



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA**

**PROCESO DE TITULACIÓN**

**NOVIEMBRE 2020 – MAYO 2021**

**EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA**

**PRUEBA PRÁCTICA**

**INGENIERIA EN SISTEMA**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN SISTEMA**

**TEMA:**

**ANÁLISIS PARA MEJORAR LA PROMOCIÓN DE LOS PRODUCTOS DE LOS  
COMERCIANTES DE LA CIUDAD DE BABAHOYO UTILIZANDO HERRAMIENTAS  
ONLINE**

**EGRESADO:**

**ALEXANDER ESEQUIEL LARENAS SOJOS**

**TUTOR**

**ING. FREDDY MAXIMILIANO JORDÁN CORDONES**

**AÑO 2021**

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad la globalización ha liberado la necesidad de que las medianas y pequeñas empresas cambien su forma de productividad y competitividad comercial, dentro y fuera de sus fronteras. El mundo ha sido cambiante desde que llegó el internet a nuestras vidas, las empresas han cambiado de manera significativa, así es como actualmente las compras se hacen por medio del computador personal, Tablet e inclusive teléfono móvil, el internet es una estrategia de marketing hoy en día mayormente usada, la misma que se denomina e-commerce.

El uso de las herramientas online se ha manifestado dentro del ámbito comercial, convirtiéndose en un instrumento fundamental y un aliado para atraer nuevos y posibles clientes, los cuales se han inclinado a las compras por internet, obteniendo sus productos desde la comodidad de sus hogares o puestos de trabajo, utilizando más que todo lo que son redes Sociales y aplicaciones web o website. En Ecuador el comercio online se originó en el año 1995, pero su implementación no ha sido ampliamente desarrollada por falta de conocimiento, desde ya varios años las ventas electrónicas han tomado gran fuerza en el país, la actividad comercial ha crecido en gran tamaño, se han implementado las ventas de manera online en este último año mucho más que otros, debido a las circunstancias por las que está pasando el país, es más el mundo entero.

Hoy en día los locales comerciales como los pequeños emprendedores no avanzan y muchas veces tienden a fracasar, esto se debe a que muchas veces sus colaboradores no cuentan con conocimientos de las nuevas tecnologías que más se adaptan a la razón de ser del local comercial. Muchas herramientas tecnológicas como ya se ha mencionado anteriormente son las más utilizadas hoy en día entre ellas las redes Sociales y páginas web, si los dueños de los locales comerciales, así como los pequeños emprendedores, llegan a implementar estos instrumentos tecnológicos, pueden generar un mejor servicio a sus clientes y así aumentar su cartera de posibles clientes, obteniendo mejores ingresos económicos.

El presente caso de estudio tiene como objetivo mejorar la promoción de los productos mediante las herramientas informáticas ONLINE. Esto debido a que las empresas se han quedado detenidas en los modelos antiguos durante los últimos años, y algunas empresas no poseen herramientas digitales.

Mediante la línea de Investigación la cual es Sistemas de información y Comunicación, emprendimiento e Innovación y la Sublínea que es Investigación en Redes y Tecnologías inteligentes de Software y hardware, debido a que este ha cambiado el manejo de la información ayudando a cumplir con los objetivos propuestos, permitiendo mejorar los procesos y así tener ahorros en costos y tiempo.

Para poder mejorar la promoción de los productos de los comerciantes de la ciudad de Babahoyo utilizando herramientas online, nos vamos a enfocar en el tipo de investigación descriptiva – comparativa. La investigación descriptiva ayudara a describir cada una de las herramientas online, desde sus características, ventajas y desventajas de cada una de estas. Mientras que la investigación comparativa nos ayudara a realizar una exhaustiva comparación entre las diferentes herramientas online que existen, estableciendo las semejanzas y similitudes entre cada uno de ellos, permitiéndonos dar a los comerciantes de la ciudad de Babahoyo la herramienta adecuada para su negocio.

Utilizando el método investigativo cualitativo, ya que este nos ayudara, a tener una idea de cómo los comerciantes de Babahoyo están manejando las herramientas online, ayudándonos a entender mejor que es lo que necesita cada comerciante para implementar su tienda online y este no fracase en el intento. La técnica de investigación a emplearse será la Observación, con el objetivo de saber cómo se está desarrollando e implementando el uso de redes sociales y creación de páginas web en los comercios de la ciudad de Babahoyo, los hallazgos mediante esta técnica serán plasmados mediante las fichas de guías de observación.

