



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA.
PROCESO DE TITULACIÓN
ABRIL 2022 – SEPTIEMBRE 2022
EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA
PRUEBA PRÁCTICA

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

Licenciatura en Comercio

TEMA:

**Estrategia de marketing digital en la empresa Bellnovainser S.A de la Ciudad de
Babahoyo, periodo 2021.**

ESTUDIANTE:

Mariamalia Sofia Vicuña Parrales

TUTOR:

Econ. Verónica Alexandra Merchán Jácome MAE.

AÑO 2022

Índice

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
JUSTIFICACION	5
OBJETIVOS	6
LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN	7
MARCO CONCEPTUAL	8
RESULTADOS.....	27
DISCUSIÓN DE RESULTADOS	31
CONCLUSIÓN.....	32
RECOMENDACIÓN	33
REFERENCIAS.....	34

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La empresa Bellnovainser S.A es organización que se dedica a la venta de línea blanca y tecnología, es una de las empresas en la ciudad ideales para generar la adquisición de dichos equipos. Este negocio se encuentra registrado en el Servicio de Rentas Interna con Ruc 1291724414001, con un inicio de actividades del 7 de noviembre en el año 2007.

La pandemia de Covid-19 ha cambiado la rutina diaria de personas y empresas de un día de estricto de trabajo a distanciamiento y precaución. Por otro lado, muchas empresas han tenido que cerrar debido a la reducción del número de clientes y los menores ingresos recibidos.

La carencia de estrategias de marketing digital afecta en el posicionamiento en el mercado, la empresa Bellnovainser.S. A. En la actualidad, se puede obtener una serie de productos y servicios en la web. Estamos en una era de cambio. El escenario actual de internet supone una nueva realidad que afecta a las empresas en su conjunto. Entre las principales multinacionales dedicadas al marketing digital tenemos: MercadoLibre, Comandato, Computron.com, Novicompu y TVentas.

Con las novedosas tecnologías, la información se muestra y transmite en forma digital, o sea, por medio de una red que las pcs comprenden y procesan. Las redes de comunicación actuales permiten información e intercambio de conocimientos sin personas que coincidan con el espacio y el tiempo suscritos.

El marketing digital es una forma innovadora de gestionar el desarrollo de nuevas formas de venta, porque promueven actividades de comunicación interactiva entre la empresa y sus clientes. Por ejemplo, la provisión de sistemas de comunicación interactivos en el hogar.

Este campo no ha sido explotado en su totalidad debido a la falta de empresas especializadas en marketing digital y community management en el país por su falta de experiencia. En el campo de las ventas, el marketing digital no es bienvenido porque como cultura en el país, a muchas personas les gusta salir a visitar las tiendas y luego hacer una compra. Por lo tanto, tenemos que cambiar la forma de pensar de los consumidores y alentar a los clientes a comprar sus productos en línea, lo que nos da credibilidad y seguridad, ya que así ofrecemos nuestros productos de manera directa y menos costosa.

También se pudo detectar el bajo nivel de formación en marketing digital en los empleados y la falta de cultura de los ciudadanos ya que no tienen conocimientos en comprar por internet, lo que genera desconfianza e inseguridad y esto influye en las operaciones de crecimiento de productividad de los empleados.

Por lo que surge la interrogante que conlleva a la formulación del problema ¿De qué manera incide las estrategias de Marketing digital en el posicionamiento de la empresa Bellnovainser de la ciudad de Babahoyo en el mercado?

Sus clientes carecen de conocimiento sobre las ofertas de los productos pues no son debidamente promocionadas, esto trae consecuencias de no saber los días promocionales las personas no asisten con gran afluencia por tales motivos es que no son fieles.

Actualmente, gracias al uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) es viable llegar a un gran número de consumidores con precios muchísimo más bajos.

JUSTIFICACION

Hoy en día el mercado es muy competitivo, gracias a Internet todas las empresas tienen una visión global, personas de todo el mundo pueden apreciar sobre productos y servicios. Esto hace que todas las organizaciones implementen el internet como su principal herramienta para posicionar sus marcas o empresas.

Este estudio de caso se realiza ya que en la actualidad existe carencia de conocimiento en el marketing digital y existe un bajo nivel de ventas en la empresa Bellnovainser S.A. Cabe recalcar que es importante analizar las estrategias de marketing digital, lo cual servirá en el momento de la prestación del servicio personalizado para los clientes.

Para el análisis de las estrategias de marketing digital para la empresa Bellnovainser, se tomará en cuenta varios factores como: estudios de mercado, perfiles objetivos, canales de venta, canales de comunicación, objetivos que la empresa desea cumplir, entre otros. Se realizó un estudio preliminar para diagnosticar el problema a través de una entrevista a los clientes, trabajadores y propietario de la empresa por medios digitales.

Los resultados logrados van a ser de beneficio para la empresa, debido a que van a permitir establecer el valor que tiene el marketing digital, con el fin de incrementar el tráfico de usuarios que tienen la posibilidad de constituir en consumidores cautivos para el comercio, los cuales solo por medio de estas herramientas van a poder abrirse al mercado globalizado.

OBJETIVOS

Objetivo General

Analizar las estrategias de marketing digital en la empresa BellNovainser de la Ciudad de Babahoyo.

Objetivos específicos

- Establecer los referentes teóricos que sustentan las estrategias de marketing digital.
- Identificar las estrategias de Marketing digital de la empresa BellNovainser para mejorar el posicionamiento en el mercado.
- Determinar cómo influye el posicionamiento de marca al momento de realizar la compra de cualquier artículo de la empresa para conocer el comportamiento del mercado.

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

La línea de investigación asociada a este estudio de caso es Gestión financiera, Administrativa, Tributaria, Auditoría y Control debido a que se encuentra involucrado en la gestión administrativa, siendo la sublínea de este caso; Marketing y comercialización.

Con la siguiente investigación y análisis de estrategias de marketing, la empresa Bellnovainser podría segmentarse en las redes sociales y atraer nuevos clientes potenciales.

Al implementar estrategias de marketing digital, se espera que la empresa obtenga algunos beneficios como el aumento de las ventas y la mejora de la posición de la marca. Relaciones más cercanas con los consumidores y mejores inversiones.

MARCO CONCEPTUAL

En la siguiente sección se detallarán las conceptualizaciones de los temas y subtemas, que permitirá analizar la importancia de las estrategias de marketing digital para la empresa Bellnovainser:

Para cualquier organización, las promociones y las ventas deben realizarse dentro de ella. Precisamente para obtener buenos resultados, por eso la herramienta actual que entra en juego es el marketing digital, versus el fanatismo mediático.

La empresa Bellnovainser a raíz de la pandemia aplica nuevas tácticas, utilizando recursos prácticos para promocionar de manera efectiva en las redes sociales, empezó a implementar, Facebook, Instagram, página web, business google, email marketing entre otros, el marketing digital de la empresa al principio se realizaba de forma errónea por la falta de conocimientos.

Cabe recalcar que, en la empresa, incluso antes de la pandemia, había algún tipo de marketing digital, partía de publicación de fotos e invitando al usuario a visitar el local, las publicaciones eran frecuentes y poco atractivas para el público.

