



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E**  
**INFORMÁTICA**

**PROCESO DE TITULACIÓN**  
**NOVIEMBRE 2021 – ABRIL 2022**

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

**PRUEBA PRÁCTICA**

**LICENCIADO EN COMERCIO**  
**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO**  
**EN COMERCIO**

**TEMA:**

**MARKETING DIGITAL DE LA EMPRESA NATIVA MEDIOS**  
**IMPRESOS DE LA CIUDAD DE ESMERALDAS**

**EGRESADO:**

**JEAN PIERRE ARIAS CARPIO**

**TUTOR:**

**ING. WASHINGTON PAZMIÑO GAVILÁNEZ**

**AÑO 2022**

## CONTENIDO

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	3
JUSTIFICACION .....	6
Objetivos de estudio.....	7
Objetivo general .....	7
Objetivos específicos.....	7
LINEA DE INVESTIGACION .....	8
MARCO CONCEPTUAL .....	9
MARCO METODOLOGICO.....	21
RESULTADOS.....	22
DISCUSION DE RESULTADOS .....	25
CONCLUSIONES .....	26
RECOMENDACIONES.....	27
BIBLIOGRAFÍA .....	28
ANEXOS .....	31

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La Empresa Nativa Medios Impresos nace como una propuesta de diversificación y ampliación de mercado, sus propietarios residentes esmeraldeños desde hace 12 años y oriundos de otras provincias, en su afán de dar un giro a un negocio familiar deciden cambiar lo que antes conocían como Copias y Copias por Nativa Medios Impresos. Es así que esta empresa da respuesta a las necesidades de diseño e impresión de aquellos publicistas y clientes finales que buscan materiales y acabados de calidad.

La empresa Nativa Medios Impresos de la ciudad de Esmeraldas en el presente año atraviesa una baja comercialización de productos personalizados y de servicios como diseño de imprenta, impresión de materiales para oficina y publicidad en general, a causa de la inseguridad que se suscita en el cantón Esmeraldas. La población urbana de la ciudad de Esmeraldas, está estructurada en su mayoría por microempresas que se dedican a la compra/venta de bienes y servicios de distintas índoles en la que es parte de la actividad comercial la distribución y venta de productos personalizados pero en su mayoría no a nuestros gustos ni necesidades, en los que la demanda requería de procesos menos prudentes, garantizando así altos niveles de rentabilidad en los negocios cuya competencia es escasa en razón a la distancia de los pueblos urbanos y los poblados campesinos.

El presente caso de estudio pretende analizar el Marketing digital de la Empresa Nativa Medios Impresos de la ciudad de Esmeraldas Periodo 2021, para mejorar el proceso comercial y por ende las experiencias y conocimientos de los empleados de la empresa en el ámbito de las ventas, aplicables al marketing a fin de proponer una innovación en los procesos de comercialización como estrategias comerciales direccionadas a optimizar su rentabilidad, que conllevará a una transformación con la posibilidad de ser competitivo ante el mercado local y nacional.

Se observa en los asesores comerciales que cuentan con un conocimiento intelectual muy bajo en relación a la comercialización y caracterización de los productos y servicios personalizados que oferta la empresa Nativa Medios Impresos en la ciudad de Esmeraldas, eso conlleva, a que el personal que labora en aquella compañía tenga carencias al momento de atender adecuadamente a los clientes, siendo visible que el nivel de profesionalismo con el que se atiende a los usuarios es inaceptable dentro de una área en donde la operación comercial fuerte es la publicidad y atención.

Los procesos de ventas y comerciales se encuentran también defectuosos, ya que, se ha podido detectar que no cuenta con estrategias comerciales ni de marketing que permitan desarrollar de mejor manera las operaciones mercantiles del negocio, esto afecta de manera directa a la empresa como también a sus clientes, ya que, no conocen a profundidad los productos y servicios que la organización oferta en el mercado comercial esmeraldeño, motivo por el cual, se promueve un análisis valorativo que permita identificar la situación actual de la empresa.

Uno de los principales problemas que se han podido identificar dentro de la empresa Nativa Medios Impresos es que cuentan con un sistema de marketing tradicional, basado en la publicidad offline cuyos resultados no han sido los esperados por los propietarios del negocio, por el cual, se impulsa a desarrollar los aspectos importantes sobre la importancia de aplicar el marketing digital en las empresas y los beneficios que generan dentro de las operaciones comerciales y económicas de la organización.

La comercialización de productos y servicios de personalización cuenta con una gama grande en adquisición en la ciudad de Esmeraldas, siendo la materia prima de estos productos adquiridos desde diferentes empresas e importadoras tanto de la ciudad de Guayaquil, Quito, Santo Domingo y también importados desde los países de Perú y Colombia; partiendo de esa temática se manifiesta que a causa de los eventos delictivos y de seguridad que se ha

suscitado en la ciudad de Esmeraldas durante el periodo del año 2021, es que se pretende aplicar la utilización del marketing digital como una herramienta de comercialización o un medio de venta por el cual la empresa tendrá un sistema de comunicación interactiva con sus clientes, y de tal manera poder cumplir con la satisfacción de sus necesidades. Por lo cual se plantea la interrogante de poder ¿Determinar los factores que influyen en el uso o aplicación del marketing digital en la empresa Nativa Medios Impresos a causa de la inseguridad de la ciudad de Esmeraldas?

## JUSTIFICACION

Este caso de estudio tiene como parte fundamental analizar la situación comercial que atraviesa la empresa Nativa Medios Impresos de la ciudad de Esmeraldas para diseñar un plan de marketing digital que permita mejorar la comercialización de los productos y servicios que oferta la empresa antes mencionada durante el año 2021. Es así que a través de este tipo de estudio de caso se busca conocer cuán importante es la utilización del marketing digital como una herramienta comercial, que permita optimizar la comercialización de los productos y servicios personalizados que oferta Nativa Medios Impresos en la ciudad de Esmeraldas.

La personalización afecta tanto a los servicios como a los productos que venda cualquier empresa. Un estudio de Deloitte descubrió que los clientes quieren encontrar servicios y productos adaptados a sus exigencias. La buena noticia de esta creciente demanda es que hay muchos clientes que, por ello, están dispuestos a pagar más dinero, un 20% más. Implementando en su negocio la estrategia de ofrecer una experiencia adaptada a cada cliente, podrá aumentar los márgenes de beneficio de forma significativa. Este estudio, llevado a cabo en el Reino Unido, refleja una tendencia que se extiende en Europa, e incluso en el mundo. El estudio de Deloitte concluye que el 50% de los consumidores opinan que un objeto personalizado es un excelente regalo, a un 41% les gusta tener algo único y el 32% confiesan que es divertido diseñar algo uno mismo.

Por lo cual, esa misma muestra asegura que pagaría un 20% más por un artículo de estas características. Y es que un artículo personalizado materializa una emoción, la captura para siempre e involucra al cliente de forma activa en el proceso de fabricación. Mediante la investigación de mercado que se realizará de manera digital se podrá obtener la respuesta de los clientes y consumidores que tienen relación con los productos y servicios de personalización que oferta la empresa, en la que se estima conocer el punto de vista y experiencia de estos clientes.

## **Objetivos de estudio**

### **Objetivo general**

Analizar el Plan Marketing digital de la Empresa Nativa Medios Impresos de la ciudad de Esmeraldas del Periodo 2021, que permita tener un mejoramiento sobre la comercialización de los productos y servicios que oferta la empresa.

### **Objetivos específicos**

- Conceptualizar las partes fundamentales de un plan de marketing digital en relación a la personalización de productos y servicios.
- Realizar un estudio de mercado que permita conocer las necesidades de los clientes.
- Diseñar estrategias que mejoren el plan de marketing digital existente de la empresa.

## **LINEA DE INVESTIGACION**

El siguiente caso de estudio “Marketing digital de la Empresa Nativa Medios Impresos de la ciudad de Esmeraldas”, a través de aquella ejecución se demostrará una evaluación del proceso comercial que se ejecuta en la compañía, cuyo propósito es diseñar un plan basado en el aspecto digital y así poder mejorar la comercialización de los productos y servicios que se oferta a los clientes. Por lo tanto, se ha relacionado a la línea investigativa “Gestión Financiera, administrativa, tributaria, auditoria, control”, ya que es el marco en donde se encuentra la actividad comercial que este negocio realiza permitiendo de esa manera gestionar sus procesos por medio de una valoración y control, teniendo en cuenta que se direcciona a través de la sublínea de investigación de “Marketing y Comercialización.

Se ha determinado que existe una correlación entre la empresa Nativa Medios Impresos y la línea investigativa sobre la Gestión Financiera, administrativa, tributaria, auditoria, control, debido a que es una compañía que se basa específicamente a comercializar productos publicitarios, tributarios y administrativos, ya que a través de este marco investigativo es que se pueden dar un control y análisis determinado sobre su marketing que utiliza, enfocado a la innovación y cambio acorde a las exigencias y necesidades de los clientes y mercado competitivo.