## DESARROLLO

El marketing ha venido evolucionando con el pasar de los tiempos, ha sido la herramienta principal en lo que se denomina la publicidad, esta toma mayor fuerza en los años 2000 y 2010, permitiendo conocer las expectativas y lo que les interesa a nuestros clientes actuales y potenciales. Según (Bricio Samaniego, Calle Mejia, & Zambrano Paladines, 2018), “En Ecuador el marketing se empezó a implementar en el año 1995, pero su utilización no ha sido desarrollada de manera adecuada por falta de conocimientos, en la actualidad con la presencia de las nuevas TICS, se origina nuevas herramientas tecnológicas, las cuales han ayudado a evolucionar el marketing digital de los tiempos anteaños”, lo que ha logrado mejorar la comunicación con los clientes y fidelizarlos a nuestra marca.

El avance de la tecnología de la información y comunicación en todo el mundo, ha generado que se desarrollen herramientas en línea, que ha permitido que la comunicación e información se transmitan de manera globalizada, mejorando así los canales de comunicación. El internet es un recurso fundamental para las TICS, que ha contribuido al crecimiento de las empresas que se dedican comercializar sus productos usando las herramientas online. Los usos de los Smartphone han permitido el desarrollo de diferentes estrategias dentro de la gestión del marketing y ventas, permitiendo informar los precios, nueva mercadería y promociones que brinda la empresa ya se por épocas del año o aniversario de la misma.

De acuerdo con (Hernández & Hernández, 2020, pág. 112), “El comercio electrónico es una herramienta implantada en todos los ámbitos comerciales. Para optimizar sus recursos y gestionarlo con éxito, las empresas y profesionales deben conocer sus elementos y procesos clave”. El comercio electrónico en Ecuador fue mayormente utilizado a partir del año 2018, esto debido al impacto que genero las nuevas tecnologías en la forma de adquirir productos y servicios, el internet nos ha enseñado nuevas formas de conseguir las cosas y también ha llevado a las empresas a caminar a un ritmo muy distinto al que solían tener, actualmente la ciudad de

Babahoyo el uso de redes están ayudando a los comerciantes a mejorar su capacidad de innovar y a realizar estrategias exitosas, como realizando promociones en línea u otorgando descuentos únicamente a las compras realizadas por este medio.

Sin embargo, en comparación con otras ciudades a los comerciantes de Babahoyo les falta mucho camino por recorrer para darle un buen uso a esta herramienta, debido a que actualmente no cuentan con la orientación adecuada del manejo de herramientas online para mejorar su comercio electrónico llegando así aumentar su cartera de clientes, teniendo un medio de marketing con menor costo a los tradicionales.

Según (Selman, 2017, pág. 4), “ El marketing digital podría definirse como el conjunto estrategias de mercadeo que ocurre en la web (en el mundo online) y que buscan algún tipo de conversión por parte del usuario”. Es por este motivo que muchos negocios han recurrido a esta clase de marketing, debido a que les da una mejor visión de lo que necesitan sus clientes y están a la vanguardia es decir actualizados con este mundo globalizado que cada día más cambiante.

Las medianas, pequeñas empresas, así como los emprendedores han visto el impacto que tienen, han decidido utilizarlas en su estrategia de marketing, debido a su bajo costo y accesibilidad y que estas son muy populares entre las personas, Sin embargo, estas no son las únicas herramientas que existen para poder promocionar los productos. El presente caso de estudio se tiene como objetivo principal analizar y ver cuáles son las mejoras que se pueden implementar para que los comerciantes de la ciudad de Babahoyo puedan promocionar sus productos y así poder tener una mejor competitividad en el mercado.