MARKETING DIGITAL

Se define como una forma de marketing usando nuevos medios y canales publicitarios tecnológicos y digitales como internet, el móvil o el IoT. Con el poder de la tecnología, posibilita generar vivencias únicas y personalizadas para medir y registrar todo lo cual pasa con la intención de mejorar la vivencia del cliente. (Fuente, 2022)

En este contexto el marketing digital es fundamental para un negocio. Saber cuáles son, sus principales canales y sus ventajas ayudará a diseñar las mejores estrategias o confiar en una agencia para realizar todas las acciones relacionadas con los medios online.

El marketing digital (o marketing online) es un conjunto de estrategias de marketing que se practican en los canales de comunicación e Internet.

Se trata de aprovechar al máximo los recursos y oportunidades en línea para una promoción comercial o de marca eficaz. En otras palabras, el marketing digital es un sistema de venta de productos y servicios a un público específico utilizando internet a través de canales y herramientas en línea de manera estratégica y en línea con la estrategia de marketing general de la empresa. Sitios web, aplicaciones móviles, redes sociales, blogs, motores de búsqueda en línea, anuncios de Google, anuncios de redes sociales, marketing por correo electrónico, plataformas de video, foros y más.

Fernando Viteri Luque et al., (2018) El marketing digital es una tendencia para entender los cambios en el comportamiento del consumidor y trabajar más en las estrategias de atracción, donde es el usuario quien atrae el contenido, haciéndolo más efectivo, con la capacidad de compartir ese contenido con los círculos sociales, complementándolo con alto contenido. herramientas de medición del desempeño y la capacidad de estar presente con los consumidores las 24 horas del día. Así como han evolucionado las tecnologías en la ejecución de los procesos en los diferentes sectores productivos, la tecnología también ha beneficiado en el escenario mundial las conexiones de las empresas.

En base a los fundamentos teóricos se puede agregar que el verdadero cambio está en la forma en cómo se gestionan las estrategias de marketing digital y comunicación, donde es importante analizar el público, quién es nuestra audiencia, dónde está y con quién, qué herramientas se utilizan para comunicarse, cual es el contenido que comparte y, sobre todo, qué dice sobre la empresa.

Las tendencias de marketing digital 2018 vienen marcadas por el desarrollo tecnológico emergente cuyas bases se han sentado a lo largo este año. Es la tecnología y el BigData lo cual va a conceptualizar los caminos por los que los expertos del marketing deberán transitar, no sólo durante el próximo año, sino también en los venideros. (Roldan Zulaga, 2018)

Es la obra de conciencia y promoción de una marca utilizando todos los canales digitales accesibles: Web, SEM (que incluye el SEO y el sistema de publicidad de pago por click), smartphones, mercados móviles (Google Play, Apple Store), marketing por email, banners publicitarios en línea y social media. (Chris, 2017)

Luego de la actual crisis por la pandemia en el planeta, muchas organizaciones y empresas han comenzado a vender en línea, ya sea que cuenten con un canal oficial para promover la distribución de productos o comercializar sus productos, servicios dentro o fuera del territorio en la que desarrollan sus ocupaciones comerciales, como presentan los creadores en lo revelado previamente, con solo tocar un botón poseen ingreso al mundo de los negocios, con la facilidad de los últimos medios digitales, de los cuales son los más importantes y utilizados por una sociedad innovadora, como las redes sociales como principal vínculo entre la industria empresarial y los consumidores.

Importancia del marketing digital

Como se ha tratado en párrafos anteriores, es demasiado fundamental para la empresa Bellnovainser integrar como táctica el marketing digital, por el enorme costo que tiene en el momento de ofertar productos o servicios a partir de la web, el desarrollo de recursos tangibles y que despierten el interés de quienes compran sus productos a través de plataformas virtuales, que cada vez son más y van perfeccionando de manera considerable su manejo de ventas, por medio del negocio.

Una correcta estrategia es necesaria, porque el negocio online no puede captar el interés del público como lo haría un establecimiento físico, no hay atractivos exhibidores, deliciosos olores a productos nuevos, música agradable ni vendedores atentos que den soporte a los clientes. En cambio, el proceso es más ágil, sencillo y privado, lo que le resulta muy conveniente al usuario que maneja bien la tecnología. (BARZOLA et al., 2019)

El valor de que las organizaciones se dirijan hacia una buena práctica del marketing digital es que les ayuda a conocer mejor a su consumidor, comprenderlo, descubrir nichos y los diferentes perfiles de individuos que compran sus servicios y las causas por que lo elaboran y las que no. (Cuevas, 2017)

La cercanía con el comprador y la independencia de elección que se le da al permitirle opinar sobre productos y servicios, compartir el contenido y edificar lo cual desea consumir, hicieron más efectivas las tácticas en este campo, el desafío está en que las organizaciones le apuestan a llevarlas a cabo. Es de suma importancia para el aumento de las empresas que se apliquen estas herramientas de Marketing Digital, que enlazan dispositivos, medios, redes y herramientas que estratégicamente aplicadas pueden apoyar la productividad de los colaboradores, la satisfacción del cliente, la construcción de productos y la conexión con los públicos de interés. (El Universal, 2016)

Como se ha manifestado en párrafos anteriores, el marketing digital se constituye en una preciada herramienta que posibilita el incremento de una compañía. Por tal fundamento, es de interés que la empresa Bellnovainser se invierta en él, lo cual ayudará a que su presencia se establezca y que por medio de canales digitales se promueva a que la mayoría de clientes visiten de forma reiterada la compañía.

Así como el Marketing tradicional tiene las famosas 4P, el marketing digital se basa en las 4F, que son: (Habyb, 2017)

1. Flujo

El flujo es la dinámica que un ciber sitio ofrece al visitante. Los usuarios se sentirán atraídos por la relación que produce el lugar e ir de un espacio a otro, según se ha planeado.

2. Funcionalidad

La navegación de ser intuitiva y simple para el cliente; tal, se evita que abandone la página por haberse perdido. La página debe captar la atención y evitar que abandonen la página.

3. Feedback (retroalimentación)

Debería haber una relación con el comprador para edificar una relación de confianza con él. Las redes sociales ofrecen una enorme posibilidad para esto.

4. Fidelización

Cuando está establecido una interacción con el comprador, la fidelización se basa en conseguir que dicha interacción se extienda a extenso plazo. Habitualmente, la fidelización se consigue con la entrega de contenidos atractivos para el cliente

Es por esto que la empresa Bellnovainser debería tener un plan digital bien estructurado, en el que se integren todos los espacios importantes para la relación de todos los usuarios, intentando encontrar la predominancia de las opiniones. El marketing digital es un grupo de propiedades centradas en el diseño, la creatividad y la productividad. Teniendo claro que el marketing digital en sí es una eficaz y adecuada herramienta como expresa Selman, en Bellnovainser se lleva a cabo un fortalecimiento de estrategias en su fanPage ya que esta fue creada varios años atrás donde se realizan públicas ofertas de los productos, las cuales no

permanecen cumpliendo con los diferentes límites que rigen para lograr que el marketing digital de resultado.