En este caso de estudio se ha enfocado la ejecución basándose en la sublínea de investigación “Marketing y Comercialización” establecida de esa manera por la similitud que existe con la actividad principal con la empresa Nativa Medios Impresos, ya que esta se dedica a ofertar en el mercado comercial de la ciudad de Esmeraldas productos y servicios de publicidad que permiten dar una mejor perspectiva de las empresas y sus artículos que ofrecen a través de regalos a clientes, corporativos, vallas publicitarias y demás, en donde se difunde la información de lo que se ofrece a la ciudadanía, por lo tanto, se plantearan el diseño de un plan de marketing que permita mejorar su economía y rentabilidad.

## **MARCO CONCEPTUAL**

La Empresa Nativa Medios Impresos nace como una propuesta de diversificación y ampliación de mercado, sus propietarios residentes esmeraldeños desde hace 12 años, esta compañía se dedica a las actividades de impresión de posters, gigantografías, catálogos de publicidad, prospectos y otros impresos publicitarios mediante impresión por offset, fotograbación, impresión flexográfica e impresión en otros tipos de prensa, máquinas autocopistas, impresoras estampadoras, etcétera, incluida la impresión, se encuentra registro con el R.U.C. 1715533574001, su representante legal es el Sr. José Miguel Cedeño Macias, esta organización se encuentra ubicada en la ciudad de Esmeraldas calle Olmedo entre Mejía y 10 de agosto, esta organización cuenta con un personal de aproximadamente 9 empleados que laboran al interior.

### **Marketing**

Se denomina marketing al conjunto de estrategias que sirven o son utilizadas para poder crear un producto o servicio en donde se entregue un valor cuyo objetivo es satisfacer las necesidades respectivas de un segmento de mercado, esto se realiza basándose en las caracterizaciones como lo son el producto, precio, publicidad, plaza y distribución. Este se da a través de la identificación de las necesidades y deseos no realizados. En el cual, se puede definir, medir y cuantificar el tamaño del grupo identificado a través de un estudio de mercado. Por lo tanto, es una ciencia que tiene como finalidad, agregar un valor a los productos, servicios o marcas, ya que, de esa manera se puede atribuir una importancia mayor para público, población o clientes objetivos dentro del mercado (Mesquita, 2018).

### **Objetivos del marketing**

El marketing en las empresas cuenta con un objetivo fundamental que es el de aumentar el nivel de ventas sobre un bien o servicio que oferta una compañía. Para que se cumpla dicho parámetro se debe de identificar las formas y técnicas que se utilizarán para ponerle el valor

agregado a un bien específico, como también se tiene que acerca dicho artículo hacia las personas que tienen la necesidad de adquirirlo para satisfacer sus gustos, costumbres e inquietudes. Lo cual, permitirá que la empresa tenga una garantía rentable sobre lo que se pretende comercializar. Otras formas de seguir aportando a este mecanismo es la captación de los consumidores y poder fidelizarlo, esto es factible cuando se llama la atención del usuario a través de publicidad y herramientas que permitan tener toda su atención y predisposición en conocer más sobre lo que se oferta (Ortiz, 2022).

Para que los objetivos que se han planteado dentro del conjunto de estrategias o plan estratégico el departamento de marketing deben de analizar el mercado, ya que, de esa manera, identifica la demanda potencial o existente, se debe de diseñar una ruta a seguir y que eso contribuya a una buena promoción que vaya con aspectos que caractericen al producto o servicio que se va a ofertar. Estas ideas e iniciativas deben estar enmarcadas en los siguientes pilares fundamentales como lo son: el precio, producto, promoción, publicidad, plaza.

### **Marketing digital**

Es un sistema que las empresas utilizan a través de herramientas digitales con la finalidad de hacer más interactiva y dinámica la experiencia del cliente hacia los productos y servicios que ofrecen las empresas. Por lo tanto, se establece como marketing digital al conjunto de plataformas en donde los consumidores pueden conocer más detalles acerca de las caracterizaciones de los productos o servicios que desean adquirir. Mas claro son un conglomerado de actividades que las organizaciones realizan para dar a conocer, promover y vender productos y servicios por internet (Salas & Luna, 2018).

Por lo tanto, se establece que el Marketing digital es un plan de negocios en línea que sirve para que las empresas u organizaciones puedan llegar de mejor forma a los consumidores y convertirlos en clientes. Es un proceso que en tiempo dura mediano y largo plazo, lo cual,

se encuentra basado en el cumplimiento de metas y objetivos que se han establecido para que el marketing a través de sus plataformas y paginas pueda dar a conocer a los clientes potenciales sobre los productos y servicios que ofrecen las empresas, como también se puede crear una tienda en línea, la cual, funciona a través del uso de varias prácticas para dirigir a los clientes a un negocio en línea e incrementar la popularidad de los productos y marcas que esta comercializa. Es así que, para atraer clientes utiliza las redes sociales, campañas de correo, contenido digital, y más para llegar a llamar la atención de dichos clientes (ECWID, 2020).

### **Beneficios del marketing digital**

Todos los tipos de marketing cuentan con beneficios que les permiten alcanzar los objetivos que se plantea la organización, por ende el marketing digital cuenta con aquellos que son: se da la interactividad cuando se da una conexión comercial entre el vendedor que representa a la empresa con el cliente a través de las redes sociales o plataformas establecidas para el comercio de los productos o servicios que aquella oferta, como también se da el análisis y medición que permiten valorar la información y capacidad que se puede comercializar al usuario, se da también un mayor alcance a la audiencia meta, eso conlleva, a que se podrá tener la posibilidad de poder llegar a más usuarios por el mismo canal, se brinda una personalización y precisión bajo parámetros y aspectos que llamen la atención de los clientes potenciales (Pecanha, 2019).

### **Importancia del marketing digital**

Se ha notado que existe un incremento de la competencia en los mercados locales, nacionales e internacionales, el nivel de competitividad entre las organizaciones pequeñas, medianas y grandes ha tenido un margen de crecimiento, como también se ha observado que han surgido cambios en el comportamiento de los consumidores en cuanto a sus compras, ya que han optado por la utilización del marketing digital como la herramienta que cumple con

las exigencias y necesidades del mundo y mercado actual. Por lo tanto, se detecta la importancia de este tipo de marketing, ya que, invita a clientes, consumidores y población en general a que adopten este tipo de mecanismo para poder optimizar los diferentes recursos y promueve a que exista un mayor interés al fijarse en la marca, producto, precio, etc (Nuñez, 2019).

### **Estrategias del marketing digital**

Las estrategias de marketing digital son un conjunto de ideas, actividades y también es una combinación de acciones que se aplican para llamar la atención de los clientes actuales y potenciales a través de la promoción de los productos y servicios que una empresa oferta, pero el caso es que pasa de ser tradicional y estática a ser un comercio electrónico, en donde se da una interacción más dinámica entre la organización y los usuarios, las cuales permitirán el cumplimiento de ciertos objetivos determinados previamente. Por lo tanto, se deben de tomar en cuenta aspectos como la valoración del mercado, competencia, estudiar los recursos que se utilizaran para implementar este mecanismo y por sobre todo las metas que se desea alcanzar (UNIR, 2022). A continuación, se explicará de manera breve las diferentes estrategias que existen en el ámbito del marketing digital.

Posicionamiento en buscadores: es un tipo de estrategias que permite optimizar los buscadores y trata de presentarte de manera dinámicas los motores de búsqueda más usados y comunes con la finalidad de poder tener diversidad de productos, servicios, maras o empresas a las cuales podemos estudiar y a su vez adquirir lo que vaya acorde a nuestra necesidad. Los más comunes son Google, Bing o yahoo; El marketing de contenidos es otra de las tipologías estratégicas del marketing digital que busca la atracción de los clientes a través de la implementación de diseños de contenidos leads que tendrán como finalidad ayudar a las personas a tener una información sobre algún producto o artículo determinado que desea comprar.

Email marketing: es uno de los tipos cuya técnica se basa en los envíos de mensajes a través de emails o correos electrónicos, que cuentan con información importante sobre los productos, servicios, ofertas, promociones y demás aspectos estratégicos del marketing con la finalidad de llamar su atención y que pueda motivarse a adquirir algo que vaya acorde a sus necesidades o gustos. Tenemos también lo que es el Marketing en redes sociales, este consiste en que las empresas utilizan las plataformas o redes sociales para fomentar e impulsar campañas publicitarias con el objetivo de poder atraer más cliente a través de una excelente imagen, eslogan, logotipo que le brinde confianza y garantía al cliente potencial y así buscar la fidelización de aquellos de los que son consumidores rutinarios.