Las redes sociales digitales (RSD) han revolucionado la forma de comunicarse por internet, las empresas viendo en esta una oportunidad para aumentar su cartera de clientes las están implementando como una nueva herramienta de marketing. De acuerdo con lo expuesto por (Campi Mayorga, 2017), “La llegada de la Web 2.0, permitió que las empresas pudieran implementar el llamado marketing digital”. Hoy en día las redes sociales son el fenómeno

globalmente conocido pero muy poco utilizado, las plataformas más dominadoras en las redes sociales para hacer marketing digital son: Facebook, WhatsApp, Instagram y Twitter, tomando de ejemplo a Facebook que según (Llano, 2020), “Esta herramienta ha alcanzado más de 2,449 millones de usuarios en el mes de enero 2020, indicando que cuando se usa Facebook de forma adecuada en la estrategia de Social Media Marketing, se logra generar un importante tráfico de audiencia de valor para la marca hacia el sitio web, que es donde vendemos”. Es por tal motivo que las empresas viendo la magnitud de personas que visitan o cuentan con un usuario en estas redes sociales, están empezando a explotarla realizando marketing en ellas gracias a que también es una herramienta de bajo costo y muy popular.

A continuación, se va a exponer algunas características que tienen los comercios de la ciudad de Babahoyo en cuanto a la promoción de sus productos de manera online, en este caso vamos a tomar como referencia tres bazares de cosméticos muy conocidos en esta ciudad.

Tabla 1

*Características de tres locales de belleza de la ciudad de Babahoyo a la hora de promover sus productos online*

Local Comercial	Características
Bazar Jenny Beauty	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las redes sociales que utiliza para promocionar sus productos son: Facebook, WhatsApp e Instagram.</li> <li>• No cuentan con portal web.</li> <li>• Los productos no cuentan con sus precios en las publicaciones, solo los beneficios del mismo.</li> <li>• Su nivel de respuesta de alguna inquietud o precio del producto, es rápida.</li> </ul>
Bazar D`Mujeres	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las redes sociales que utiliza para promocionar sus productos son: Facebook, WhatsApp e Instagram.</li> </ul>

- Cuenta con portal web muy bien detallado y carrito de compra.
- Los productos cuentan con precios y beneficios.
- Su nivel de respuesta acerca de la inquietud de algún producto, es rápida.

#### Bazar Rosita

- Utiliza Facebook e Instagram para la promoción de sus productos.
- Los productos no cuentan con sus precios respectivos y beneficios de los mismos.
- En su red social si un posible cliente consulta por el producto, nadie le responde acerca de su inquietud.
- No cuenta con portal web.

---

**Nota.** Fuente: Elaborado por el responsable de la investigación

Como se puede evidenciar en la matriz que antecede, estos comercios aun cuentan con deficiencia en la promoción de sus productos de forma online, uno de ellos es que su nivel de respuesta es lento o muchas veces no contestan el requerimiento del cliente, otra cosa que se pudo notar es que su Instagram carece de seguidores, esto debido a la poca interacción o casi nula promoción de sus productos por este medio, dos de estos locales, no cuentan con un portal web, en que el cliente pueda efectuar su compra directamente desde ahí, permitiéndoles expandirse a nivel nacional, ya que al efectuar ventas por ese medio pueden personas de otras provincias realizar la compra.

Por tal motivo el cliente siente la necesidad de buscar otro local que cuente con esta herramienta online, que satisfaga su necesidad, sin tener que asistir al local físico, ya que muchas veces los clientes que interactúan en la red, lo hacen porque no cuentan con tiempo

suficiente, ya sea por su trabajo o quehaceres en el hogar, para asistir a este de manera presencial, evitando así el contacto con otras personas en este tiempo de pandemia.

Mediante un estudio realizado por la empresa SM digital (Andres Felipe Sierra Vasquez, 2020), se determinaron las siguientes tendencias del marketing digital:

- **Nuevo Capitalismo:** “El mundo ha cambiado y de forma acelerada y el modelo económico ha iniciado un nuevo rumbo”. El capitalismo juega un rol muy importante a la hora de hacer negocio, este ayuda a cumplir el objetivo general de la empresa, la cual no es solo generar beneficio para sí misma, sino también para el público interesado en ella.
- **Feedback Economy:** Esta tendencia es de gran utilidad para los pequeños comerciantes, ya que mediante herramientas digitales podrán conocer las diferentes opiniones que el público tenga, también podrán estar al tanto de las nuevas sugerencias, esto ayudara aumentar sus clientes y al mismo tiempo su cartera de posibles clientes.
- **Smart Content:** Es una tendencia que últimamente tiene mayor impacto, ya que se le presenta al usuario de la red un contenido que a él le interesa visualizar, esto debido a las preferencias que nosotros como usuarios notificamos a la red social que utilizamos.
- **Marketing de Experiencias 2.0:** Las tiendas físicas han implementado nuevas estrategias de marketing para llamar la atención de sus clientes, algunos ejemplos son la Robótica, los pagos ágiles, e-commerce, realidad virtual o aumentada entre muchas otras.
- **Digital Out-of-home Advertising:** Esta tendencia es conocida como las pantallas digitales con contenido interactivo, ayuda a conseguir más consumidor debido a que



contiene más creatividad y mayor interacción con el cliente, es decir mayor impacto en publicidad digital.

De acuerdo con (Rodríguez, 2016, pág. 112), “Las herramientas online son parte importante del trabajo, se trata de usar las herramientas con cabeza, para, de este modo, ahorrar mucho tiempo y optimizar resultados”. Es por esto que este caso de estudio está destinado en cómo pueden los comerciantes de Babahoyo utilizar de manera adecuada y productiva, para así mejorar su servicio teniendo en cuenta cuales son las necesidades y gustos de sus clientes, además tener la oportunidad de atrapar a nuevos clientes, esto con la ayuda y la aplicación de la herramienta adecuada para cada tipo de negocio, ya que no todas estas opciones son compatibles para todos los negocios, por lo que cuando son implementadas de manera inadecuada no son de utilidad para dicho local comercial.

Los emprendedores hoy en día en la ciudad de Babahoyo han ido en aumento y estos son los más propensos a la utilización de redes sociales entre otras herramientas online, debido a su bajo costo y gran acogida con el público en general, permitiéndoles incluso implementar el envío de mercadería a nivel nacional y muchas veces convirtiéndose en proveedores para otras personas que buscan emprender un negocio.

Hoy en día las personas usan diariamente su computador, ya sea en sus hogares o lugares de trabajo, lo que ha ocasionado que la tecnología cause un gran cambio en las empresas, debido a que el internet se ha hecho imprescindible, haciendo que muchos comercios fracasen ya que no cuentan con herramientas digitales que les permita llegar a los clientes e ir creciendo mucho más como negocio. Es debido a esto que los comerciantes de la ciudad de Babahoyo que no han implementado la tecnología en su local comercial presentan los siguientes problemas:

- Nada o poco conocimiento de las grandes oportunidades que trae consigo la implementación de herramientas tecnológicas.
- Piensan que, al invertir en tecnología, su ganancia va a ser menor de lo invertido.

- Creen que implementar el uso de redes sociales, para promocionar sus productos es en vano.
- No cuentan con una persona que tenga el conocimiento adecuado para el manejo de dichas tecnologías, para promover los productos.
- No creen necesario el uso de la tecnología, si cuentan con el local físico.
- Miedo al cambio.

Según (Luis Rubio, 2015, pág. 12), “ La competitividad en las empresas significa la capacidad de competir exitosamente en los mercados dentro de su propio territorio”. Las formas de hacer comercio se encuentran en constantes cambios es por esto que los comerciantes deben estar actualizados de los medios digitales en los que actualmente se puede promocionar sus productos y así promover su marca. Es por esto que deben potencializar, hacer visible y mantener presente su negocio.

Todo esto puede ser posible utilizando las siguientes herramientas como lo son:

**Páginas web.** - las páginas web son de mucha utilidad debido a que se las puede adaptar a cualquier tema o promoción que la empresa necesite proyectar a sus clientes, las páginas web poseen un costo dependiendo para que fines se utilice. A continuación, se detalla las ventajas y desventajas de tener y no una página web.

### **Ventajas**

- Ayuda a mejorar la imagen de la empresa
- Mejora la posición actual del negocio, dándolo a conocer
- Servicio a toda hora 24/7
- Cambia el modelo tradicional de venta
- Mejor comunicación con el cliente

### **Desventajas**

- Pérdida tanto de clientes, como de ventas
- No se aprovecha la publicidad a bajo costo
- Pérdidas, por las ventas que se podría realizar por internet
- No tener conocimiento de los deseos del cliente

Según (HELITESS, 2019), “Las mejores páginas web que más se utilizan en el Ecuador para las ventas online son: Mercado Libre y OLX (Online eXchange)”.