Respecto a los argumentos mencionados antes, la empresa Bellnovainser agrega herramientas digitales tales como, business google, analytics google, email marketing, redes sociales entre otros, al emplearse estas herramientas se espera que exista la posibilidad de que se cree una relación y comunicación comercial favorable para el negocio.

Herramientas de marketing digital

Para realizar un asombroso servicio por medio de marketing digital se debería conocer las mejores herramientas de estudio, con las que sea viable medir la fama social que permitan a los usuarios hacer de la manera más simple todas las tareas. Hay una gama de herramientas que se podrían tener en cuenta elementales en el momento de hacer marketing digital. A medida que el planeta avanza y se van presentando nuevos descubrimientos tecnológicos, el marketing digital busca ajustarse a los mismos generando más oportunidades de comercio.

Los instrumentos de Marketing Digital son ejemplos de resoluciones que las organizaciones han buscado para minimizar el Precio de Compra del Comprador (CAC). Así sea en la activación de tácticas avanzadas o simples, éstas son usadas por varios tipos de negocios. Cada vez más, las organizaciones buscan al Marketing Digital como elección para producir más negocios. Por esto, se necesita, conseguir procesos más ágiles en la producción de contenido, generación de Leads, la interacción con probables consumidores. (Lipinski & Ospina, 2022)

A continuación, distintas herramientas implementadas en el marketing digital:

- Business Google: Es un instrumento gratuito originada por Google que ayuda a las organizaciones a gestionar su presencia en internet. Posibilita vincular un comercio con el ámbito, o sea, por medio de un exclusivo panel posibilita una administración más eficiente y simple para que puedas aumentar información relativa a tu comercio, como, ejemplificando, una breve reseña tipo “quiénes somos”, información de contacto, dónde se localiza tu compañía, horario de abertura y cierre, etc. (Escorihuela, 2022)

Es un instrumento de Google que posibilita generar y editar el perfil de una compañía en el más grande buscador de todo el mundo. Los perfiles de organización aparecen tanto en Maps como en los resultados de averiguación y son una gigantesca posibilidad para captar nuevos consumidores.

- Google Analytics: Es la herramienta de monitoreo y estudio de sitios web y aplicaciones más usada en el planeta. Con la herramienta instalada de manera correcta, es viable monitorear el perfil de quien accede a tu lugar, las páginas más accedidas, conversiones, dispositivos, localidades y varios datos más. (Russo, 2021)

Es una de las herramientas que la mayoría de los especialistas en marketing digital utilizan. La herramienta proporciona datos sobre las visitas, las páginas más visitadas, las que más visitantes han perdido, así como el origen de las visitas e incluso el medio utilizado para acceder al sitio. Visita el sitio web.

- Google trends: Es un instrumento de Google diseñada a captar los patrones de averiguación de los usuarios y enseñar los términos de averiguación más célebres en un lapso de tiempo definido. Debido a Google Trends puedes saber con qué frecuencia se busca una sentencia o criterio. El eje horizontal representa la era, y el vertical la frecuencia con la que se ha buscado ese vocablo globalmente. (Bello, 2020)

Es una de las otras grandes herramientas y al igual que las que la precedieron, es completamente gratuita que tiene Google, gracias a la cual puede detectar potenciales tendencias de búsqueda de usuarios, así como identificar temas, palabras clave y tendencias.

- Google Ads: Se trata de un kit de herramientas de publicidad online de la multinacional Google, basado en campañas de pago por clic (PPC). En definitiva, la plataforma es una “nueva evolución” de la ya popular AdWords, la clásica herramienta de publicidad de pago de la compañía. (Facchin, 2021)

Es el programa de publicidad online de Google. Por medio de Google Ads, puede producir anuncios online para llegar a los individuos en el instante preciso en que se interesan por los productos y servicios que da.

- **Email marketing:** Especifica el envío de correos electrónicos a su base de datos o a contactos, como clientes potenciales o clientes. Se considera una estrategia de comunicación digital y se enmarca dentro de las acciones de marketing directo. Se enfoca en enviar mensajes para ganar nuevos clientes, desarrollar relaciones con clientes existentes, fidelizar, interactuar con contactos, aumentar las ventas, generar confianza, confianza en un servicio o producto, para confirmar un pedido, entre otros propósitos. (Reul, 2021)

No es otra cosa que un instrumento para comunicarse digitalmente con leads y consumidores por medio del envío masivo de correos electrónicos a una base de contactos.

Otras plataformas digitales

El Inbound es una herramienta de marketing actualizada que combina diferentes métodos del marketing online para atraer, involucrar y deleitar a los clientes. Se basa en producir contenido de valor para captar la atención y atraer a los clientes, convirtiéndolos en contactos de una base de datos. Y gracias a la automatización, los guía y madura durante todo el proceso de compra para convertirlos en clientes. (Órtegon, 2019)

Teniendo en cuenta lo anterior, el inbound marketing logra crear una experiencia agradable para que las personas alcancen tu marca. Esto significa que beneficia no solo al departamento de marketing, sino también a los equipos de ventas y atención al cliente.

El Inbound marketing se desarrolla en 4 etapas durante su proceso:

- Manejo de información relevante.
- Convierte a los visitantes de su contenido en contactos
- Deleita a sus clientes y genere lealtad a la marca.
- Cierra ventas y consigue clientes.

El marketing de contenidos.

Esta estrategia de marketing se enfoca en crear y distribuir contenido de valor para atraer al público objetivo. Cabe aclarar que cuando se trata de contenido de valor, se trata de compartir información que ayude a nuestro público objetivo a conocer sus diversos problemas y soluciones para que luego se decida a comprar. La estrategia de contenido también se puede utilizar para posicionarse como líder en su industria, atraer tráfico a su sitio web y más. A través de plataformas como Google, YouTube y las redes sociales, las personas pueden encontrar su contenido y conocer su trabajo. (Órtegon, 2019)

De acuerdo con las teorías dadas, se puede agregar que las herramientas antes mencionadas no están incluidas en la empresa Bellnovainser para controlar o administrar mejor los resultados que se producen en el marketing digital. La aplicación del marketing digital en Bellnovainser se realiza de forma bastante tradicional e ineficaz, sin las herramientas para medir los resultados obtenidos.

Bellnovainser usa solo la plataforma de Facebook y muestra el contenido de la página de fans, por lo que tiene un alcance orgánico muy bajo. Esto demuestra que la publicidad no es aceptada por muchos en la industria. Por lo tanto, afecta la efectividad del marketing digital.

Otra herramienta y no menos importante que se puede aplicar en una empresa es el marketing en redes sociales, esta estrategia se refiere a todas las actividades y medidas que se utilizan en las redes sociales para crear oportunidades de negocio, aumentar el alcance y fidelizar a los clientes. El marketing en redes sociales puede verse como relaciones públicas y servicio al cliente.

