios de las microempresas que utilizan fuentes de consumo en la información o dispositivos que utilizan para tomar sus decisiones de compra.

Sin embargo, lo que estos dos factores tienen en común es que la tecnología que está cambiando el comportamiento de los sujetos creando nuevas soluciones a sus necesidades.

El comercio electrónico aplicándolo dentro de la microempresa CREACIONES EMANUEL, brindará la ayuda de dar a conocer la variedad de productos elaborados para los clientes y poder atraer a más clientela, eso generará dentro de la misma una rentabilidad mayor, se dice que el uso del internet y la tecnología ayudan a estas microempresas a expandirse dentro de un mercado que le genera cierta ventaja competitiva a diferencia de la competencia.

El siguiente autor expone lo siguiente sobre las características del comercio electrónico:

El comercio electrónico está disponible en cualquier lugar, en cualquier momento horas al día porque le permite comprar desde su computadora, teléfono móvil, casa, automóvil o en cualquier lugar. (Hoyos, 2020, p. 3)

La tecnología de comercio electrónico permite que las transacciones comerciales crucen las fronteras regionales, nacionales y culturales. Una característica distintiva del comercio electrónico es el estándar técnico de Internet y, por lo tanto, los estándares técnicos de comercio electrónico, son estándares universales comunes a todos los países del mundo, de los cuales son libres, es necesario llenar solo. Por lo tanto, los costos de marketing son más bajos, así como los costos de búsqueda. (Hoyos, 2020, p. 3)

El comercio electrónico tiene el potencial de proporcionar más información porque permite la interacción y adapta los mensajes a las necesidades de los usuarios. A través de los touch points se crean clientes fidelizados tener contacto con el cliente también es primordial dentro de la microempresa CREACIONES EMANUEL que se distingue frente a la competencia por su atención al cliente.

La Web, puede mejorar la distribución de productos y servicios que ofrece CREACIONES EMANUEL, permitiendo que la microempresa interactúe directamente con sus clientes, eliminando la necesidad de intermediarios y aumentando la entrega al instante, ahorra tiempo, costos de transacción reducidos, formularios de pedido, ofertas, etc. han sido descontinuados, afectando muchos procedimientos y a veces desapareciendo.

Es necesario conocer los gustos y preferencias de los clientes, como permitir que se establezca la comunicación, para que la comunicación entre la empresa - clientes mejoren sus relaciones. Para mejorar las comunicaciones comerciales, la compañía mantiene informado a clientes sobre sus productos y servicios.

Con las nuevas tecnologías y el alcance de las redes sociales los comercios actuales hacen su propia publicidad vía redes sociales como: Reels de FACEBOOK E INSTRAGRAM, TIK TOK, es una de las herramientas más utilizadas en la actualidad para publicar productos con la finalidad de llegar a más público y concretar las ventas online.

Dentro de los beneficios del comercio electrónico tiene relación en las áreas de aplicaciones con las transacciones, implícitamente se refiere al intercambio de documentos entre empresas. Por ejemplo, para compras hay un acuerdo de Compra/Venta, y también hay un formulario para llenar para impuestos.

Si una microempresa quiere aplicar este tipo de comercio que en la actualidad es el más viable, debe tener las herramientas necesarias para llevar este plan a cabo como cuenta bancaria, internet, empresa de envíos y declarar sus ingresos. Pero la microempresa CREACIONES EMANUEL, no lo aplica debido a la falta de tecnología y el poco conocimiento de uso y aplicación sobre los beneficios que brinda el comercio electrónico.

Sin embargo, este método de marketing tiene muchas más ventajas específicas, tres de las cuales explicaremos a continuación.

No necesita cientos de empleados para ejecutar una tienda en línea exitosa si tiene una buena arquitectura y soporte técnico. Además, existen soluciones como Dropshipping que simplifican mucho el proceso de venta online.

En este modelo, permite que los negocios electrónicos operen sin inventario porque proporciona un enlace directo con el proveedor.

Disponibilidad de información Hablaremos de marketing digital e inbound marketing más adelante, pero supongamos que desarrollar este tipo de estrategia es mucho más fácil que el marketing electrónico.

Esto se debe a que la dinámica del comercio electrónico brinda acceso a información valiosa sobre la identidad del cliente, los patrones de gasto y las preferencias del mercado. Además, es muy fácil monitorear varias métricas y KPI de comercio electrónico, incluida la conversión.