**Motores de búsqueda.** - un motor de búsqueda en el sitio web muchas veces direcciona a los clientes o posibles clientes a nuestra página web, muchas páginas web hoy en día no cuentan con este en la actualidad, los motores de búsqueda son primordial en los negocios por internet, muchas empresas conocidas lo utilizan como Amazon, EBay, spotify entre otros. Algunas ventajas y desventajas de utilizar y no motores de búsqueda.

### **Ventajas**

- Se encuentra más fácil lo que se busca
- Ayuda a conocer mucho mejor los gustos del cliente
- Ayuda a la clasificación por categoría de los productos

### **Desventajas**

- Demoras a la hora de encontrar un producto en específico
- El sitio web sería muy incompleto
- Sin un motor de búsqueda tendremos que buscar entre varias páginas sin éxito de encontrar lo deseado.

**Marketplace.** - es un espacio utilizado para vender o dar a conocer un artículo o producto, esta herramienta la podemos ver mucho en Facebook e Instagram, ya que el vendedor o comerciante ya sea mayorista o minorista, publica su mercadería, llegando a realizar ventas

inclusive a nivel nacional, es decir de Babahoyo poder hacer envíos a cualquier provincia del país.

### **Ventajas**

- Bajo costo y es mucho más cómodo
- Se puede apoyar entre vendedores, si ellos no tienen el producto que desea el cliente, pueden recomendar a otro que sí
- Mejor posicionamiento de tu negocio
- Permite hacer ofertas de productos a mejores precios

### **Desventajas**

- Hay mucha más competencia
- Competitividad de precios
- Es un solo diseño de página para todos los negocios, nada de creatividad para destacar de la competencia
- De la venta realizada se paga un porcentaje

**Contenido.** - estas son más bien videos publicitarios en donde el comerciante promociona su producto, indicando características y precios del mismo, las redes más utilizadas para realizar este tipo de publicidad son YouTube y las más reciente es Tiktok.

### **Ventajas**

- Llega a todas las personas
- Atraen al cliente con su imagen
- No se paga

### **Desventajas**

- A las personas casi no le gusta ver comerciales
- Los medios digitales, están sustituyéndolo
- Para pequeños negocios no resulta usarlo

Las tiendas en línea según (Martín, 2018, pág. 16), “ Es un tipo de comercio que realiza sus operaciones de compraventa a través de una web o de una aplicación para dispositivos móviles, ofreciendo una gran variedad de productos o servicios que se presentan de manera atractiva”. Es por esto que los comerciantes de la ciudad de Babahoyo deben actualizarse y promover sus productos a través de la web, las redes sociales serian una herramienta fundamental para ellos, ya que la mayoría de las personas están inmersas gran parte de su tiempo en ella, y actualmente estas personas están promoviendo la compra online, esto al miedo de estar inmersos en aglomeraciones debido a la pandemia que se enfrenta actualmente, muchos compradores son usuarios activos de las redes sociales y casi el 50% de estos realizan sus compras online.

De acuerdo con (Cataño & Jurado, 2016, pág. 235), “ *Las redes sociales* online son espacios en Internet donde los usuarios pueden crear perfiles y pueden conectar con otros usuarios para crear un red personal”. Las redes sociales están inmersas en la vida cotidiana de casi todas las personas, por lo que es una herramienta que hay que aprovechar al máximo para el comercio, esto es que muchos de los que realizan sus compras online, tras realizarla muchas veces publican un enlace donde indican el producto adquirido y su satisfacción con el negocio donde lo compro, haciendo publicidad indirectamente a nuestro negocio, la finalidad de utilizar las redes sociales debe ser siempre contactarse con nuevos usuarios, esto para darse a conocer y que ellos interactúen, compartan y recomienden nuestro negocio, generando confianza a más usuarios de que la empresa brinda un buen servicio y complace las expectativas de sus clientes. Es por esto que los comercios de la ciudad de Babahoyo deben aprovechar al máximo las herramientas online ya que les ayuda a posesionarse en el mercado digital, ya que contara con una herramienta que le ayude a tener controlado lo que se dice de ella y asimismo saber comentarios y recomendaciones que los usuarios les brinden, pudiendo interactuar con sus clientes, realizar promociones, mostrarles las especificaciones de sus productos y pudiendo

conversar directamente con ellos resolviendo sus dudas acerca del producto que desean adquirir.