Plataformas en la social media marketing

Cada vez son más las marcas que participan en la publicidad en las redes sociales. Con tantas plataformas y opciones de personalización, sus oportunidades de marketing para llegar a las audiencias que le interesan son mejores que nunca. Además, es un canal de publicidad muy rentable y flexible, que le permite crear campañas para múltiples objetivos comerciales a un bajo costo. (Tomas, 2019)

Las principales plataformas de social ads son:

- Facebook Ads: Facebook es la red social más famosa del mundo y cuenta con una potente plataforma publicitaria. Además, tiene una gran audiencia potencial, que se beneficia de ser muy visible y tiene una variedad de opciones de orientación que van desde datos demográficos e intereses hasta audiencias similares.
- Instagram Ads. Una red un tanto intuitiva donde los usuarios suelen dar "me gusta" y sacar el máximo partido a la integración con Facebook. Para sacarle el máximo partido, las empresas se centran en afinar al máximo tus fotos y vídeos.
- Twitter Ads. La red social bluebird también ofrece opciones de publicidad social muy interesantes, ya que te permite crear campañas adaptadas a una variedad de

objetivos (conversiones, leads, descargas de aplicaciones, etc.) y aumentar tu audiencia potencial a través de Twitter Audience Platform.

- YouTube Ads. Los anuncios de video de YouTube tienen el aspecto más similar a los anuncios de televisión de la "vieja escuela". Aprovechalo para contar historias conmovedoras a tu audiencia.

En el caso de Bellnovainser, la plataforma de redes sociales se adapta a la realidad son Facebook Ads e Instagram Ads ya que la empresa cuenta con las redes sociales antes mencionadas y es ideal para comenzar a trabajar más para sacarle el máximo provecho.

La plataforma de anuncios de Facebook e Instagram permite una mejor y más eficiente gestión de la comunidad en línea, una mejor gestión de contenido y un alcance de audiencia exponencial deseable para Bellnovainser, ya que al utilizar los anuncios de Facebook e Instagram como efecto ayudara a segmentar al público en general según tendencias, o preferencias, es una ventaja competitiva.

Conquistar internet para los jóvenes es más fácil que nunca gracias a TikTok, la app china con 738 millones de descargas en 2019 y 500 millones de usuarios a día de hoy. No es una cifra pequeña, aunque todavía está lejos de los 1.000 millones de usuarios de Instagram o los casi 2.300 millones de usuarios de Facebook. Pero esto no le importa al usuario. El éxito de TikTok radica en cómo llega al público más joven con su nuevo formato y consumo ultrarrápido.

(Galiana, 2021)

Cabe recalcar que actualmente la empresa Bellnovainser agrega otra red social para poder moverse en sus redes y tener más posicionamiento en el mercado esta red social es Tiktok que ha revolucionado en el marketing digital en los últimos años, la cual muchos negocios lo

implementaron como otra estrategia ya que esta red permite que muestren los productos y se viralice en todas partes a nivel mundial. Esto permite que los negocios tengan alcance en el mercado, les permita mejorar en la atención al cliente y así lograr tener clientes nuevos y posibles compradores potenciales.

Establecer el día y la hora de la publicación y obtener medidas métricas detalladas son una de sus cuentas funcionalidades extras, las cuales además traen consigo beneficios relevantes para el comercio en cuestión, debido a que se dispone de una Fanpage donde se comparte contenido solamente del tipo comercial, o sea son anuncios con el propósito de lograr la comercialización de los productos, y podría ser un punto a favor que se aplique una plataforma de social media como Facebook Ads, Instagram Ads, ,etc, para lograr una mejora de la administración de marketing digital en la empresa Bellnovainser.

Factores clave para el éxito del comercio electrónico

Varios factores han jugado un papel importante en el éxito de un negocio de comercio electrónico. Entre ellos (Arias, 2015)

- Crear un valor al cliente: los vendedores tienen la posibilidad de conseguirlo ofreciendo un producto o una línea de productos que atraigan a los consumidores potenciales a un precio competitivo, tal como lo harían en un entorno no electrónico.
- Brindar un servicio conveniente y cumplimiento al proporcionar una experiencia de compra amigable e interactiva donde esto se puede lograr en una situación cara a cara.
- Mostrar un sitio web llamativo con colores, gráficos, animaciones, imágenes, fuentes y espacios en blanco puede aumentar el éxito en este campo.

- Motivar con unos incentivos para los clientes, esto permitirá comprar y volver: las promociones de ventas tienen la posibilidad de integrar cupones, ofertas especiales y descuentos. Las webs unidas por enlaces y los programas de publicidad pueden ayudar en este aspecto.
- Facilitar la atención personalizada: se pueden encontrar páginas web dedicadas, recomendaciones de compra personalizadas y posibles ofertas especiales que allanan el camino para un contacto personal alternativo.
- Crear un sentido de comunidad: las áreas de chat, los foros, los registros de clientes, los programas de fidelización y los programas de relaciones pueden ayudar.
- Proporcionar confianza y seguridad empleando servidores paralelos, redundancia de maquinaria, tecnología de seguridad en averías, el cifrado de la información y los cortafuegos pueden ampliar estos requisitos.

Características del Marketing Digital

El marketing digital tiene unas características propias que lo distinguen del marketing tradicional. A continuación, se dan a conocer las siguientes características según (Sordo, 2021)

- **Segmentación**

No hay duda de que la segmentación es la característica número uno que puede diferenciar el marketing digital del marketing tradicional. Pero en marketing digital, la segmentación pretende ser menos invasiva y centrarse en un público limitado. Además, analiza el comportamiento del consumidor, para tener una idea más sólida de lo que quieren los clientes, cuándo quieren conseguirlo y la mejor manera de llegar a ellos.

- **Precio**

El marketing digital es asequible y apto para todo tipo de presupuestos. Por lo tanto, el 60% de los especialistas prefieren este método. Está diseñado de acuerdo a las necesidades y objetivos comerciales de las organizaciones, lo que lo convierte en una estrategia versátil, ya sea para pequeñas empresas o grandes corporaciones.

Otra característica del marketing digital es que las empresas o marcas tienen la capacidad de controlar sus campañas, lo que les permite medir los resultados de manera oportuna y determinar si sus actividades son exitosas. Alcance de los objetivos de negocio

- **Audiencia Definida**

El marketing digital está muy fragmentado. Esto da, como entrada, una audiencia más específica a la que apuntar. Si bien es cierto el marketing tradicional puede tener una gran audiencia, pero no se enfoca en dirigirse a usuarios interesados, por lo que el marketing digital ayuda a comercializar productos o servicios de muchas maneras, con capacidades como la edad, la ubicación, los intereses, las necesidades y las preferencias.

- **Intención de compra**

Gracias a técnicas efectivas de marketing digital, como la optimización de motores de búsqueda (SEO), estas son personas que, en base a una investigación previa con palabras clave, tienen la oportunidad de llegar a portales, blogs o redes. Comunidad. De esta forma, las personas que encuentren el producto o servicio serán exactamente lo que buscan.

- **Duración de impacto**

La publicidad televisiva puede tener un gran impacto, pero no hará que perdure para siempre en la memoria de la audiencia. Esto no sucede con el marketing digital. Por consiguiente, otra de las propiedades del marketing digital es la longevidad o la duración de

efecto, estas características cuentan con muchas técnicas y tácticas que ayudan a obtener beneficios a largo plazo; de esta forma se poseen: marketing de clip de video, redes sociales, blogs y la construcción de contenido.

- **Medición de rentabilidad**

En las características del marketing digital, se sabe que todas sus estrategias son medibles para comprobar su desempeño. Al desarrollar una estrategia, tiene la capacidad de realizar un seguimiento de la participación de los clientes potenciales y las tasas de participación.