Inversiones más pequeñas En los últimos años, el comercio electrónico se ha convertido en un método de ingresos para todo tipo de marcas. También ha demostrado ser una muy buena opción para las pequeñas y medianas empresas. Esto se debe a que requiere una inversión mucho menor que una tienda tradicional. Esto ahorra entre otras cosas, costos asociados con la nómina de empleados, grandes almacenes y mantenimiento y arrendamiento de tiendas físicas.

El comercio electrónico a su vez respalda estos intercambios mediante la creación de nuevos canales de comercialización, el uso de catálogos de productos, publicidad, ventas directas, el apoyo a la gestión financiera, la facilitación de los procedimientos de tránsito, la realización de transacciones con proveedores y más.

Según (Hernández, 2020)

Las organizaciones invierten en sistemas de información para lograr seis objetivos comerciales estratégicos: excelencia operativa, nuevos productos, servicios y modelos comerciales, proximidad con clientes y proveedores, mejor toma de decisiones, ventaja competitiva y supervivencia. El comercio electrónico podría cambiar la forma tradicional de vender un producto o servicio a un nuevo mercado potencial que está creciendo. Esto está abierto a todos, porque logra que las empresas no tengan que ofrecer sus productos o servicios en mercados limitados por falta de conocimientos. (Hernández, 2020, p. 20)

Según el autor:

El creciente uso de Internet, la aparición de nuevas tecnologías y especialmente el desarrollo de sus tecnologías de la información y la comunicación. (TIC), han permitido crear tecnologías innovadoras, nuevas formas de comercializar productos y servicios que permitan a las empresas superar los obstáculos geográfica y temporal. La compra online es una consecuencia natural de este panorama que ofrece muchos beneficios para las empresas, los consumidores, la sociedad y más la economía del país, porque permite reducir costos y tiempos de operación, promueve a una producción de mayor valor y al empleo. (Ecuador, 2020, p. 6)

Existen programas auspiciados por el gobierno que propician la ayuda económica para la producción de productos artesanales y la difusión del comercio de las artesanías a través de portales en línea. Lamentablemente la falta de constancia y mantenimiento de los sitios web no permiten el desarrollo adecuado de los involucrados, limitando de esa manera la comercialización de los productos artesanales a un nivel más elevado del mercado nacional.

En tal situación las habilidades digitales son esenciales para usar el comercio electrónico. Sin embargo, Ecuador fue diagnosticado con una importante brecha digital en la relación países de la región y del mundo, que se encuentra en desventaja en esta nueva competencia escenario empresarial.

La Estrategia Nacional de Comercio Electrónico, más tarde ENCE, tiene como objetivo promover crear una capacidad mayor y más eficiente para los diversos actores económicos participando en eventos en línea, adoptando tecnología y, a su vez, creando un marco marcos institucionales y regulatorios coherentes que puedan apoyar significativamente el desarrollo comercio transfronterizo e interoperabilidad, considerando que la economía global es un economía digital Dentro de ENCE, el comercio electrónico no es solo un canal de venta de productos y servicios en línea, sino que el documento describe toda la cadena de valor de las compras en línea, que incluye acceso online que pasa por: tienda online , mercadeo , gestión de pagos, etc. (Ecuador, 2020, p. 9).

Definición de estrategias de marketing según varios autores:

«Las tácticas son las principales decisiones necesarias para lograr sus objetivos.» (Callado, 2021, p. 7)

Una estrategia de marketing es el punto clave de un plan de acción para utilizar los recursos de la empresa para lograr sus objetivos. Estos se pueden obtener de diferentes formas, por lo que esta estrategia indica cómo lograrlos (Callado , 2021, p. 33)

Una estrategia de marketing digital incluye definir cómo nos presentaremos ante los clientes o clientes potenciales, cómo nos posicionaremos en el infinito mundo en línea, cómo proporcionaremos información o contenido relevante a nuestro objetivo público, cómo participaremos en las conversaciones de los consumidores y, finalmente, cómo analizaremos los datos para analizar esta nueva información que el ecosistema nos puede proporcionar. (Jiménez, 2018, pág. 18)

El comercio electrónico tiene varias ventajas cuando se trata del uso previsto de la tecnología. en comparación con los medios tradicionales.