Hoy en día en el mercado existen muchas aplicaciones en el que se puede integrar perfiles en las redes sociales, donde se puede implementar a más de una tienda física, hacerla online, pero esto sin olvidar que estas se crean para mantener una relación cercana con los clientes, mas no de vender por vender. A continuación, vamos analizar cuál de las siguientes herramientas que son utilizadas mayormente en Ecuador, será de gran utilidad para que los comerciantes de Babahoyo promocionen sus productos de manera online.

De acuerdo con lo que indica la revista (Hubspot, 2020), y en base a mi criterio personal, se detallan a continuación algunas ventajas y desventajas que poseen las siguientes herramientas digitales.

### **1.- Instagram**

Algunas ventajas que tiene Instagram, es gratis y no hay que invertir mucho, es mejor para los pequeños comerciantes, es muy fácil crear una cuenta en esta red, contiene muchos usuarios que pueden ser tus posibles clientes, cuenta con un sin número de herramientas dentro de esta para poder promocionar tus productos y es mas no necesitas conocimientos mayores para implementar tu negocio.

Sus desventajas, el problema es que esta red es cerrada, esto quiere decir que, si una persona busca un producto que vendas por medio del buscador, por ejemplo, google nunca le aparecerá en los resultados, por lo que puedes perder esa venta, y además es muy limitada y poco ordenada en sus mensajes, por lo que puede ser complicada a la hora de receptar pedidos.

### **2.- Mercado Libre**

Una de las ventajas de esta plataforma es que es muy popular, cuenta con una gran cantidad de usuarios y esto hace que la probabilidad de vender los productos sea mayor, obviamente es

muy fácil de usar, además tiene un plan gratuito que te permite publicar un producto por mes y se puede aprovechar para poner varias fotos de diferentes productos.

Las desventajas de esta plataforma es que son muy altas las tarifas y comisiones que cobran a los vendedores por publicar sus productos en esta plataforma, limitan el número de productos que se puede vender.

### **3.- OLX (Online eXchange)**

Una de sus ventajas es que al igual que mercado libre es gran popular, no requiere que el cliente cree una cuenta para poder realizar la compra y a diferencia de mercado libre este si permite que el vendedor pueda poner su información de contacto para que el comprador se comuniquen directamente con él.

La desventaja de OLX precisamente es su razón de creación, en la mente de las personas esta posesionado que es una plataforma para vender artículos usados.

### **4.- Facebook Marketplace**

Las ventajas son que es gratis publicar los productos, existen millones de personas que utilizan esta red, es muy fácil publicar los productos y te permite ordenarlos por ubicación.

Una de sus desventajas es demasiado lenta a la hora de cargar los productos, lo que ocasiona que usuarios impacientes abandonen la idea de usar esta plataforma.

Según (Tracy, 2015), “Existen varios factores que influyen de forma distinta a la hora de tomar decisiones de compra”. Hoy en día hay muchas cosas que hacen que el comprador prefiera realizar su compra de manera online, una de estas es evitar lo menos posible salir de casa, esto debido a la pandemia que afecta a todo el mundo, este virus ha sido el mayor factor que ha aumentado las ventas en línea, la que ha causado que muchas empresas opten por lo virtual. Es por esto que los comerciantes de la ciudad de Babahoyo no se han quedado atrás y están intentando salvar sus negocios, haciéndolos tiendas virtuales, es por esto que los comerciantes de Babahoyo deben elegir la mejor plataforma para promocionar sus productos,

para que estos destaquen ante el consumidor y satisfaga sus necesidades y así ellos compartan sus opiniones y recomiende el negocio, proporcionando confianza ante los posibles clientes.