Otro punto importante es la medición de los esfuerzos de marketing, y ahora todas las redes sociales y sitios web tienen las herramientas para evaluar su rendimiento diario, como la cantidad de personas que visitaron la página. Tu sitio web, cuántas personas se han suscrito a tu blog, cuántas personas han descargado tu e-book, etc. Por ahora, esta herramienta permitirá la medición, el análisis e incluso cambios oportunos en las estrategias si no funcionan.

Objetivos del Marketing Digital

Otro tema importante del marketing digital es que las metas que una persona aspira a alcanzar, estén alineadas con las metas; No hay razón para las campañas. Los objetivos de marketing digital son exactamente los que desea alcanzar; Esta es la dirección de sus campañas. Para identificarlas, es importante analizar cuáles son las áreas de oportunidad y debilidad. De esta manera, se puede tener un camino más enfocado y claro para saber dónde quiere ir y lo que necesita hacer para llegar allí. (Sordo, 2022)

El autor menciona algunos objetivos más comunes que son:

- **Atracción de nuevos clientes:** Las tácticas aplicadas deben centrarse en mejorar las tasas de conversión. Es decir, hacer que el usuario realice una acción específica, como descargar, comprar, suscribirse, entre otras.

- Fidelización de clientes: Cuesta de 5 a 25 veces menos retener a un comprador existente que encontrar uno nuevo. Por lo tanto, si una empresa quiere que sus nuevos consumidores queden satisfechos, se puede crear una campaña de marketing digital dirigida a brindarles una mejor experiencia de compra para potenciar su participación.
- Reconocimiento de marca: estas tácticas se enfocan en posicionar la marca o organización en el mercado. Cada una de las estrategias tienen que centrarse en el branding para que el producto o servicio tengan un efecto en el público objetivo de cada empresa.
- Aumento de ventas: cada organización anhela vender más, sin embargo, no todas aplican correctamente las estrategias primordiales para lograrlo. Estas tácticas tienen que orientarse al crecimiento de las transacciones, además brindar una buena vivencia del comprador. Esto les garantiza a los consumidores que la compañía cuenta con distintas posibilidades u opciones para que sus compras sean simples de hacer; como por ejemplo aplicando diferentes maneras de pago o envíos gratis.

Toda organización sea macro o micro requiere tener buenas tácticas de publicidad para colocarse en lo mayor viable en el mercado. Estas ideas poseen su centro en vender productos o servicios de calidad para saciar las necesidades de los consumidores. La publicidad además se ha vuelto un instrumento fundamental para toda clase de comercio y ha pasado de ser únicamente un componente disponible a uno indispensable en el mercado.

El triunfo que logre llegar a tener una compañía no constantemente es dependiente del tiempo que se invierta en ella, ni de capital con el que se cuente, ni de los productos que da; sino

además de las ventas que se puedan. La mejor manera de hacer ventas es informando al comprador lo cual se tiene, tal esas personas interesadas lo verán una enorme posibilidad de saciar sus necesidades. La publicidad es una manera de comunicación que si bien no se da cara a cara causa un extenso alcance e aspira incrementar el consumo de un producto o servicio, el procedimiento de la publicidad es pagada por un patrocinador, además se puede hacer uso de los influencias quienes traen consigo un enorme conjunto de individuos detrás que tienen la posibilidad de transformarse en consumidores inmediatos, en ella se puede exponer al comprador los múltiples usos que se le puede ofrecer a un producto o en qué casos podría ser empleado, además de exaltar sus cualidades sobre otras marcas.

Es por esta razón que las frases, imágenes y medios empleados en la generación de una publicidad, tienen que ser exactos, con las propiedades de los individuos a las que se busca influenciar.

Importancia de las capacitaciones en el Marketing Digital

El marketing digital está en constante evolución. Y realmente sucede que lo que aprendí sobre marketing digital hace 5 o 10 años no funciona de la misma manera que ahora. El proceso de crecimiento de una empresa toma más tiempo, en un área geográfica particular y sin duda requiere más inversión de capital.

Para la estrategia de marketing digital, se han eliminado muchas barreras y ahora es más fácil llegar a diferentes mercados y medir los resultados de tus esfuerzos. El marketing digital no es un pasatiempo secundario para las empresas, es un área de crecimiento importante para seguir creciendo. (Barraza, 2021)

Como último punto cabe recalcar que la capacitación en el personal de una empresa es importante ya que esto permite fortalecer los conocimientos de cada empleador. Para capacitar al

equipo además se debe evaluar el potencial de incremento y las capacidades de todos los individuos que lo unen. Esto permitirá escoger a el empleador adecuado a capacitar y tenga los conocimientos suficientes para cursar. El departamento o área de marketing de una organización algunas veces no se le da el valor elemental, o es un diminuto departamento que quizá lo tengas ya que en algún momento viste que en una organización se debería tener.

En la empresa Bellnovainser es fundamental que se realicen capacitaciones a su personal, debería ser un proceso constante ya que la realidad, la tecnología y los conocimientos no cesan de modificar y de realizarse.

RESULTADOS

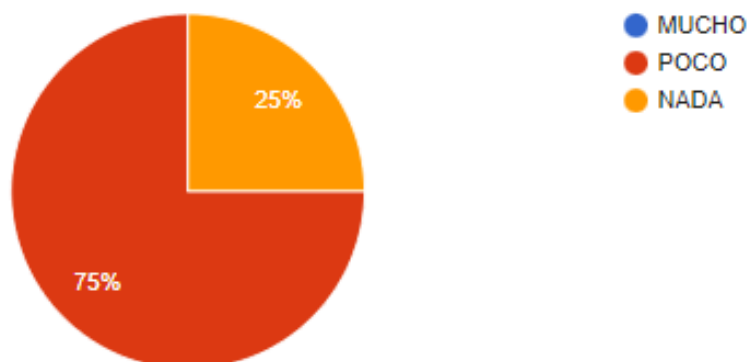
Los resultados obtenidos gracias a la aplicación de la encuesta al propietario y colaboradores permitieron conocer la realidad en temas del uso del marketing digital. Ha sido evidente percibir que el propietario no le otorga trascendencia al marketing digital como medio para difundir sus productos, ofrendando beneficios por medio de una publicidad que capte la atención poblacional, lo cual denota el déficit en los servicios que brindan a pesar de los cambios con los que la nueva generación cuenta.

Con la interacción de la encuesta ha sido simple decidir que el propietario y colaboradores mayormente no poseen entendimiento alguno del beneficio que brindan las redes sociales y la tecnología para hacer publicidad, no confían en demostrar sus contenidos por dichos medios y escoge otras posibilidades más frecuentes una de esas es la venta física.

Se debería llevar a cabo a partir de otra visión que posibilite un mejoramiento de los procesos anteriormente hechos a la empresa Bellnovainser, el indicativo para llevar un mejor control del marketing digital, van a ser las métricas de redes sociales, debido a que la empresa dispone de una Fanpage pero no es manejada correctamente, la misma que administrada de manera idónea, a la compañía trae resultados positivos por la audiencia en los medios sociales.