Según (Fernandez, 2020, pág. 15) dice que “el comercio electrónico permite comerciantes (pequeños, medianos y grandes) encuentran demanda para sus productos capaz de satisfacer” y muestra ventajas tanto para los consumidores como para los comerciantes por ejemplo: optimizar la distribución, permitir la reducción de costos y una entrada sin problemas en algunos casos, los costos de distribución, como las ventas de software, se

eliminan por completo que no requiere intermediarios ni transferencias, ahorrando tiempo y dinero. También facilitar la creación de nuevos segmentos de mercado independientemente de la ubicación geográfica. La ventaja es la facilidad de la comunicación comercial, que permite promocionar la empresa 24 horas y así facilitar las relaciones (Fernández Díez, María Carmen; Puig Gabarró, Pau, 2020)

Además de lo anterior, podemos limitar la capacidad de las pequeñas empresas para implementar una tienda en línea requiere menos inversión que una tienda física. Para los consumidores, señala que entre los beneficios está su acceso almacenar en cualquier momento y en cualquier momento, independientemente de la ubicación geográfica, dónde se encuentran y dónde se encuentran pueden comparar información en diferentes plataformas sin mucho esfuerzo y en poco tiempo e-commerce que ofrece productos y/o servicios similares a lo que busca tienen que moverse de un lugar a otro y finalmente pueden decidir cuál elegir. Otra ventaja es que el consumidor realiza su compra desde la comodidad de su hogar y recibe el producto donde especificas la entrega. (Fernández Díez, María Carmen; Puig Gabarró, Pau, 2020)

Por el contrario el pasaje también tiene sus desventajas. comercio electrónico, como, según la encuesta E-barómetro, "uno de los más importantes Un obstáculo es la falta de un marco legal y regulatorio para el comercio electrónico en muchos países En América Latina", por lo tanto, es importante que cada país implemente y Leyes socialmente claras que apoyan tanto al comprador como al vendedor. En Ecuador, la desconfianza es una desventaja del comercio electrónico, p. CECE (2020), la gente tiene miedo de ser engañada, tiene miedo de dar información personal y no confían en el método de pago.

En definitiva, se puede concluir que la estrategia consiste en acciones dirigidas a lograr una meta u objetivo, definiendo la microempresa quiere ser o llegar a ser, respondiendo al FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) para lograr una ventaja competitiva y lograr metas establecidas.

Análisis FODA de la Microempresa CREACIONES EMANUEL:

FORTALEZAS:

- La microempresa cuenta con diferentes productos que se amoldan a las necesidades de los clientes en diferentes edades.
- Cuenta con diseños exclusivos y de buena calidad.
- Una alta gama de productos en vestimenta para niños y niñas de todas las edades

DEBILIDADES:

- Falta de conocimiento en la utilización de avances tecnológicos y uso de las redes sociales.
- Falta de promoción en los productos por no saber que métodos utilizar para su publicidad.
- Falta de tecnología.

OPORTUNIDADES:

- Aceptación de productos dentro del mercado local.
- Con la aplicación de nuevos métodos de comercio se puede dar a conocer los productos.
- Obtener maquinarias y herramientas

AMENAZAS:

- Los productos de la competencia son reconocidos dentro del mercado local.
- La competencia cuenta con la tecnología suficiente para la promoción de sus productos.
- Los cambios en la moda pueden llegar afectar a la microempresa de acuerdo a los gustos y las preferencias de los clientes.

Basándonos en el objetivo principal de la investigación definimos que los beneficios que brindará la aplicación del comercio electrónico a la microempresa CREACIONES EMANUEL es generar compras o pedidos de productos desde la comodidad de tu hogar, aparte dando a conocer por medio de un catálogo de productos la gran variedad que existe dentro de la microempresa, las pequeñas empresas pueden expandirse construyendo un modelo de negocios en torno al comercio electrónico y llegando a clientes en ubicaciones remotas sin que la economía tenga que limitar su crecimiento para construir una industria física.

Cabe recordar que el comercio electrónico también viene de la mano con el Marketing digital y el Marketing Inbound mediante el uso de estos métodos podemos dar a conocer mucho más el producto dentro del mercado local y generar una ventaja competitiva contra los otros locales que están dentro de la ciudad.

El proceso de venta puede desarrollarse con diversos grados de complejidad y depende de cómo el vendedor lleve a cabo la comercialización de un determinado producto. Se puede demostrar que todo depende de la forma en que se ofrezcan los productos, aplicando algún incentivo o descuento que haga que el vendedor se interese por él y no dude en realizar una compra. No es lo mismo comercializar algún tipo de producto como vendedor ambulante que ofrecer un servicio más profesional y darle una ventaja.

Teóricamente, mucha gente dice que para vender algo debe haber una comunicación constante y efectiva con el cliente, porque de esta manera podemos garantizar la venta ofrecida y además lograr atraer al cliente. En la microempresa CREACIONES EMANUEL, no ha implementado el comercio electrónico debido a la falta de conocimiento del personal y también no existe alguien especializado en la utilización de sitios web o redes sociales, por este motivo las ventas son limitadas no se conoce mucho acerca de los productos que venden y no llevan a cabo ningún plan de marketing por su falta de conocimiento.