### **Departamento de Marketing**

El departamento de marketing dentro de las organizaciones son los que se encargan de poder atraer a los clientes potenciales a través de la aplicación estratégica basada en publicidades en donde plasman todas las características del bien o servicio y de esa manera llamar su atención, lo cual, permitirá crear una percepción sobre la marca o tipo de artículo que la compañía ofrece en el mercado. Esta área cuenta con funciones específicas como realizar una investigación de mercado, identificar y entender las necesidades de los clientes, posicionar la marca, el producto y a la empresa en el mercado, administrar sus resultados, desarrollar estrategias de precios, publicidad, promoción, plaza, apoyar al proceso de ventas, monitorear las tendencias, dar vigilancia a la competencia y por sobre todo saber manejar experimentalmente al cliente (Acuña, 2022).

### **Investigación de Mercado**

La investigación de mercado es la parte fundamental dentro de una planificación organizacional y comercial, ya que, es una técnica que permite recopilar información y datos con el propósito de interpretarlos, analizar y evaluarlos para poder tomar las decisiones adecuada basándose en las matrices informativas desarrolladas, cuyo fin es satisfacer las

necesidades del consumidor. Por lo tanto, se aplica este tipo de investigación cuando la organización pretende detectar las necesidades de los usuarios que visitan sus negocios y de esa forma, poder crear estrategias que permitan brindar seguridad, garantía y calidad sobre lo que está ofertando la empresa. Teniendo muy en cuenta que esta se ejecuta por fases que son: diseño de la investigación, obtención de información, tratamiento y análisis de datos, interpretación y presentación de los resultados (Nuño, 2018).

El diseño de la investigación trata de plantear la forma en que se pretende investigación un fenómeno, hecho o causa, a través de la obtención de información se puede contar con una base teórica fundamentada que permita tener una perspectiva real sobre lo que se va a realizar, con el tratamiento y análisis de datos se podrá procesar lo que se obtuvo con la finalidad de extraer soluciones o conclusiones y por último con la interpretación se podrá elaborar un informe resumido sobre lo que se ha detectado, con el propósito de que futuros investigadores cuenten con un respaldo en donde sea de fácil entendimiento y comprensión.

### **Comportamiento del Consumidor**

Es el estudio que se aplica al comportamiento que tiene el consumidor durante el proceso de compra, que se relaciona específicamente en identificar las necesidades a través de la observación, utilizar las herramientas y mecanismos posibles para poder detectar que producto o servicio va acorde a su inquietud o exigencia, finalizando con la valoración del bien que va adquirir, ya que, se siente seguro y satisfecho en que podrá complacerse a sí mismo. Por lo tanto, se enfoca en las diferentes formas que el cliente utiliza para poder tomar una decisión en cuanto a lo que desea adquirir, teniendo en cuenta los factores de tiempo, dinero y esfuerzo, ya que, según sus comportamientos se los puede definir (Escalante Flores, 2017).

## **Análisis de mercado**

Para Vicent Ferrer (2021) “El análisis de mercado es el inicio y los cimientos previos de cualquier estrategia de Marketing”, cuyo propósito es obtener información importante para poder terminar el posicionamiento de los productos, marca o empresa dentro del mercado, como también poder identificar las características más relevantes entre la oferta y la demanda, poder segmentar el público, ya que de esa manera, se podrá establecer las diferentes estrategias, metas y objetivos con la finalidad de poder captar y estratificar a los clientes según sus gustos, factores económicos y estrato social, aplicando de manera continua un análisis sobre los precios, ya que, es el camino para poder determinar si es factible utilizar posibles canales de distribución y comercialización en otros lugares.

El principal objetivo de un análisis de mercado es validar la rentabilidad económica y organizacional de las empresas, ya que, de esa manera, se demuestra cuan viable es maximizar la actividad de la compañía para así obtener beneficios e ingresos que permita un crecimiento en las ventas y utilidades de la compañía. Por lo tanto, este análisis se representa como una iniciativa de marketing, lo cual, se encargará de recolectar y analizar la información relacionada a la competencia, proveeduría y por ende a los clientes tanto actuales como potenciales.

## **Segmentación de mercado**

Se denomina segmentación de mercado, al sistema por el cual se busca agrupar usuarios, clientes, proveedores, marcas o productos dependiendo sus características que fueron desarrolladas con un único propósito, que es satisfacer la necesidad de los consumidores, por lo tanto, se la determina como una herramienta estratégica que utilizan las empresas para identificar las necesidades, el comportamiento y los grupos de estratos sociales y económicos, ya que de esa manera, se podrá determinar los bienes o servicios que serán ofertados según sus identidades (Foullon, 2020).

De tal forma, que se determina que todo usuario, cliente o demás sustantivos importantes en el ámbito comercial se pueden segmentar, con la finalidad de poder analizar los entornos en donde se desarrollan, que, a su vez, permitan que a través de un nuevo producto que se acople a sus gustos y preferencias logre un crecimiento óptimo y una rentabilidad favorable, para un mejor funcionamiento y desarrollo de la organización. Ya que, el propósito de la segmentación es entender mejor a sus usuarios y obtener datos procesables para mejorar su experiencia durante el proceso de compra.

### **Posicionamiento de Mercado**

El posicionamiento de mercado es un mecanismo que las empresas suelen utilizar para identificar y conocer cómo va el crecimiento de la organización en base a la actividad comercial que realiza, para poder tener conocimiento sobre la situación de posición de la compañía se debe de evaluar el tipo de productos, servicios y estrategias que han aplicado cuyo beneficiario directo son los clientes, por lo cual, dependerá de las ventajas competitivas con las que cuente cada organización dentro del mercado comercial para poder mantener un equilibrio sobre los demás competidores (Coll Morales, 2020).

### **¿Como posicionarse?**

Para poder establecer los parámetros de como posicionarse se debe de contar primeramente con un análisis sobre la organización y lo que ofrece a sus cliente, ya que, de esos datos se podrá valorizar y establecer un mecanismo en donde se apliquen estrategias, se determines metas y objetivos en un determinado tiempo, y de esa forma, realizarlo de manera continua a través de un control adecuado, cuyo propósito será enmendar y corregir los vacíos errores identificados durante la implementación de lo planteado, de tal manera, que estos parámetros tendrán que estar direccionados hacia el producto, precio, publicidad, promoción, investigación de mercado y por sobre todo un presupuesto, ya que sin recursos lo planificado no sería posible (Santos, 2020).

## **Comercio Electrónico**

El comercio electrónico es una actividad conjunta, en donde se realiza la compra o venta de producto y servicio a través de medios o plataformas digitales, que permiten optimizar tiempo, espacio, dinero y capacidad de atención. Es así, que esto constituye como una forma innovadora de poder realizar las actividades comerciales de las empresas. De tal modo, que sus operaciones y transacciones económicas sea realizan todos los días sin importar la hora, teniendo una dificultad muy visible la interferencia o limitación del sistema de internet, ya que, sin este servicio no se podría llevar a cabo con normalidad aquellas actividades (Carazo, 2017).

Por lo tanto, se ha identificado que el comercio electrónico cuenta con mucha ventajas y beneficios, lo cual, les permite tener a un acceso mas globalizado y de esa manera poder expandir su mercado objetivo, como también se dan reducciones de costos y gastos que están amparados dentro de las operaciones de un comercio tradicional como lo es el transporte, elaboración, distribución y demás, permitiendo de esa manera tener gran potencial de poder ampliar la gama de producto y servicios que se oferta a los clientes dentro del mercado comercial.

### **Tipos de comercio electrónico**

El comercio electrónico dentro del ámbito comercial, administrativo y financiero cuenta con una tipología determinada, lo cual, presenta una diversidad de necesidades, herramientas y metodologías comerciales que permiten que el cliente y las empresas se adapten a este mecanismo, ya que, el objetivo común del comercio sigue siendo el mismo, como es de satisfacer las necesidades de los clientes a través de la obtención de ingresos en ventas y obtener buenas utilidades. Por lo cual, existen 5 tipos de comercio que son: B2B, B2C, B2E, C2C y por último el G2C (Pierce, 2018).

El comercio B2B es aquel que se ejecuta a través de una transacción comercial entre las empresas que solamente operación digitalmente, siguiendo con el B2C que es aquel tipo de comercio que lleva a cabo la comercialización entre las compañías y un cliente que adquiere el producto o servicio por medio de internet, el B2E es aquel en donde se dan las relaciones comerciales entre la empresa y sus empleados, con la finalidad de que el desempeño y desarrollo de su personal tenga un crecimiento favorable, el C2C se ejecuta cuando entre un consumidor y otro realiza una transacciones comercial y por ultimo el G2C es aquel en donde los usuarios o clientes pagan servicios de empresas públicas estatales sobre lo consumido por medio virtual.