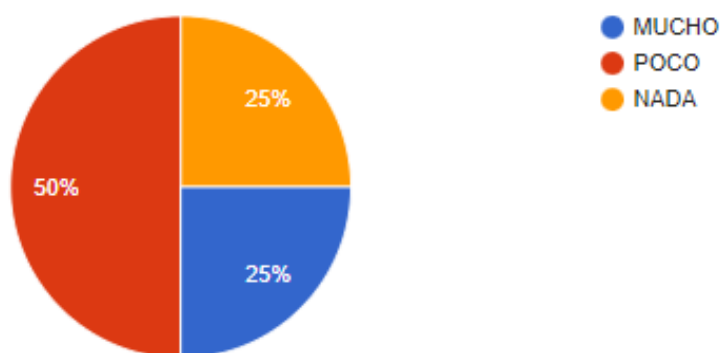
Cuestionario de encuesta realizada

1. ¿Qué nivel de conocimientos tiene sobre el Marketing Digital?



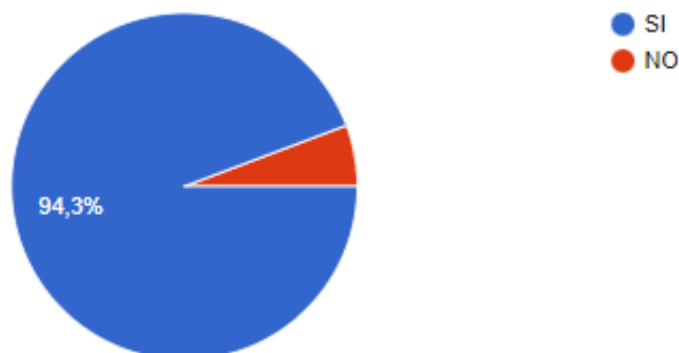
Análisis: Es observable que el 75% de los encuestados tienen poco conocimiento sobre el marketing digital pero tal vez no se animan a usar dichos recursos ya que no se encuentran suficientemente capacitados sobre el tema.

2. ¿Conoce los beneficios que trae el marketing digital?



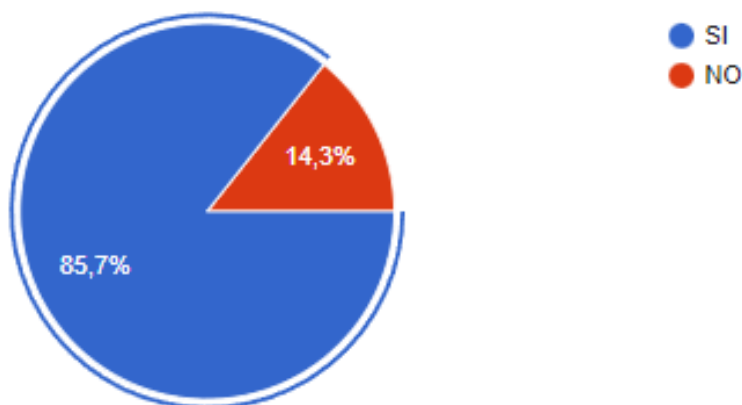
Análisis: Se pudo notar que el 50% de los encuestados tienen poco conocimiento sobre los beneficios que tiene el marketing digital, el cual esto perjudica a la empresa ya que no cuenta con más alternativas para que puedan ofrecer los productos.

3. ¿Creé usted que el marketing digital es más creativo y atractivo que la publicidad tradicional?



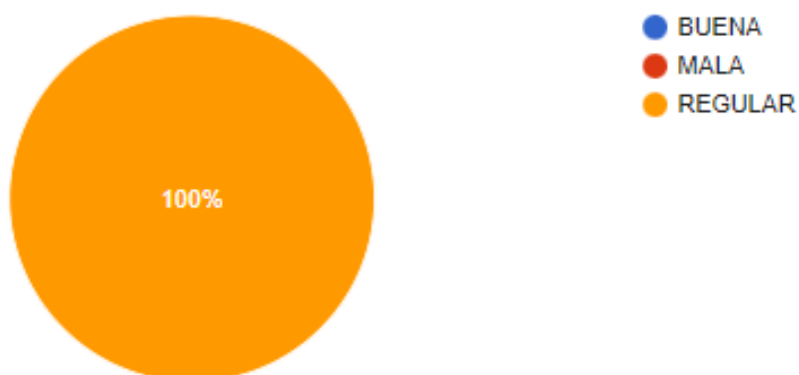
Análisis: En la encuesta realizada el 94,3% de los encuestados piensan que el marketing digital es más atractivo, aunque hay un pequeño porcentaje que no piensa lo mismo, quizás se debe que no se sienten seguros a usar herramientas ya que estas acostumbrado al marketing tradicional o la venta directa.

4. ¿Cree que el marketing digital requiere una gran inversión?



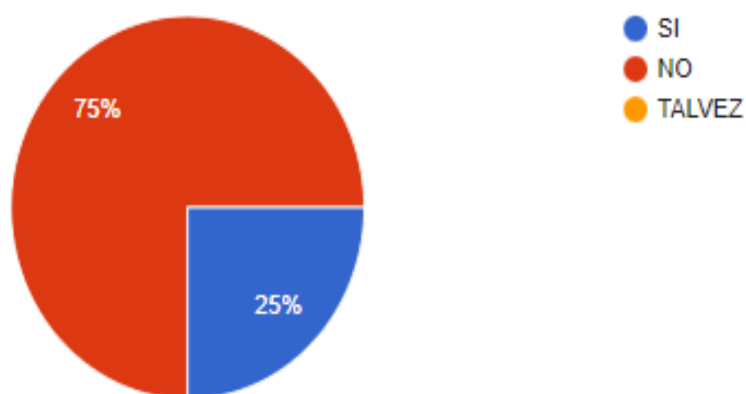
Análisis: El 85.7% de los encuestados piensan que invertir en marketing digital tiene más inversión, esto indica que no tienen el conocimiento suficiente y no se sienten aptos para invertir en estas herramientas.

5. ¿Cómo califica la publicidad que tiene Bellnovainser?



Análisis: Se obtiene que el 100% de los encuestados califican la publicidad de la empresa como regular, esto indica el fortalecimiento en las plataformas digitales para que pueda captar la atención del público.

6. ¿Ha visto alguna publicidad en plataformas digitales que promocionen los productos de Bellnovainser?



Análisis: Se pudo evidenciar que el 75% de los encuestados no han visto publicidad en plataformas digitales de la empresa, se puede decir que la falta de cultura, conocimiento y el mercado está tan saturado de marketing que la población ha aprendido a ignorarla.

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En la empresa Bellnovainser se pudo evidenciar el poco entendimiento que el propietario posee acerca del asunto de Marketing digital, y no le brinda la utilización apropiada, debido al miedo de ser hackeado o por el desconocimiento que poseen sobre el desempeño y las tácticas más versátiles que en la actualidad el marketing digital brinda.

Cabe recalcar que todavía se sigue implementando el marketing clásico como procedimiento para captar la atención de los consumidores, y no se proyecta a los cambios y creaciones que facilitan la comunicación online, considerándolo un recurso innecesario en el momento de ofertar los productos.