La microempresa CREACIONES EMANUEL, debería actualizarse debido a que las competencias dentro de la ciudad brindan el producto mediante el marketing digital utilizado por redes sociales, también les serviría mucho para buscar otras formas de comercializar dentro de la ciudad de Babahoyo poder mejorar sus ventas y fidelizar clientes.

Como resultado de la investigación que se realizó se puede evidenciar que cuando se hizo la entrevista a la propietaria indico en las preguntas realizadas que están en el anexo #1 sobre el uso de las tecnologías que es importante para poder vender más, pero no contamos con personal especializado en esa área o que sepa del manejo de estas nuevas herramientas del comercio. Así mismo si usa la microempresa estrategias de marketing para crecer en el mercado manifestando que es muy importante la aplicación de vender su producto por redes sociales pero debido a la falta de conocimiento no se lleva a cabo un plan de trabajo con estas herramientas, también detalla que no cuenta con equipos electrónicos para llevarlo a cabo.

También indicó que la comercialización del producto es importante aplicar nuevos métodos de comercio para mejorar sus ventas, pero desconoce de los mismos comercializados de forma tradicional, es muy importante escuchar al consumidor y así poder saber. Sobre las características y los beneficios del producto o servicio, indica que la calidad de los productos, la variedad que existe y la durabilidad de las prendas es lo que nos diferencia de la competencia. No posee redes sociales en su local comercial para la promoción de sus productos, pero usa el WhatsApp donde detalla y publica los modelos que confeccionan y así los clientes observan lo nuevo que hay en la tienda. El personal que labora en su negocio no está capacitado para el uso adecuado del comercio electrónico, indica que son personas que tienen edad de 35 a 40 años y sin especialidades del comercio, por lo que informa que desconocen por completo la aplicación del comercio electrónico.

Los procesos que se desarrollan en la microempresa son los adecuados para alcanzar los objetivos trazados de a poco ir ganando espacio en el mercado utilizando el comercio tradicional brindando el servicio de puerta a puerta y dando una buena atención al cliente. Si utilizaría el comercio electrónico en su negocio, conforme a lo que ha leído y se ha informado es muy útil hoy en día el uso de estas herramientas digitales y las redes sociales para la comercialización de productos esto ayudaría a ser más reconocido la microempresa a nivel local y atraer a más clientes. El precio de la ropa y productos es accesible al bolsillo de los consumidores venden a un precio menor y marcas reconocidas, cuentan con una gran variedad para todo tipo de clientes.

Como resultado de la encuesta a empleados se aplicaron un cuestionario de preguntas importantes para dar a conocer los resultados que son:

El comercio electrónico es una estrategia que actualmente está dando muchas oportunidades a los negocios para dar a conocer sus productos y encontrar nuevos mercados, dando como resultado que el 87% del personal desconoce acerca del comercio electrónico y el 17 % que si conoce. Además, el uso del comercio electrónico para el abastecimiento de productos en el local es una alternativa que debería ser usada por los microempresarios comerciales, pero para la microempresa CREACIONES EMANUEL aun no adaptan esta forma de comercio.

Las redes sociales en la actualidad son usadas para la promoción y venta de productos y este a su vez llega alcanzar usuarios fuera de su territorio, según la encuesta realizada la mayoría de los integrantes posee Facebook, una persona Instagram, pero no va dirigido al negocio solo de manera personal. Al explicar en qué consiste el comercio electrónico sobre el uso que se le puede dar y aplicarlo en su negocio, el resultado de esta encuesta con el 81% mencionan que no están capacitados para el uso y manejo del comercio electrónico.

CONCLUSIONES

Mediante el siguiente estudio investigativo se logra deducir que el E-commerce es de gran utilidad en el desarrollo de la microempresa CREACIONES EMANUEL, su implementación beneficiará en la promoción y comercialización de los productos que ofrece permitiendo tener nuevos clientes y nuevos mercados.

En la actualidad el termino E-commerce en la ciudad de Babahoyo es poco conocido por los negocios pequeños, existen empresas dentro de la misma que ya se están abriendo camino en esta nueva tendencia de mercado y se espera que el desarrollo de la misma se lleve de manera progresiva para así lograr tener una mejor acogida a nivel local.

CREACIONES EMANUEL no cuenta con el personal idóneo que se enfoque en la gestión comercial de la empresa y por ello se evidencia que ha existido un bajo rendimiento en el negocio, debido a la falta de gestión por parte de la microempresa en las áreas de comercio electrónico.