### **Comercio electrónico (eCommerce): métodos de pago**

Todos los tipos de comercio locales, nacionales e internacionales cuentan con las mismas formas y métodos de pago, sin embargo, se trata a continuación los métodos que son utilizados por la comercialización electrónica que se da en el ámbito comercial y competitivo, ya que, es el mecanismo por el cual, se puede efectuar los cobros a los clientes que han adquirido un bien o servicio en las organizaciones y estos son: tarjetas de crédito y débito, PayPal, pago a través de aplicaciones móviles, financiación a plazo (De Pedro, 2018)”

**Tarjetas de crédito y débito:** son una forma de pago que se realiza por medio de pasarelas de pago, ósea que cuentan con ranuras de codificaciones que al pasarla por el lector identifica y reconoce los datos específicos del cliente y así proceder a ejecutar la transacción de pago, siguiendo con PayPal que es considerada como uno de los medios más seguros, confiables y sofisticados en referencia a las transacciones comerciales y económicas de manera virtual, se la denomina como una billetera virtual, ya que, es la única aplicación que cuenta con más datos a diferencia de las demás formas de pago.

**Pago con el móvil:** a través de esta forma de pago, se pueden cancelar o realizar las transacciones en las aplicaciones que existen según su proveedor de pago, mostrando unas

que otras, la confiabilidad necesaria para ejecutar dicha acción, como también se tiene a la **Financiación a plazos:** esto es un mecanismo por el cual el deudor puede fraccionar el valor total en diferente cuotas, prácticamente es denominada como una facilidad de pago, ya que, se evita pagar el cliente montos altos que conlleve a un atrasado por no poder cubrir dichos valores.

**Transferencias bancarias:** son una forma de pagos que se utiliza a través de un dispositivo móvil o de escritorio pero tiene un defecto que se dan caídas del sistema, como también demora en transacciones que son de un banco a otro y por último se tiene a las que son contra reembolso, esto se aplica en las compras y adquisición de los productos, cabe mencionar, que es la forma más riesgosa en la que se puede ver envuelto el cliente, ya que, suelen ser objetos de cambios repentinos y por ende deben de cubrir costos no establecidos al inicio de la operación.

### **Servicio de Atención al cliente**

El servicio de atención al cliente se ejecuta cuando se busca brindar al consumidor toda la información necesaria de cada producto y sus características, como utilizarlo, en que ocasiones se debe de adquirir y los precios acordes a cada producto según su marca, su forma y su detalle, teniendo en cuenta que se aplica un debido asesoramiento cuando el cliente o consumidor no tiene fijado un artículo para la satisfacción de su necesidad, para eso existe, un personal adecuadamente capacitado el cual, pueda despejar todas las dudas e inquietudes sobre lo que desea adquirir el usuario (Moreno, 2021).

Las ventajas de ofrecer un servicio de atención satisfactorio son las siguientes:

Aumenta el lifetime value de tus clientes; Promueve la captación de leads de calidad; Reduce las devoluciones; Mejora la reputación; Refuerza la satisfacción del cliente; Acelera el ciclo de venta; Ahorra dinero en devoluciones y también ayuda a la diferenciación ante los competidores (Bengochea, 2022).

## **Fuentes de ingreso**

Las fuentes de ingreso son parte fundamental para el desarrollo de la operación comercial de las empresas, lo cual, parten de un análisis e identificación sobre los productos o servicios que servirán para el mercado objetivo, que es aquel que va a adquirir lo que ofrece la compañía. Por lo tanto, estas fuentes varían dependiendo la actividad u operación a la que se dedican, sea esta de bienes o servicios. Las diversas fuentes de ingresos de tu negocio pueden tener un método diferente para la fijación de precios. Por lo cual, se debe tener en cuenta y bien establecido en una matriz las recomendaciones de financiamiento a lo que estas expuesto, ya que, se podría evitar algún motivo que provoque la quiebra del negocio (Zambrano, 2022).

En base a la actividad comercial de la empresa Nativa Medios Impresos se determina que bajo la venta de los productos personalizados es su primera fuente de ingresos, ya que le permite captar el bien económico por la entrega del artículo adquirido por los clientes y/o consumidores que están satisfaciendo sus necesidades y como segunda fuente el diseño de personalización, ya que, es un servicio que los usuarios piden o adquieren para ocasiones específicas, dejando en claro que al momento de que el cliente compra un producto para personalizar se ejecuta un combo o una venta conjunta en donde actúan a la vez el producto y servicio, de esta manera tendrían estas dos eventualidades precios diferentes de acuerdo a lo que deseen satisfacer dichos clientes.

## MARCO METODOLOGICO

Los métodos que serán utilizados durante la ejecución del presente caso de estudio que está basado en el marketing digital de la empresa Nativa Medios Impresos, son los que permitirán recolectar la información requerida para alcanzar los objetivos sobre el análisis del plan y a su vez presentar posibles soluciones para mejorar su desarrollo empresarial y estos son: el exploratorio permitirá identificar los factores y aspectos fundamentales del problema en estudio, siguiendo un proceso correspondiente para poder elaborar la investigación de mercado que se busca cumplir, como también el analítico que permitirá analizar y comprender los datos que se obtendrán mediante la encuesta y entrevista a realizar al gerente y personal de la empresa.

Unas de las técnicas que se utilizara es la de tipo documental digital porque a través de ella se recopilara y se transcribirá la información que reposa en espacios investigativos, repositorios, revistas y demás sitios científicos relacionados al ámbito del marketing digital. Como también se aplicará la técnica de campo virtual ya que es necesario obtener datos correspondientes a que se pretende aplicar en la organización, ya que, de esa manera, se puede valorizar y determina cuan factible son los procesos internos basados en el marketing digital.

La problemática presentada será direccionada y estudiada sobre el marketing digital como herramienta sobre los productos y servicios personalizados que ofrece la empresa Nativa Medios Impresos a los clientes de la ciudad de Esmeraldas. Por lo cual, la entrevista será aplicada al gerente de la empresa y la encuesta a las 9 personas que laboran en dicha organización y así poder conocer la situación actual de la empresa y corroborar las falencias identificadas en el presente caso de estudio.

## RESULTADOS

**Tabla 1**

**Resultados de la entrevista realizada al gerente de la empresa Nativa Medios Impresos.**

Orden	Pregunta	Datos Relevantes Encontrados
1	<b>¿Durante su gestión administrativa como ha llevado a cabo sus funciones?</b>	He llevado de una manera muy adecuada y eficaz hasta donde puedo expresar.
2	<b>¿Tiene usted conocimiento sobre el marketing tradicional o digital?</b>	Tengo conocimiento sobre aspectos técnicos en operación de máquinas, sin embargo, cuento con una persona asignada a esa tarea.
3	<b>¿Cree usted que ha cumplido a cabalidad las metas y objetivos que ha planteado en su empresa?</b>	Considero que no se ha podido cumplir al 100%, ya que el factor crisis e inseguridad son los que han afectado los ingresos e ventas.
4	<b>¿Considera usted que su equipo de trabajo cuenta con conocimientos a marketing y estrategias?</b>	De las 9 personas que laboran solamente 1 cuenta con ese conocimiento, los demás son diseñadores y técnicos.
5	<b>¿Cree usted que la empresa cuenta con estrategias debidamente adecuadas que van acorde a la necesidad de sus clientes?</b>	Considero que no se ha efectuado cambios en base a las estrategias por motivos de factor crisis e inseguridad, ya que, no es factible actualmente asumir esos costos.
6	<b>¿Considera usted su entorno competitivo cuenta con mejor tecnología que usted?</b>	Considero que no, todos han tenido la capacidad tecnológica, lo malo, es que ellos pagan servicios a técnicos sin embargo yo lo soy y reparo mis máquinas.
7	<b>¿Conoce usted la situación actual que atraviesa la empresa?</b>	La empresa actualmente se encuentra superándose de la crisis local, nacional como también de la inseguridad.
8	<b>¿Considera usted que el marketing digital es una estrategia factible para implementar en su negocio?</b>	Con la experiencia que tengo considero que es factible, pero con la situación actual, me he limitado hacer ese tipo de cambios.

*Fuente: Entrevista realizada al gerente de la empresa Nativa Medios Impresos.*

*Elaborado por: Jean Pierre Arias Carpio*

**Tabla 2****Resultados de las encuestas que se realizaron al personal de Nativa Medios Impresos**

¿Considera usted que es importante la aplicación e innovación del marketing tradicional que con el que cuenta la empresa por el marketing digital?

Opciones	Frecuencias	Porcentaje
Muy importante	5	56%
Importante	1	11%
Indeciso	1	11%
Poco importante	1	11%
Nada importante	1	11%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuesta aplicada a los empleados de la empresa Nativa Medios Impresos.

*Elaborado por:* Jean Pierre Arias Carpio

**Tabla 3**

¿Cree usted que la empresa se encuentra bien posicionada en la ciudad de Esmeraldas?

Opciones	Frecuencias	Porcentaje
Muy de acuerdo	3	34%
De acuerdo	2	22%
Poco de acuerdo	2	22%
En desacuerdo	2	22%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuesta aplicada a los empleados de la empresa Nativa Medios Impresos.

*Elaborado por:* Jean Pierre Arias Carpio

**Tabla 3**

¿Cree que sería importante que se apliquen estrategias comerciales y de marketing para que mejore el proceso comercial de la empresa?