La aplicación del marketing digital en Belnovainser se lleva de una manera bastante usual y poco positiva, al no ocupar un tipo de herramienta que posibilite evaluar los resultados que se van teniendo, medir el alcance publicitario y sacar más beneficio a los instrumentos por medio de redes sociales como lo son Facebook, WhatsApp, Instagram, entre otras. Se estima emplearse la plataforma Facebook e Instagram como medio para generar una sociedad donde los individuos interactúen con la empresa.

CONCLUSIÓN

El marketing digital es una eficaz y correcta herramienta para toda clase de comercio sin que importe su naturaleza, tamaño o sector respectivo, por lo cual se concluye que para la empresa Bellnovainser en la ciudad de Babahoyo podría ser un aporte positivo, se realiza una mejora del marketing digital en su comercio, llegando a más grande número de usuarios y de esta forma se realizaría evidente superiores resultados en el campo comercial. frente a las falencias de no aplicar el marketing digital es importante que se considere ocupar herramientas en los ámbitos digitales.

Las plataformas que se vuelven ideales para la organización son Facebook Ads e Instagram Ads, debido a que con ellas se cubre esos errores en la gestión del comercio y de esta forma se puede desarrollar un marketing digital efectivo para la empresa. Los consumidores tienen en sus manos el poder de desacreditar la empresa o de hacer que está triunfe debido a las múltiples herramientas de difusión en línea, por lo cual al utilizar marketing digital en la empresa Bellnovainser se debería considerar que el contenido a exponer debería tener un enfoque que brinde beneficio al público de forma que se consiga atraer la más grande audiencia viable para la empresa.

RECOMENDACIÓN

Es fundamental que la empresa Bellnovainser cuente con tácticas de ventas por medio de la utilización único del marketing digital, en la que le posibilite crecer a grado local y nacional, además, priorizar los conocimientos con los que cuentan ciertos empleados, erradicando tal cual el procedimiento tradicional, lo cual seguramente les ayudará a mejorar su nivel de ventas. Se recomienda lo siguiente

- Producir contenidos en las páginas Facebook e Instagram
- Mantenerse actualizado con las innovaciones tecnológicas
- Establecerse metas
- Realizar constantes capacitaciones al personal de ventas

REFERENCIAS

- Arias, A. (15 de Julio de 2015). Recuperado el 14 de July de 2022, de Google BOOKS:
https://books.google.es/books?id=egTPCgAAQBAJ&dq=Caracter%C3%ADsticas+del+Marketing+Digital++&lr=&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Barraza, C. (23 de September de 2021). *La importancia de la capacitación en marketing digital*. Recuperado el 16 de July de 2022, de Carlos Barraza:
<https://barrazacarlos.com/es/importancia-capacitacion-marketing-digital/>
- BARZOLA, L., JARA, J., & AVILES, P. (01 de OCTUBRE de 2019). *Importancia del Marketing Digital en el Comercio Electrónico*. Obtenido de
<https://revista.estudioidea.org/ojs/index.php/eidea/article/view/14>
- Bello, E. (4 de May de 2020). *Google Trends: qué es y cómo utilizarlo en una estrategia SEO*. Recuperado el 12 de July de 2022, de IEBS: <https://www.iebschool.com/blog/google-trends-que-es-seo-sem/>
- Chris, A. (22 de mayo de 2017). *Qué es el Marketing digita*. Obtenido de
<https://www.facebook.com/pdempresas/photos/qu%C3%A9-es-el-marketing-digital-seg%C3%BAAn-alex-chris-de-reliablesoftnet-es-la-construcci/411400895925229/>
- Cuevas, S. (23 de January de 2017). *Falta de marketing digital 'sepulta' a empresas: Oracle*. Recuperado el 8 de July de 2022, de El Financiero:
<https://www.elfinanciero.com.mx/power-tools/falta-de-marketing-digital-sepulta-a-empresas/>
- El Universal. (3 de March de 2016). *¿Por qué es importante el Marketing Digital en las empresas?* Recuperado el 8 de July de 2022, de El Universal:

<https://www.eluniversal.com.co/tecnologia/por-que-es-importante-el-marketing-digital-en-las-empresas-220696-CREU325304>

Escorihuela, A. (8 de April de 2022). ▷ *¿Qué es Google My Business y cómo funciona?*

Recuperado el 12 de July de 2022, de InboundCycle: <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/google-my-business-que-es-como-funciona>

Facchin, J. (2021). *¿Qué es Google Ads (Adwords) y cómo funciona esta plataforma?* Recuperado

el 12 de July de 2022, de José Facchin: <https://josefacchin.com/google-ads-adwords/>

Fernando Viteri Luque, Luis Alemán Herrera Lozano, & Luis Alemán Herrera Lozano. (2018).

Importancia de las Técnicas del Marketing Digital. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6732914>

Fuente, O. (19 de April de 2022). *Marketing Digital: Qué es y sus ventajas*. Recuperado el 6 de

July de 2022, de IEBS: <https://www.iebschool.com/blog/que-es-marketing-digital-marketing-digital/>

Galiana, P. (19 de May de 2021). *TikTok: qué es, cómo funciona y por qué debes valorarla en la*

estrategia de tu empresa. Recuperado el 14 de July de 2022, de IEBS: <https://www.iebschool.com/blog/tiktok-estrategia-redes-sociales/>

Habyb, S. (13 de abril de 2017). Recuperado el 8 de July de 2022, de

https://ibukku.com/products/marketing-digital?_pos=1&_sid=173ece2ed&_ss=r

Lipinski, J., & Ospina, A. (7 de January de 2022). *Conoce 8 herramientas de Marketing Digital*

para potenciar tu estrategia online. Recuperado el 12 de July de 2022, de RD Station: <https://www.rdstation.com/es/blog/herramientas-marketing-digital/>

- Órtegon, c. (1 de February de 2019). *11 estrategias de marketing digital que debes conocer ya mismo*. Recuperado el 12 de July de 2022, de Inmarketing: <https://blog.inmarketing.co/blog/las-mejores-estrategias-de-marketing-digital>
- Reul, M. (14 de April de 2021). *¿Qué es el email marketing y cómo te puede ayudar a aumentar tus conversiones?* Recuperado el 12 de July de 2022, de Sendinblue: <https://es.sendinblue.com/blog/que-es-el-email-marketing/>
- Roldan Zulaga, S. (2018). *Lo que viene en el Marketing Digital 2018*. Obtenido de <https://www.santiagoroldan.co/2017/12/lo-que-viene-en-el-marketing-digital-2018/>
- Russo, A. (27 de October de 2021). *Google Analytics: qué es y cómo hacer la configuración inicial*. Recuperado el 12 de July de 2022, de RD Station: <https://www.rdstation.com/es/blog/google-analytics/>
- Sordo, A. I. (20 de April de 2021). Recuperado el 14 de July de 2022, de <https://blog.hubspot.es/marketing/guia-completa-estrategia-marketing-digital>
- Sordo, A. I. (20 de April de 2022). Recuperado el 16 de July de 2022, de <https://blog.hubspot.es/marketing/guia-completa-estrategia-marketing-digital>
- Tomas, D. (8 de January de 2019). *¿Qué son los social ads? Plataformas y ejemplos de la publicidad en redes sociales*. Recuperado el 12 de July de 2022, de Cyberclick: <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/que-son-los-social-ads-plataformas-y-ejemplos-de-la-publicidad-en-redes-sociales>

ANEXO**CUESTIONARIO DE ENCUESTA REALIZADA****1. ¿Qué nivel de conocimientos tiene sobre el Marketing Digital?**

Mucho

Poco

Nada

2. ¿Conoce los beneficios que trae el marketing digital?