Luego de realizar la investigación y la respectiva encuesta se determina que en la microempresa comercial CREACIONES EMANUEL de la ciudad de Babahoyo, no implementan el comercio electrónico debido a su falta de conocimiento del mismo por diferentes factores como preparación académica en primer lugar y posterior porque las personas no saben utilizar esta herramienta muy importante en el desarrollo comercial

Bibliografía

- Camino Mogro, S. B. (09 de Julio de 2019). *Superintendencia de Companias, Valores y Seguros*. Retrieved. Obtenido de Superintendencia de Companias, Valores y Seguros. Retrieved: <https://investigacionyestudios.supercias.gob.ec/wpcontent/uploads/2018/09/Panorama-de-las-MIPYMES-y-Grandes-Empresas-2013>
- Chavez Cruz, G. C. (AGOSTO de 2020). *LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS. CLASIFICACIÓN PARA SU ESTUDIO EN LA CARRERA DE INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA*. Obtenido de LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS. CLASIFICACIÓN PARA SU ESTUDIO EN LA CARRERA DE INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA.
- Eletronico, C. E. (10 de Noviembre de 2019). *Camara Ecuatoriana de Comercio Eletronico. From Universidad Espiritu Santo*. Obtenido de Camara Ecuatoriana de Comercio Eletronico. From Universidad sapiritu Santo: <https://drive.google.com/file/d/1zA1A8R3yq>
- Kenneth Laudon, C. T. (2021). *E-commerce 2021–2022: business. technology. society.*, Global Edition. En C. T. Kenneth Laudon, *E-commerce 2021–2022: business. technology. society.*, Global Edition.
- Lasio, V. &. (2020). *Sostenibilidad en la Mipymes ecuatorianas. Escuela Superior Politécnica del Litoral, ESPAE* . Obtenido de Sostenibilidad en la Mipymes ecuatorianas. Escuela Superior Politécnica del Litoral, ESPAE .
- Laudon, K. (2020). *Sistemas de información Gerencial*. En K. Laudon, *Sistemas de información*

Gerencial. BOSTON : Pearson.

Panorama del Comercio Electronico. (2020). En A. M. Internet, *Panorama del Comercio Electronico* (pág. 17).

Robayo-Botiva, D. M. (2020). El comercio electrónico: concepto, características e importancia en las organizaciones. En M. D. ROBAYO, *El comercio electrónico: concepto, características e importancia en las organizaciones* (pág. 22). BOGOTA.

Serra, L. (2018). COMERCIO ELECTRONICO. En L. Serra.

Duro Limia, S. (2018). *¿Qué es el social commerce y cómo se aplica en las redes?* Obtenido de *¿Qué es el social commerce y cómo se aplica en las redes?:*
<https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/social-commerce>

Ecuador, G. d. (2020). *ESTRATEGIA NACIONAL DE COMERCIO ELECTRONICO*.

Hernández, E. M. (2020). Manual del comercio electronico. En H. E, *Manual del comercio electronico* (pág. 24). Barcelona: Marge Books.

Hoyos, S. &. (2020). Marketing digital como oportunidad de digitalización . *Marketing digital como oportunidad de digitalización* .

Martín, P. (2018). *UNIVERSIDAD DE JAÉN*. Obtenido de UNIVERSIDAD DE JAÉN:
https://idp.ujaen.es/autenticacion/module.php/core/loginuserpass.php?AuthState=_008be8a9333cc203161144e1194cb416efddc56e39%3Ahttps%3A%2F%2Fidp.ujaen.es%2Fautenticacion%2Fsaml2%2Fidp%2FSSOService.php%3Fspentityid%3Dhttps%253A%252F%252Fidp.debiblio.com%252F.

Solís, A. (. (s.f.). *El social commerce desplaza al e-commerce*. Obtenido de El social commerce desplaza al e-commerce.: https://www.economiadigital.es/tecnologia/el-social-commerce-desplaza-al-e-commerce_610379_102.html



ANEXOS

ANEXO 1

Anexo 1: Entrevista aplicada a la propietaria de “Creaciones Emanuel” de la ciudad de Babahoyo

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
(FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA)
CUESTIONARIO DE ENTREVISTA**