Una de las ventajas que ofrecen las tiendas físicas a diferencia de las digitales, es la experiencia social del consumidor en la que este puede ver y tocar los productos en personas. Pero actualmente las personas prefieren estar haciendo cualquier otra actividad en sus casas o trabajos que asistir a una tienda física, esto es debido que mediante una tienda online ellos tienen mayor dominio de lo que desean ya que pueden visualizar el producto, la característica de los mismo y saber la disponibilidad que existe de estos, es por esto que las tiendas físicas de los comerciantes de la ciudad de Babahoyo necesitan mantenerse al día con los cambios tecnológicos y con herramientas que les permita mantenerse en el mercado.

Según (Jacobs, 2017), “las tiendas físicas del futuro tendrán que ser muy diferentes si quieren dar a los consumidores una razón para dejar su ordenador y visitarles”. Los consumidores prefieren realizar compras online ya que tienen una atención personalizada y sin complicaciones, cuenta con precios accesibles y muchas facilidades, es por esto que las expectativas de los clientes están cambiando, enfocándose a las compras en línea.

Si los comerciantes de la ciudad de Babahoyo quieren que sus negocios sean, los negocios del futuro deben combinar el éxito de la experiencia física y las digitales, ya que los consumidores se sienten a gusto utilizando la tecnología en los comercios. Los consumidores prefieren las compras online por la comodidad, el ahorro de tiempo, las ofertas exclusivas que se les ofrece por compras por internet, así como la facilidad de hacer devoluciones.

De acuerdo con Andrés Ávila, marketing manager de Zebra Technologies, “Las tiendas se tienen que concentrar en el ‘aquí y ahora’, ya que el comprador busca conveniencia en términos de encontrar los productos rápidamente y sentirse recompensando en el instante”.

Es por tal motivo que una vez analizada las herramientas digitales que más se utiliza y tomando en cuenta tanto ventajas como desventajas así mismo las características de algunos



comercios de Babahoyo, el presente caso de estudio recomienda a los comerciantes de la Ciudad de Babahoyo.

Que aparte de la tienda física que posean, implementen una tienda online tanto en Facebook como Instagram, debido a que estas dos redes sociales son las que cuentan con un mayor número de usuarios, y son una buena opción para empezar una venta por internet, ayudando así a promover sus productos.

Pero si el negocio ya cuenta con una tienda online y lo que se busca es mejorar las ventas, expandirse a nivel nacional y posesionar el nombre del local comercial por internet, se recomendaría hacer uso de portales web, ya que estos contienen carritos de compra, ayuda al cliente a saber cuánto existe en stock del producto que desee, manteniendo una mejor relación cliente y vendedor. Es por este motivo que los comerciantes de la ciudad de Babahoyo, deben implementar y adaptarse a los cambios que en gran parte fueron ocasionados por Covid-19, Los comerciantes de la ciudad de Babahoyo que puedan aplicar cada una de estas nuevas tecnologías tendrán grandes ventajas competitivas, sobreviviendo a toda esta era tecnológica y serán los negocios del futuro.

## CONCLUSIONES

- Los comerciantes de la ciudad de Babahoyo además de tener la tienda física, no cuentan con su tienda de manera virtual para la mejor comercialización de sus productos.
- El uso de herramientas online, como son las redes sociales son poco explotadas por los comerciantes de la ciudad de Babahoyo, debido a que no conocen los mecanismos apropiados para manejarlas y así sacarles toda la productividad posible para las ventas.
- Los pocos comercios que han implementado la tienda online, les falta conocer cuál es la herramienta adecuada para su negocio y poder expandirse, incluso poder realizar envíos a nivel nacional, y en algún futuro poder ser proveedor para pequeños emprendedores.
- Los comerciantes de la ciudad de Babahoyo, no cuentan con un trabajador, especialmente capacitado y que se centre en el manejo de las redes sociales, promoviendo los productos, atendiendo las inquietudes de los clientes y así mismo receptar los pedidos de este de manera oportuna.
- A los comerciantes de Babahoyo, le convendría usar tanto Facebook para quienes estén empezando las ventas por internet, así como implementar una página web los comercios que ya poseen tienda online.