<b>Opciones</b>	<b>Frecuencias</b>	<b>Porcentaje</b>
Muy importante	6	67%
Importante	1	11%
Poca importante	1	11%
Nada importante	1	11%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuesta aplicada a los empleados de la empresa Nativa Medios Impresos.

*Elaborado por:* Jean Pierre Arias Carpio

## DISCUSION DE RESULTADOS

Según los aspectos teóricos que se han fundamentado en el presente caso de estudio, se corrobora, que existe un nivel de significancia, ya que los datos e información obtenida a través de las encuestas han arrojado una aceptabilidad por parte de la empresa, en reconocer, que existen falencias dentro de sus procesos, los cuales, deben de ser analizados, sustituidos para poder mejorar la situación económica, comercial y competitiva de la empresa Nativa Medios Impresos.

Se evidencia que determina el personal que labora en la empresa Nativa Medios Impresos sobre la iniciativa de cambiar el marketing tradicional por uno digital, cuyo objetivo es mejorar el funcionamiento de la compañía, en donde, se refleja un nivel de aceptación con el 56% que manifiestan de importante, observando también que existe una similitud porcentual entre los segmentos que establecen de importante, indecisos, poco importante y nada importante en un 11% cada uno.

Se evidencia que el personal que labora en la empresa Nativa Medios Impresos han determinado sobre la iniciativa de sí que la compañía se encuentra bien posicionada han reflejado los siguiente: con el 34% tenemos a los que expresan estar muy de acuerdo con lo propuesto, observando también que existe una similitud porcentual entre los segmentos que establecen estar de acuerdo, poco de acuerdo y nada de acuerdo con lo que se ha manifestado siendo estos un 22% que arrojo cada uno.

Se evidencia el personal que labora en la empresa Nativa Medios Impresos han determinado sobre la aplicación de estrategias comerciales y de marketing para que mejore el proceso comercial de la empresa han reflejado los siguiente: con el 67% tenemos a los que expresan que es muy importante aplicar lo mencionado, observando también que existe una similitud porcentual entre los segmentos que establecen de importante, poco importante y nada importante lo que se ha propuesto con un 22% que arrojo cada uno.

## CONCLUSIONES

El presente caso de estudio se encuentra basado en el marketing digital de la empresa Nativa Medios Impresos de la ciudad de Esmeraldas, el cual, ha permitido analizar su sistema de marketing que se aplicó durante el periodo 2021, de esa manera, se ha identificado los aspectos fundamentales que se relación con el tema, con la finalidad de mejorar la comercialización de los productos y servicios que esta empresa oferta, cuyo resultado puede utilizarse como base fundamentada de la investigación.

Por lo tanto, se llevó a cabo la conceptualización necesaria sobre las partes fundamentales del plan de marketing digital que se encuentran relacionados con los productos y servicios personalizados que son la actividad operacional de la empresa Nativa Medios Impresos, por lo cual, este segmento permitió que se establezcan los parámetros correspondientes del estudio de caso, en el que se puede tener un enfoque más profundo, y eso permitirá trabajar de manera mancomunada en el mejoramiento de los procesos que van de la mano con el marketing en la organización.

Conforme al estudio realizado y con los datos obtenidos se demuestra que según el análisis del Plan Marketing digital de la Empresa Nativa Medios Impresos de la ciudad de Esmeraldas del Periodo 2021 es factibilidad, por lo cual, se cumplirá en la finalidad establecida en el objetivo del caso que es mejorar la comercialización y productos que oferta la empresa antes mencionada, teniendo como único propósito de que se satisfaga las necesidades e inquietudes de los clientes, conllevando que a través de un excelente servicio, asesoramiento y producto de calidad este se fidelice con aquella compañía.

## **RECOMENDACIONES**

Se recomienda a la empresa Nativa Medios Impresos de la ciudad de Esmeraldas que aplique el debido análisis que se llevó a cabo en su compañía para poder identificar los problemas que se relacionan con el sistema de marketing con el que cuentan en la actualidad, lo cual, es parte importante para que se dé un cambio e innovación de los procedimientos comerciales direccionados hacia la digitalización que es el motor del mundo comercial globalizado del siglo XXI, de tal forma, se pueda mejorar la comercialización de los productos y servicios que esta empresa oferta, cuyo resultado puede utilizarse como base fundamentada de la investigación.

Otros de los puntos importantes que se recomienda a la empresa es que establezcan un conglomerado de aspectos que se relacionen con la comercialización de productos y servicio personalizados a través de un marketing digital y de esa manera poder fundamentar teóricamente sus propósitos, importancias y objetivos, con la finalidad de poder planificar un plan estratégico basado en el marketing globalizado y de esa manera hacer de la empresa un establecimiento competitivo y capaz de brindar las mejores satisfacciones al cliente en base a sus bienes o servicios que adquiere.

Por último, se recomienda que la empresa Nativa Medios Impresos establezca un presupuesto o análisis financiero con el cual, se pueda cubrir los rubros que se relacionan con el marketing digital que se promueve en el caso de estudio, de esa manera, se podrá tener un marco económico sustentado en un estudio analítico que permitió identificar los problemas que se presentaron durante el periodo 2021, con la finalidad de poder brindar más seguridad y garantía sobre los productos y servicios que el cliente adquiere en la organización.

## BIBLIOGRAFÍA

(15 de Febrero de 2021). Recuperado el 20 de Junio de 2022, de

<https://www.iebschool.com/blog/que-es-y-como-hacer-un-estudio-de-mercado-marketing-digital/#:~:text=El%20estudio%20de%20mercado%20es,la%20oferta%20y%20la%20demanda>

Acuña, P. (09 de Enero de 2022). Recuperado el 19 de Junio de 2022, de

<https://pacoacuna.com/departamento-de-marketing/>

Atinternet. (2021). *Segmentación*. Recuperado el 17 de Febrero de 2022, de

[https://www.atinternet.com/es/glosario/segmentacion/#:~:text=El%20prop%C3%B3sito%20de%20la%20segmentaci%C3%B3n,elementos%20\(simples%20o%20combinados\)](https://www.atinternet.com/es/glosario/segmentacion/#:~:text=El%20prop%C3%B3sito%20de%20la%20segmentaci%C3%B3n,elementos%20(simples%20o%20combinados)).

Bengochea, D. (20 de Enero de 2022). Recuperado el 23 de Junio de 2022, de

<https://outvio.com/es/blog/servicio-atencion-cliente/>

Carazo, J. (15 de Diciembre de 2017). *Comercio electrónico (ecommerce)*. Recuperado el 20

de Junio de 2022, de <https://economipedia.com/definiciones/comercio-electronico-ecommerce.html>

Coll Morales, F. (17 de Mayo de 2020). Recuperado el 18 de Junio de 2022, de

<https://economipedia.com/definiciones/posicionamiento-de-mercado.html#:~:text=El%20posicionamiento%20de%20mercado%20trata,que%20la%20de%20nuestros%20competidores>.

De Pedro, S. (28 de Febrero de 2018). Recuperado el 21 de Junio de 2022, de

<https://gaptain.com/blog/metodos-de-pago-en-el-comercio-electronico/>

ECWID. (15 de Septiembre de 2020). *Ma*. Recuperado el 19 de Junio de 2022, de <https://www.ecwid.com/es/blog/como-funciona-el-marketing-digital-para-el-comercio-electronico.html>

Escalante Flores, J. L. (07 de Diciembre de 2017). *Los principales factores que influyen en la conducta del consumidor*. Recuperado el 20 de Junio de 2022, de [http://marketinglink.up.edu.pe/los-principales-factores-influyen-la-conducta-del-consumidor/#:~:text=Seg%C3%BAAn%20Schiffman%20\(2002\)%2C%20el,que%20consideran%20satisfar%C3%A1n%20sus%20necesidades](http://marketinglink.up.edu.pe/los-principales-factores-influyen-la-conducta-del-consumidor/#:~:text=Seg%C3%BAAn%20Schiffman%20(2002)%2C%20el,que%20consideran%20satisfar%C3%A1n%20sus%20necesidades).

Foullon, J. (Abril de 2020). Recuperado el 18 de Junio de 2022, de <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/handle/123456789/3432>

Hotmart. (07 de Noviembre de 2018). *Cuál es el comportamiento del consumidor actual*. Recuperado el 20 de Junio de 2022, de <https://blog.hotmart.com/es/comportamiento-del-consumidor/#:~:text=Una%20de%20las%20caracter%C3%ADsticas%20del,el%20futuro%20de%20la%20humanidad>.