TEMA: BENEFICIOS Y APLICACIÓN DEL COMERCIO ELECTRONICO EN LA MICROEMPRESA CREACIONES EMANUEL

Orden	Preguntas	Datos encontrados
1.-	¿Considera usted que el uso de la tecnología es importante dentro de su microempresa?	Es importante para poder vender más ,pero no contamos con personal especializado en esa área o que sepa del manejo de estas nuevas herramientas del comercio.
2.-	¿Cree usted que su empresa está utilizando las estrategias de marketing necesarias para crecer con éxito en el mercado?	La propietaria detalla que es muy importante la aplicación de vender su producto por redes sociales pero debido a la falta de conocimiento no se lleva a cabo un plan de trabajo con estas herramientas , también detalla que no cuenta con equipos electrónicos para llevarlo a cabo.
3.-	¿Dentro de la comercialización del producto considera usted que es importante aplicar nuevos métodos de comercio para mejorar sus ventas ?	Desconoce de nuevos métodos de comercio ella informa que su producto es comercializado de forma tradicional y también indica que hoy en día es muy importante escuchar al consumidor y así poder saber qué es lo que piensa acerca de los productos

4.-	¿Cuáles son las características y los beneficios del producto o servicio?	La propietaria detalla que la calidad de nuestros productos, la variedad que existe y la durabilidad de las prendas es lo que nos diferencia de la competencia.
5.-	¿Posee redes sociales en su local comercial para la promoción de sus productos?	No, Por medio de WhatsApp detalla que publica los modelos que confeccionan y así los clientes observan lo nuevo que hay en la tienda.
6.-	¿Considera usted que el personal que labora en su negocio está capacitado para el uso adecuado del comercio electrónico?	No, porque son personas con una edad de 35 a 40 años y sin especialidades del comercio, por lo que informa que desconocen por completo la aplicación del comercio electrónico.
7.-	¿Cree usted que los procesos que se desarrollan en su microempresa son los adecuados para alcanzar los objetivos trazados?	De a poco ir ganando espacio en el mercado utilizando el comercio tradicional brindando nuestro servicio de puerta a puerta y dando una buena atención al cliente
8.-	¿Usted utilizaría el comercio electrónico en su negocio?	Claro que si conforme a lo que he leído y me he informado es muy útil hoy en día el uso de estas herramientas digitales y las redes sociales para la comercialización de productos esto ayudaría a ser más reconocida a nivel local y atraer a más clientes
9.-	¿En qué aspectos considera que tendría más impacto el comercio electrónico en su negocio?	En la visualización del producto y la comercialización.
10.-	¿Considera usted que el precio de sus productos es accesible al bolsillo de los consumidores?	Considero que si debido a que vendemos a un precio menor a marcas reconocidas , contamos con una gran variedad de productos y accesibles para todo tipo de clientes.

Elaborado por Josué Daniel Cepeda San Lucas

UNIVERSIDAD TECNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACION, FINANZAS E INFORMATICA
ENCUESTA APLICADA AL PERSONAL DE CREACIONES EMANUEL

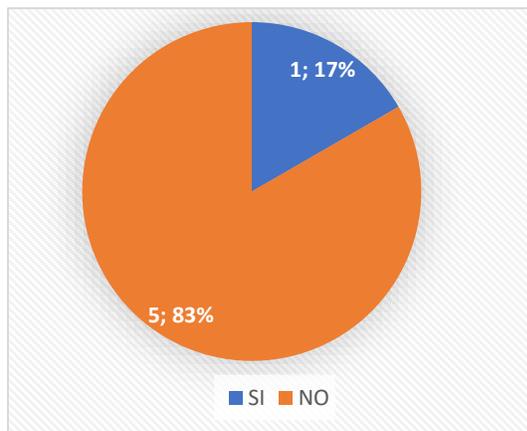
ANEXO #2

RESULTADOS

Pregunta #1 ¿Conoce usted el comercio electrónico?

CATEGORIAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ABSOLUTA PORCENTUAL
SI	1	17%
NO	5	83%
TOTAL	6	100%

GRAFICO N° 1



*Fuente: Encuesta Aplicada A Los Integrantes De La Microempresa
 “Creaciones Emanuel”*

Autor: Josué Daniel Cepeda San Lucas

Interpretación:

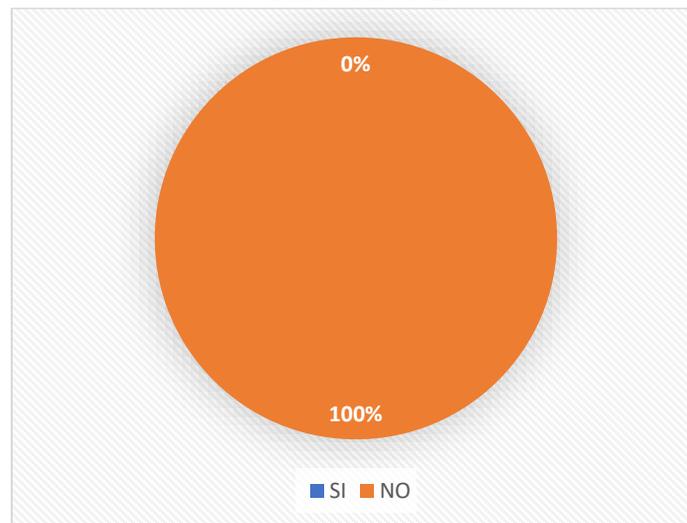
El comercio electrónico es una estrategia que actualmente está dando muchas oportunidades a los negocios para dar a conocer sus productos y encontrar nuevos mercados. El resultado es que el 87% del personal desconoce acerca del comercio electrónico.

UNIVERSIDAD TECNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACION, FINANZAS E INFORMATICA
ENCUESTA APLICADA AL PERSONAL DE CREACIONES EMANUEL

Pregunta #2.- ¿Utiliza el comercio electrónico para suministrar los productos en su microempresa?

CATEGORIAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ABSOLUTA PORCENTUAL
SI	0	0%
NO	6	100%
TOTAL	6	100%

GRAFICO N°2



*Fuente: Encuesta Aplicada A Los Integrantes De La Microempresa
 “Creaciones Emanuel”*

Autor: Josué Daniel Cepeda San Lucas

Interpretación:

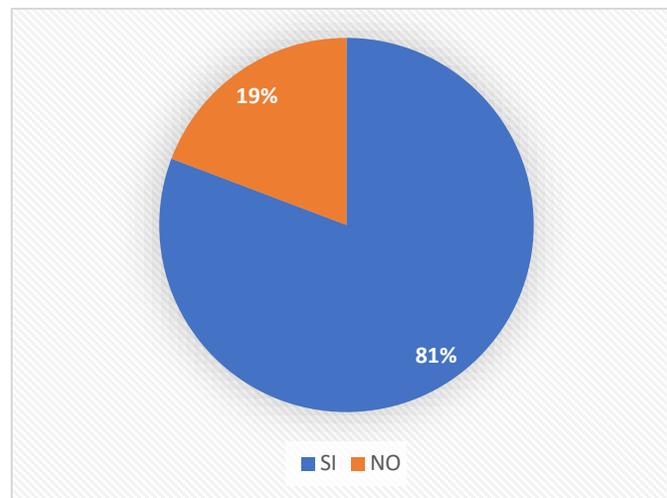
El uso del comercio electrónico para el abastecimiento de productos en el local es una alternativa que debería ser usada por los microempresarios comerciales, pero para la microempresa creaciones Emanuel aun no adaptan esta forma de comercio.

UNIVERSIDAD TECNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACION, FINANZAS E INFORMATICA
ENCUESTA APLICADA AL PERSONAL DE CREACIONES EMANUEL

Pregunta #3.- ¿Considera usted que el personal que labora en su negocio está capacitado para el uso adecuado del comercio electrónico?

CATEGORIAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ABSOLUTA PORCENTUAL
SI	1	19%
NO	5	81%
TOTAL	6	100%

GRAFICO N° 3.



*Fuente: Encuesta Aplicada A Los Integrantes De La Microempresa
 “Creaciones Emanuel”*

Autor: Josué Daniel Cepeda San Lucas

Interpretación:

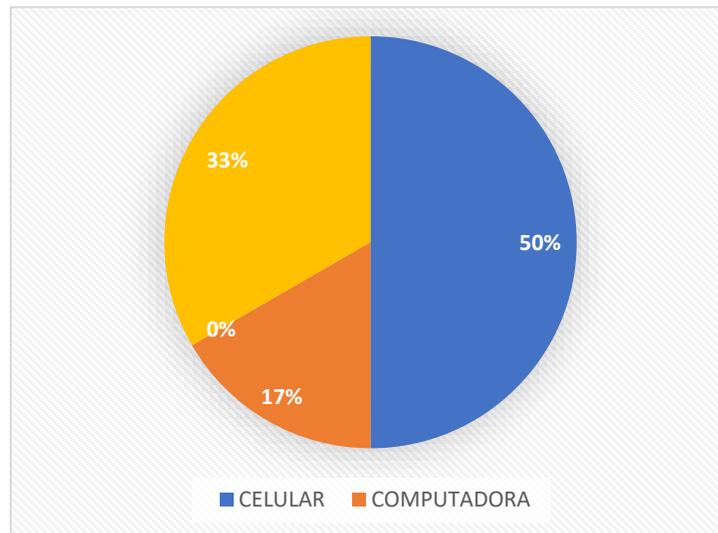
Al explicarle lo que se trata el comercio electrónico del uso que se le puede dar y aplicarlo en su negocio, el resultado de esta encuesta con el 81% mencionan que no ESTAN capacitados para el uso y manejo del comercio electrónico.