Mucho

Poco

Nada

3. ¿Cree usted que el marketing digital es más creativo y atractivo que la publicidad tradicional?

Si

No

4. ¿Cree que el marketing digital requiere una gran inversión?

Si

No

5. ¿Cómo califica la publicidad que tiene Bellnovainser?

Buena

Regular

Mala

6. **¿Ha visto alguna publicidad en plataformas digitales que promocionen los productos de Bellnovainser?**

Si

No

Talvez

CARTA DE AUTORIZACION

Multicomercio

Babahoyo, 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 **Bellnovainser S.A** de la ciudad de Babahoyo de la Provincia de los Ríos. Por medio de la presente me dirijo a usted para comunicarle que se ha **AUTORIZADO** a la estudiante **VICUÑA PARRALES MARIAMALIA SOFIA** 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: **ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL EN LA EMPRESA BELLNOVAINSER S.A DE LA CIUDAD DE BABAHOYO PERÍODO 2021** el cual es requisito indispensable para poder titularse.

Sin otro particular me suscribo de usted

Atentamente

BELL NOVAINSER S.A.
RUC: 1291724414001

Juan Alipio Sobenis Cortez

C.I. 120317503-7

gerencia@bellnovainser.ec

CERTIFICADO ANTIPLAGIO



CERTIFICADO DE ANÁLISIS
magister

Vicuña Parrales Mariamalia Sofia

6%
Similitudes

0% Texto entre comillas
0% similitudes entre comillas
0% Idioma no reconocido

Nombre del documento: Vicuña Parrales Mariamalia Sofia.docx
Tamaño del documento original: 742,81 ko
Autor: []

Depositante: undefined undefined
Fecha de depósito: 18/8/2022
Tipo de carga: url_submisión
fecha de fin de análisis: 18/8/2022

Número de palabras: 7243
Número de caracteres: 47.038

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes principales detectadas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	dspace.utb.edu.ec http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/49000/11763/3/E-UTB-FAFI-COM-000034.pdf.txt 1 fuente similar	2%		Palabras idénticas: 2% (145 palabras)
2	www.eluniversa.com.co ¿Por qué es importante el Marketing Digital en las empres... https://www.eluniversa.com.co/tecnologia/por-que-es-importante-el-marketing-digital-en-las-empresas...	1%		Palabras idénticas: 1% (92 palabras)
3	www.santiagoroldan.co Lo que viene en el Marketing Digital 2018 - https://www.santiagoroldan.co/2017/12/lo-que-viene-en-el-marketing-digital-2018/	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (56 palabras)
4	dspace.utb.edu.ec http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/49000/11478/3/E-UTB-FAFI-CA-000642.pdf.txt	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (41 palabras)
5	Titulación, Diana Dicao, desarrollo estudio de caso.docx DICA TORRES DI... #c13451 El documento proviene de mi grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (37 palabras)

Fuente con similitudes fortuitas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	www.rdstation.com Conoce 8 herramientas de Marketing Digital para potenciar tu ... https://www.rdstation.com/es/blog/herramientas-marketing-digital/	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (22 palabras)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas) Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

- <https://revista.estudioidea.org/ojs/index.php/eidea/article/view/14>
- <https://josefacchin.com/google-ads-adwords/>
- <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6732914>
- https://ibukku.com/products/marketing-digital?_pos=1&_sid=173ece2ed&_ss=r
- <https://blog.hubspot.es/marketing/guia-completa-estrategia-marketing-digital>

RUC DE LA EMPRESA

SRI**Certificado**
Registro Único de Contribuyentes

Razón Social	Número RUC
BELLNOVAINSER S.A. SERVICIOS DE INNOVACION INFORMATICA COMPUTARIZADAS	1291724414001

Representante legal
SOBENIS CORTEZ JUAN ALIPIO

Estado	Régimen
ACTIVO	REGIMEN GENERAL

Inicio de actividades	Reinicio de actividades	Cese de actividades
07/11/2007	No registra	No registra

Fecha de constitución
07/11/2007

Jurisdicción	Obligado a llevar contabilidad
ZONA 5 / LOS RIOS / BABAHOYO	SI

Tipo	Agente de retención
SECTOR PRIVADO	SI

Domicilio tributario**Ubicación geográfica**

Provincia: LOS RIOS **Cantón:** BABAHOYO **Parroquia:** CLEMENTE BAQUERIZO

Dirección

Calle: GENERAL BARONA **Número:** S/N **Intersección:** 27 DE MAYO Y PEDRO CARBO
Edificio: BELL NOVAINSER S.A. **Referencia:** DIAGONAL AL PARQUE INFANTIL

Actividades económicas

- G474111 - VENTA AL POR MENOR DE COMPUTADORAS Y EQUIPO PERIFÉRICO COMPUTACIONAL EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS.
- N77301603 - ALQUILER CON FINES OPERATIVOS DE MAQUINARIA Y EQUIPO DE OFICINA SIN OPERADOR: COMPUTADORAS Y EQUIPO PERIFÉRICO.
- G465202 - VENTA AL POR MAYOR DE TELÉFONOS Y EQUIPOS DE COMUNICACIÓN.
- G45400102 - VENTA AL POR MENOR DE MOTOCICLETAS, INCLUSO CICLOMOTORES (VELOMOTORES), TRICIMOTOS.
- S95110101 - REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO DE: COMPUTADORAS DE ESCRITORIO, COMPUTADORAS PORTÁTILES, SERVIDORES INFORMÁTICOS, COMPUTADORAS DE MANO (ASISTENTES DIGITALES PERSONALES), UNIDADES DE DISCO MAGNÉTICO, UNIDADES DE MEMORIA USB Y OTROS DISPOSITIVOS DE ALMACENAMIENTO; UNIDADES DE DISCO ÓPTICO (CD-RW, CD-ROM, DVD-ROM, DVD-RW), MÓDEMS INTERNOS Y EXTERNOS, IMPRESORAS, PANTALLAS, TECLADOS, RATONES, PALANCAS DE MANDO Y BOLAS RODANTES, PROYECTORES INFORMÁTICOS, ESCÁNERES, INCLUIDOS LECTORES DE CÓDIGO DE BARRAS.
- G474200 - VENTA AL POR MENOR DE EQUIPOS DE RADIO, TELEVISIÓN Y ESTEREOFÓNICOS, REPRODUCTORES Y GRABADORES DE CD Y DVD EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS.
- G477205 - VENTA AL POR MENOR DE PERFUMES, ARTÍCULOS COSMÉTICOS Y DE USO PERSONAL EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS (PANALES).
- G465101 - VENTA AL POR MAYOR DE COMPUTADORAS Y EQUIPO PERIFÉRICO.