Mesquita, R. (23 de Julio de 2018). Recuperado el 19 de Junio de 2022, de <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-2/>

Moreno, J. (02 de Noviembre de 2021). Recuperado el 20 de Junio de 2022, de <https://blog.hubspot.es/service/que-es-atencion-al-cliente>

Núñez, B. (23 de Diciembre de 2019). Recuperado el 19 de Junio de 2022, de <https://journal.espe.edu.ec/ojs/index.php/Sigma/article/view/1674>

Nuño, P. (07 de Julio de 2018). Recuperado el 19 de Junio de 2022, de <https://www.emprendepyme.net/que-es-la-investigacion-de-mercado.html>

- Ortiz, A. (11 de Marzo de 2022). Recuperado el 18 de Junio de 2022, de <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/que-es-el-marketing-digital-o-marketing-online>
- Pecanha, V. (25 de Febrero de 2019). Recuperado el 19 de Junio de 2022, de <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-digital/>
- Pierce, J. (18 de Noviembre de 2018). *Los 5 tipos de comercio electrónico*. Recuperado el 21 de Junio de 2022, de <https://arrobasystem.com/blogs/blog/79151876-los-5-tipos-de-comercio-electronico>
- Salas, E., & Luna, A. (Marzo de 2018). Recuperado el 19 de Junio de 2022, de <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/03/factores-pymes-ecuador.html>
- Santos, B. (09 de Enero de 2020). Recuperado el 25 de Junio de 2022, de <https://hotmart.com/es/blog/posicionamiento-de-mercado>
- UNIR. (18 de Enero de 2022). Recuperado el 19 de Junio de 2022, de <https://mexico.unir.net/comunicacion-mercadotecnia/noticias/estrategias-marketing-digital/>
- Zambrano, C. (2022). Recuperado el 20 de Junio de 2022, de <https://modelocanvas.net/fuentes-de-ingresos/>

## ANEXOS

### ANEXO 1 – CARTA DE AUTORIZACION



Esmeraldas, 15 de julio del 2022

Magister  
Eduardo Galeas Guijarro  
**DECANO DE LA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN FINANZAS E  
INFORMÁTICA**  
En su despacho.

Reciba un cordial saludo de quienes conformamos **NATIVA MEDIOS IMPRESOS** de la ciudad de **ESMERALDAS**, cantón **ESMERALDAS**.

Por medio del presente me dirijo a usted para comunicarle que se ha **AUTORIZADO** al estudiante **ARIAS CARPIO JEAN PIERRE** de la carrera de Comercio de la Facultad de Administración Finanzas e Informática de la Universidad Técnica de Babahoyo para que realice el estudio de caso con el tema: **MARKETING DIGITAL DE LA EMPRESA NATIVA MEDIOS IMPRESOS DE LA CIUDAD DE ESMERALDAS PERIODO 2021**, el cual es requisito indispensable para poder titularse.

Sin otro particular me suscribo de usted.

Atentamente



Firmado digitalmente por:  
**JOSE MIGUEL  
CEDENO MACIAS**

José Miguel Cedeño Macías  
C.I. 1715533574  
gerencia@nativa-mi.com / 0991389259



📍 10 de Agosto y Colón 419  
☎ 099-138-9259 / 098-042-1596  
✉ gerencia@nativa-mi.com / facturacion@nativa-mi.com



## ANEXO 3 – RUC DE LA EMPRESA



**Certificado**  
Registro Único de Contribuyentes

<b>Apellidos y nombres</b>		<b>Número RUC</b>
CEDEÑO MACIAS JOSE MIGUEL		1715533574001
<b>Estado</b>	<b>Régimen</b>	<b>Artesano</b>
ACTIVO	REGIMEN GENERAL	No registra
<b>Fecha de registro</b>	<b>Fecha de actualización</b>	
24/03/2003	02/08/2021	
<b>Inicio de actividades</b>	<b>Reinicio de actividades</b>	<b>Cese de actividades</b>
01/03/2003	06/12/2019	No registra
<b>Jurisdicción</b>		<b>Obligado a llevar contabilidad</b>
ZONA 1 / ESMERALDAS / ESMERALDAS		NO
<b>Tipo</b>	<b>Agente de retención</b>	<b>Contribuyente especial</b>
PERSONAS NATURALES	NO	NO

### Domicilio tributario

#### Ubicación geográfica

Provincia: ESMERALDAS Cantón: ESMERALDAS Parroquia: ESMERALDAS

#### Dirección

Barrio: 10 DE AGOSTO Calle: 10 DE AGOSTO Número: 4-19 Intersección: COLON Y OLMEDO Número de piso: 0 Manzana: M50 SL Referencia: CERCA DE HOSTAL RONAR

### Medios de contacto

Teléfono domicilio: 082755236

### Actividades económicas

- C18110402 - ACTIVIDADES DE IMPRESIÓN DE PÓSTERS, GIGANTOGRAFÍAS, CATÁLOGOS DE PUBLICIDAD, PROSPECTOS Y OTROS IMPRESOS PUBLICITARIOS MEDIANTE IMPRESIÓN POR OFFSET, FOTOGRAFACIÓN, IMPRESIÓN FLEXOGRÁFICA E IMPRESIÓN EN OTROS TIPOS DE PRENSA, MAQUINAS AUTOCOPISTAS, IMPRESORAS ESTAMPADORAS, ETCÉTERA, INCLUIDA LA IMPRESIÓN RÁPIDA.
- C33129101 - SERVICIOS DE REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO DE MÁQUINAS Y HERRAMIENTAS DE OFICINA Y CONTABILIDAD A CAMBIO DE UNA RETRIBUCIÓN O POR CONTRATO: MAQUINAS DE ESCRIBIR, FOTOCOPIADORAS, BÁSCULAS, CALCULADORAS, SEAN O NO ELECTRONICAS ETCÉTERA.
- C18120301 - ACTIVIDADES DE DISEÑO DE PRODUCTOS IMPRESOS POR EJEMPLO BOCETOS, DIAGRAMAS, PATRONES, CROQUIS, MAQUETAS, ETCÉTERA, PRODUCCIÓN DE PRUEBAS.
- C18110501 - ACTIVIDADES DE IMPRESION DIRECTA EN TEXTILES, PLÁSTICOS, VIDRIO, METAL, MADERA Y CERÁMICA (EXCEPTO SERIGRAFIA SOBRE TEXTILES O PRENDAS DE VESTIR).
- C18110403 - ACTIVIDADES DE IMPRESION DE CALENDARIOS, FORMULARIOS COMERCIALES, DIRECTORIOS Y OTROS MATERIALES IMPRESOS DE USO COMERCIAL, PAPEL DE CORRESPONDENCIA ALBUMES, AGENDAS PERSONALES, DIARIOS, TARJETAS DE INVITACIÓN, DE VISITA, DE PRESENTACIÓN Y OTROS MATERIALES IMPRESOS MEDIANTE IMPRESION POR OFFSET, FOTOGRAFACIÓN, IMPRESION FLEXOGRÁFICA E IMPRESIÓN EN OTROS TIPOS DE PRENSA, MAQUINAS AUTOCOPISTAS, IMPRESORAS ESTAMPADORAS, ETCÉTERA, INCLUIDA LA IMPRESIÓN RÁPIDA.
- G47610302 - VENTA AL POR MENOR DE ARTÍCULOS DE OFICINA EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS.

**Apellidos y nombres**

CEDEÑO MACIAS JOSE MIGUEL

**Número RUC**

1715533574001

- C18110301 - ACTIVIDADES DE IMPRESIÓN DE SELLOS DE CORREO, ESTAMPILLAS Y TIMBRES FISCALES, DOCUMENTOS DE TÍTULOS, BOLETOS DE ENTRADAS A ESPECTACULOS, CHEQUES Y OTROS VALORES O DOCUMENTOS DE GARANTÍA Y DE SEGURIDAD, MEDIANTE IMPRESIÓN POR OFFSET, FOTOGRAFACIÓN, IMPRESIÓN FLEXOGRÁFICA E IMPRESIÓN EN OTROS TIPOS DE PRENSA, MÁQUINAS AUTOCOPISTAS, IMPRESORAS ESTAMPADORAS, ETCÉTERA, INCLUIDA LA IMPRESIÓN RÁPIDA.

**Establecimientos****Abiertos**

1

**Cerrados**

0

**Obligaciones tributarias**

- 2011 DECLARACION DE IVA

**i** Las obligaciones tributarias reflejadas en este documento están sujetas a cambios. Revise periódicamente sus obligaciones tributarias en [www.sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec).

**Números del RUC anteriores**

No registra



Código de verificación:

CATRCR2022000747960

Fecha y hora de emisión:

22 de marzo de 2022 14:38

Dirección IP:

10.1.2.121

Validez del certificado: El presente certificado es válido de conformidad a lo establecido en la Resolución No. NAC-DGERCGC-15-00000217, publicada en el Tercer Suplemento del Registro Oficial 462 del 19 de marzo de 2015, por lo que no requiere sello ni firma por parte de la Administración Tributaria, mismo que lo puede verificar en la página transaccional SRI en línea y/o en la aplicación SRI Móvil.