## Bibliografía

- Andres Felipe Sierra Vasquez. (2020). Tendencias de Marketing. *SM DIGITAL*, 8.
- Bricio Samaniego, K., Calle Mejia, J., & Zambrano Paladines, M. (2018). *El Marketing digital como herramienta en el desempeño laboral en el entorno ecuatoriano*. Guayaquil: Universidad y Sociedad.
- Campi Mayorga, J. A. (2017). *Marketing digital movil como herramienta de e-commerce para la competitividad de la empresa "ACMUEBLES" de la ciudad de Babahoyo*. Babahoyo.
- Cataño, J., & Jurado, S. (2016). *Comercio electrónico*. Mexico: Editex.
- HELITESS. (08 de julio de 2019). *HELITESS*. Obtenido de <https://helitess.com/mejores-paginas-para-vender-por-internet-en-ecuador>
- Hernández, L., & Hernández, E. (2020). *Manual del comercio electrónico*. Barcelona - España: Marge Books.
- Hubspot. (2020). Marketing. *Hubspot*.
- Jacobs, K. (2017). Las compras online cambian las expectativas de los consumidores. *vectoritcgroup*.
- Llano, J. C. (2020). Estadísticas de redes sociales 2020: Usuarios de Facebook, Instagram, YouTube, LinkedIn, Twitter, Tiktok y otros. *Juan Carlos Mejía Llano*.
- Luis Rubio, V. B. (2015). *El poder de la competitividad*. Mexico: D.R, Fondo de Cultura Economica.
- Martín, P. (2018). *Teletrabajo y comercio electrónico*. España: Secretaria General Tecnica - Ministerio de Educacion, Tecnologia y Deporte.
- Rodríguez, A. D. (2016). *Social Media. Herramientas y Estrategias Empresariales*. Madrid: RA-MA EDITORIAL.
- Selman, H. (2017). Marketing Digital. En H. Selman, *Marketing Digital* (pág. 4). Ibukku.

Tracy, B. (2015). *El camino hacia la riqueza: Estrategias de éxito para el emprendedor*.

Estados Unidos: Grupo Nelson.

**ANEXOS**

**ANEXO 1: GUIA DE OBSERVACION APLICADA A LOS LOCALES  
COMERCIALES DE LA CIUDAD DE BABAHOYO.**

**GUIA DE OBSERVACION**

<b>Nombre del local Comercial</b>	Bazar Jenny Beauty
<b>Ciudad</b>	Los Ríos - Babahoyo
<b>Nombre del Observador</b>	Alexander Larenas

**Objetivo:** Analizar y mejorar la promoción de los productos mediante las herramientas informáticas.

Nº	ASPECTO A EVALUAR	SI	NO	TAL VEZ	OBSERVACIONES
1	Posee tienda Física	X			Si posee tienda física está ubicada en la zona central de la ciudad de Babahoyo.
2	Está al tanto de las nuevas tendencias de marketing digital.			X	Tiene el conocimiento de algunas tendencias digitales.
3	Usa alguna Herramienta informática para comercializar su producto.	X			Por ahora usas las redes Sociales como son Facebook, Instagram y WhatsApp.

4	La atención que brinda usando redes Sociales es de buena calidad.	X			El tiempo de respuesta para atender alguna inquietud de sus clientes es de manera rápida.
5	Cuenta con una persona que tenga el conocimiento adecuado en Tecnología.			X	Si tienen conocimiento en los sistemas que el Bazar utiliza.
6	Cuenta con Portal Web de su negocio.		X		Por ahora no cuenta con un portal web el cual sería de mucha ayuda.
7	Sabe que producto o servicio el cliente está interesado.	X			Lleva un control de todos sus productos mediante un sistema.
8	Sabe promover sus productos para así llamar la atención de los posibles cliente.	X			Hace publicaciones de sus producto de manera simultánea en sus redes sociales.

**Nota.** Fuente: Elaborado por el responsable de la investigación

## ANEXO 2: LOS MEDIOS QUE UTILIZAN LAS PERSONAS PARA COMPRAR POR INTERNET

**Ilustración 1:** Dispositivos más usados para la compra.



**Nota. Fuente:** Comercio electrónico en Ecuador por Robert Korntheuer, **Recuperado por:**

<https://seoquito.com/comercio-electronico-en-ecuador/>