UNIVERSIDAD TECNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACION, FINANZAS E INFORMATICA
ENCUESTA APLICADA AL PERSONAL DE CREACIONES EMANUEL

Pregunta #4.- ¿Posee herramientas tecnológicas en su microempresa?

CATEGORIAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ABSOLUTA PORCENTUAL
CELULAR	3	88%
COMPUTADORA	1	4%
TABLET	0	0%
NADA	2	8%
	6	100%

GRAFICO N° 4.



*Fuente: Encuesta Aplicada A Los Integrantes De La Microempresa
 “Creaciones Emanuel”*

Autor: Josué Daniel Cepeda San Lucas

Interpretación:

Los resultados de la encuesta nos indican que un 88% si posee herramientas para llevar el comercio del local a otro nivel vía redes sociales.

ANEXO #3

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO



CERTIFICADO DE ANÁLISIS
magister

BENEFICIOS Y APLICACION DEL COMERCIO ELECTRONICO EN MICROEMPRESA

5%
Similitudes

2%
Texto entre comillas
0% similitudes entre comillas

< 1%
Idioma no reconocido

Nombre del documento: BENEFICIOS Y APLICACION DEL COMERCIO ELECTRONICO.docx

ID del documento: 477702f2061e5d226af0f3abcllc9e0e9a5act2a

Tamaño del documento original: 47,44 kb

Autor: daniel lucas

Depositante: daniel lucas

Fecha de depósito: 28/3/2023

Tipo de carga: url_submision

fecha de fin de análisis: 28/3/2023

Número de palabras: 5522

Número de caracteres: 35.351

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	 revistainvestigacionacademicainfrontera.unlson.mx https://revistainvestigacionacademicainfrontera.unlson.mx/index.php/RDIASF/article/download/372/3...	2%		Palabras idénticas : 2% (132 palabras)
2	 dispace.utb.edu.ec http://dispace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/12976/1/UTB-FAR-COM-000151.pdf?sequence=1 1 fuente similar	1%		Palabras idénticas : 1% (86 palabras)
3	 www.emprendedorinteligente.com > Definición de comercio electrónico según au... https://www.emprendedorinteligente.com/que-es-el-comercio-electronico/	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (22 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	 www.telecomunicaciones.gob.ec https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2021/05/ESTRATEGIA-NACIONAL_ENCE.pdf	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (21 palabras)
2	 www.beetrack.com Comercio electrónico: ventajas, desventajas y tipos https://www.beetrack.com/en/blog/comercio-electronico-ventajas	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (13 palabras)
3	 www.emprendedorinteligente.com > ¿Qué es la estrategia de marketing según au... https://www.emprendedorinteligente.com/que-es-una-estrategia-de-marketing/	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (14 palabras)
4	 www.ine.es https://www.ine.es/prensa/nc_s_2019_2020.pdf	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (10 palabras)

ANEXO #4

CARTA DE AUTORIZACION



CREACIONES
EMANUEL

CARTA DE AUTORIZACION

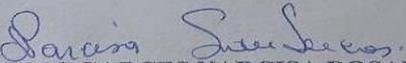
Babahoyo, 29 de marzo del 2023

Yo, **SAN LUCAS GARCES NARCISA ROSARIO** con número de C.I N.º 1203954506 propietaria de CREACIONES EMANUEL de la ciudad de Babahoyo con RUC N.º 1203954506001, por medio de la presente autorizo al Sr. **CEPEDA SAN LUCAS JOSUE DANIEL** con cedula de identidad N.º 1208611457 egresado de la Universidad Técnica de Babahoyo de la carrera de Comercio a realizar su respectivo Estudio de Caso, bajo el tema **“Beneficios y aplicación del comercio electrónico en la microempresa CREACIONES EMANUEL en la ciudad de Babahoyo, periodo 2022”**, el cual es un requisito previo a la obtención del título de Licenciado en Comercio.

La empresa se compromete a entregar cualquier información solicitado por el estudiante para el desarrollo de su investigación, con la condición de tener dicha información bajo confidencialidad.

El interesado puede dar el presente documento el uso que estime conveniente.

Atentamente:


SAN LUCAS GARCES NARCISA ROSARIO
PROPIETARIA DE CREACIONES EMANUEL. BABAHOYO