#### **ANEXO 4 – ENTREVISTA AL GERENTE DE LA EMPRESA**

1. ¿Durante su gestión administrativa como ha llevado a cabo sus funciones?
2. ¿Tiene usted conocimiento sobre el marketing tradicional o digital?
3. ¿Cree usted que ha cumplido a cabalidad las metas y objetivos que ha planteado en su empresa?
4. ¿Considera usted que su equipo de trabajo cuenta con conocimientos a marketing y estrategias?
5. ¿Cree usted que la empresa cuenta con estrategias debidamente adecuadas que van acorde a la necesidad de sus clientes?
6. ¿Considera usted su entorno competitivo cuenta con mejor tecnología que usted?
7. ¿Conoce usted la situación actual que atraviesa la empresa?
8. ¿Considera usted que el marketing digital es una estrategia factible para implementar en su negocio?

## **ANEXO 5 – ENCUESTA A LOS EMPLEADOS DE LA EMPRESA**

- 1. ¿Considera usted que es importante la aplicación e innovación del marketing tradicional que con el que cuenta la empresa por el marketing digital?**

Muy importante

Importante

Indeciso

Poco importante

Nada importante

- 2. ¿Cómo consideran ustedes el servicio de atención al cliente que brinda la empresa a través de su personal?**

Excelente

Muy bueno

Bueno

Regular

Malo

- 3. ¿Cree usted que la empresa se encuentra bien posicionada en la ciudad de Esmeraldas?**

Muy de acuerdo

De acuerdo

Poco de acuerdo

Nada de acuerdo

- 4. ¿Cree que sería importante que se apliquen estrategias comerciales y de marketing para que mejore el proceso comercial de la empresa?**

Muy importante

Importante

Poco importante

Nada importante

**5. ¿Consideran ustedes que las estrategias de marketing de la competencia son mejores que las de Nativa Medios Impresos?**

Muy de acuerdo

De acuerdo

Poco de acuerdo

Nada de acuerdo

**6. ¿Consideran usted que los precios de los productos que la empresa Nativa Medios Impresos ofrece a sus clientes están accesibles?**

Muy de acuerdo

De acuerdo

Poco de acuerdo

Nada de acuerdo

**7. ¿Consideran usted que al implementar las estrategias de marketing o marketing digital los ingresos en ventas y la atención al cliente mejore?**

Muy de acuerdo

De acuerdo

Poco de acuerdo

Nada de acuerdo

**8. ¿Cómo calificarías la calidad de productos personalizados que ofrece la empresa Nativa Medios Impresos a los clientes de la ciudad de Esmeraldas?**

Excelente

Muy buena

Buena

Regular

Mala

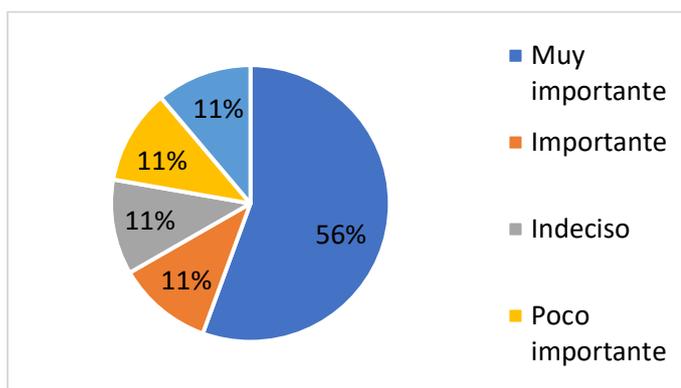
## ANEXO 6 – RESULTADOS DE LA ENTREVISTA

Orden	Pregunta	Datos Relevantes Encontrados
1	<b>¿Durante su gestión administrativa como ha llevado a cabo sus funciones?</b>	He llevado de una manera muy adecuada y eficaz hasta donde puedo expresar.
2	<b>¿Tiene usted conocimiento sobre el marketing tradicional o digital?</b>	Tengo conocimiento sobre aspectos técnicos en operación de máquinas, sin embargo, cuento con una persona asignada a esa tarea.
3	<b>¿Cree usted que ha cumplido a cabalidad las metas y objetivos que ha planteado en su empresa?</b>	Considero que no se ha podido cumplir al 100%, ya que el factor crisis e inseguridad son los que han afectado los ingresos e ventas.
4	<b>¿Considera usted que su equipo de trabajo cuenta con conocimientos a marketing y estrategias?</b>	De las 9 personas que laboran solamente 1 cuenta con ese conocimiento, los demás son diseñadores y técnicos.
5	<b>¿Cree usted que la empresa cuenta con estrategias debidamente adecuadas que van acorde a la necesidad de sus clientes?</b>	Considero que no se ha efectuado cambios en base a las estrategias por motivos de factor crisis e inseguridad, ya que, no es factible actualmente asumir esos costos.
6	<b>¿Considera usted su entorno competitivo cuenta con mejor tecnología que usted?</b>	Considero que no, todos han tenido la capacidad tecnológica, lo malo, es que ellos pagan servicios a técnicos sin embargo yo lo soy y reparo mis máquinas.
7	<b>¿Conoce usted la situación actual que atraviesa la empresa?</b>	La empresa actualmente se encuentra superándose de la crisis local, nacional como también de la inseguridad.
8	<b>¿Considera usted que el marketing digital es una estrategia factible para implementar en su negocio?</b>	Con la experiencia que tengo considero que es factible, pero con la situación actual, me he limitado hacer ese tipo de cambios.

## ANEXO 6 – RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

### 1. ¿Considera usted que es importante la aplicación e innovación del marketing tradicional que con el que cuenta la empresa por el marketing digital?

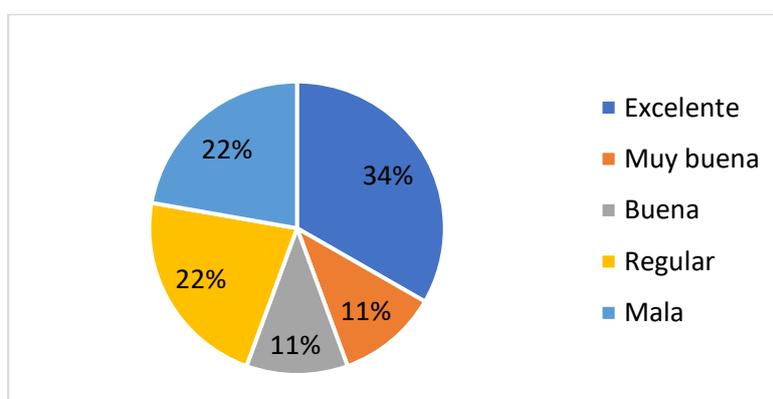
Opciones	Frecuencias
Muy importante	5
Importante	1
Indeciso	1
Poco importante	1
Nada importante	1
<b>Total</b>	<b>9</b>



De las encuestas que se realizaron al personal que labora en la empresa Nativa Medios Impresos se obtuvieron los siguientes datos: Se evidencia que sobre la iniciativa de cambiar el marketing tradicional por uno digital, cuyo objetivo es mejorar el funcionamiento de la compañía, en donde, se refleja un nivel de aceptación con el 56% que manifiestan de importante, observando también que existe una similitud porcentual entre los segmentos que establecen de importante, indecisos, poco importante y nada importante en un 11% cada uno.

### 2. ¿Cómo consideran ustedes el servicio de atención al cliente que brinda la empresa a través de su personal?

Opciones	Frecuencia
Excelente	3
Muy buena	1
Buena	1
Regular	2
Mala	2
<b>Total</b>	<b>9</b>

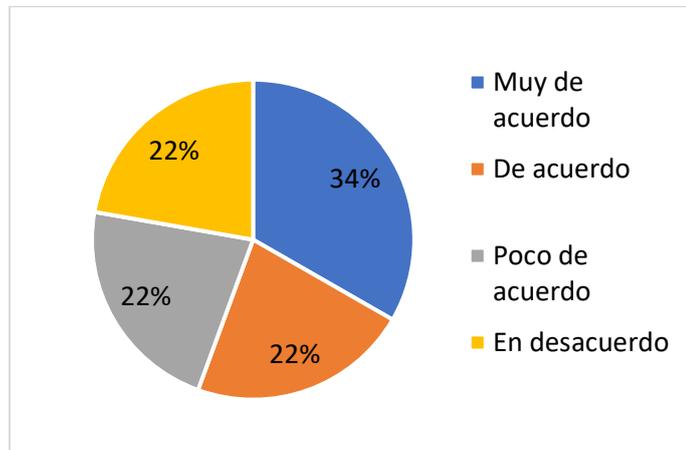


De las encuestas que se realizaron al personal que labora en la empresa Nativa Medios Impresos se obtuvieron los siguientes datos: se evidencia que el personal considera al servicio de atención que brinda la compañía de excelente, teniendo una similitud porcentual entre e

segmente que determina de regular y malo con un 22% cada uno, mientras que entre muy buena y buena establecen estar con el 11% cada uno.

**3. ¿Cree usted que la empresa se encuentra bien posicionada en la ciudad de Esmeraldas?**

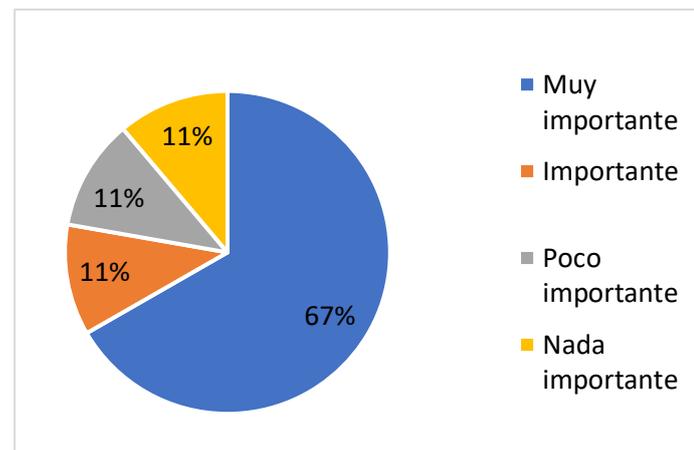
Opciones	Frecuencias
Muy de acuerdo	3
De acuerdo	2
Poco de acuerdo	2
En desacuerdo	2
<b>Total</b>	<b>9</b>



Se evidencia que el personal que labora en la empresa Nativa Medios Impresos ha determinado sobre la iniciativa de sí que la compañía se encuentra bien posicionada han reflejado los siguiente: con el 34% tenemos a los que expresan estar muy de acuerdo con lo propuesto, observando también que existe una similitud porcentual entre los segmentos que establecen estar de acuerdo, poco de acuerdo y nada de acuerdo con lo que se ha manifestado siendo estos un 22% que arrojo cada uno.

**4. ¿Cree que sería importante que se apliquen estrategias comerciales y de marketing para que mejore el proceso comercial de la empresa?**

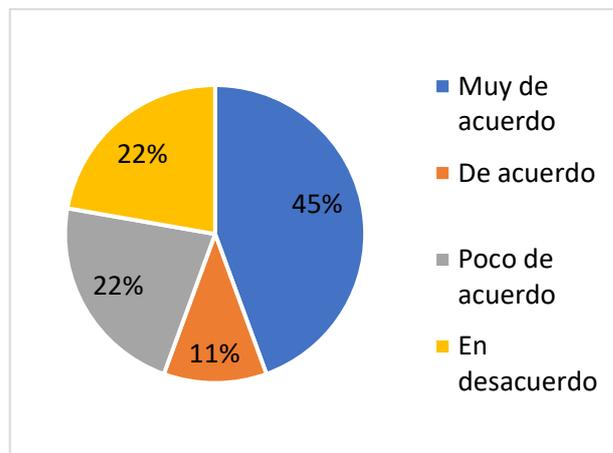
Opciones	Frecuencias
Muy importante	6
Importante	1
Poca importante	1
Nada importante	1
<b>Total</b>	<b>9</b>



Se evidencia el personal que labora en la empresa Nativa Medios Impresos han determinado sobre la aplicación de estrategias comerciales y de marketing para que mejore el proceso comercial de la empresa han reflejado los siguiente: con el 67% tenemos a los que expresan que es muy importante aplicar lo mencionado, observando también que existe una similitud porcentual entre los segmentos que establecen de importante, poco importante y nada importante lo que se ha propuesto con un 22% que arrojo cada uno.

**5. ¿Consideran ustedes que las estrategias de marketing de la competencia son mejores que las de Nativa Medios Impresos?**

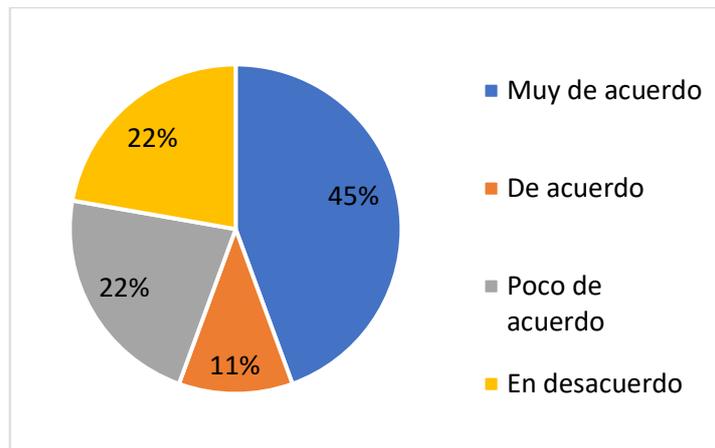
Opciones	Frecuencia
Muy de acuerdo	4
De acuerdo	1
Poco de acuerdo	2
En desacuerdo	2
<b>Total</b>	<b>9</b>



De las encuestas que se realizaron al personal que labora en la empresa Nativa Medios Impresos se obtuvieron los siguientes datos: se evidencia que el personal considera que la competencia cuenta con mejores estrategias de marketing que la compañía en la que laboran con el 45% están de acuerdo, teniendo una similitud entre los que están poco de acuerdo y en desacuerdo teniendo un 22% cada uno y por último se tiene con el 11% a los que están de acuerdo.

**6. ¿Consideran usted que los precios de los productos que la empresa Nativa Medios Impresos ofrece a sus clientes están accesibles?**

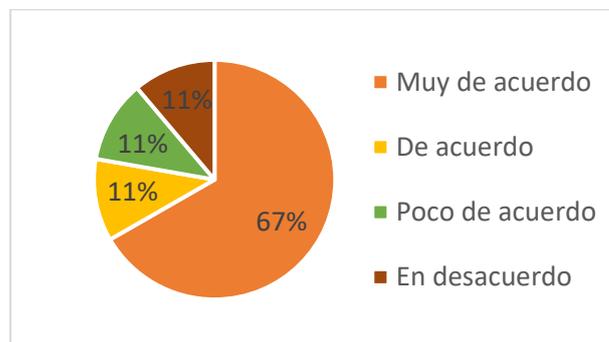
Opciones	Frecuencia
Muy de acuerdo	4
De acuerdo	1
Poco de acuerdo	2
En desacuerdo	2
<b>Total</b>	<b>9</b>



De las encuestas que se realizaron al personal que labora en la empresa Nativa Medios Impresos se obtuvieron los siguientes datos: se evidencia que los precios de los productos que ofrece la compañía son accesibles con lo que se refleja que con el 45% están de acuerdo, teniendo una similitud entre los que están poco de acuerdo y en desacuerdo teniendo un 22% cada uno y por último se tiene con el 11% a los que están de acuerdo.

**7. ¿Consideran usted que al implementar las estrategias de marketing o marketing digital los ingresos en ventas y la atención al cliente mejore?**

Opciones	Frecuencia
Muy de acuerdo	6
De acuerdo	1
Poco de acuerdo	1
En desacuerdo	1
<b>Total</b>	<b>9</b>

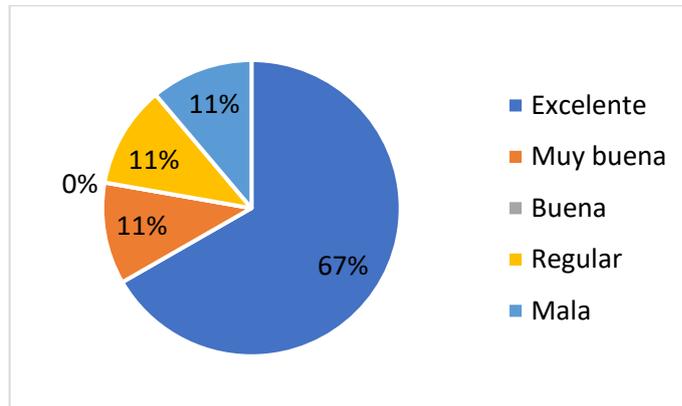


De las encuestas que se realizaron al personal que labora en la empresa Nativa Medios Impresos se obtuvieron los siguientes datos: se tiene con un 67% a los que manifiestan estar de acuerdo en que al implementar las estrategias de marketing digital los ingresos en ventas y servicios al cliente mejoren, siguiendo con una similitud porcentual entre los segmentos que determinan estar de acuerdo, poco de acuerdo y en desacuerdo con el 11% cada uno.

**8. ¿Cómo calificarías la calidad de productos personalizados que ofrece la empresa**

**Nativa Medios Impresos a los clientes de la ciudad de Esmeraldas?**

Opciones	Frecuencia
Excelente	6
Muy buena	1
Buena	0
Regular	1
Mala	1
<b>Total</b>	<b>9</b>



De las encuestas que se realizaron al personal que labora en la empresa Nativa Medios Impresos se obtuvieron los siguientes datos: se tiene con un 67% a los que manifiestan que la calidad de los productos personalizados que ofrece la compañía en la ciudad de Esmeraldas es excelente, siguiendo con una similitud porcentual entre los segmentos de muy bueno, regular y mala con el 11% respectivamente cada uno con lo que se ha planteado.