



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA.**  
**PROCESO DE TITULACIÓN**  
**NOVIEMBRE 2023 – MARZO 2024**  
**EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA**  
**PRUEBA PRÁCTICA**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:**  
**LICENCIATURA EN COMERCIO**

**TEMA:**

**ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL EN EL ALMACÉN DON PATO  
“Jr.” UBICADO EN LA CIUDAD DE BABAHOYO EN EL AÑO 2023**

**ESTUDIANTE:**

**ESTEFANY GABRIELA VERA AGUILAR**

**TUTOR:**

**ING MARIO ALBERTO TOUMA FAYTONG**

**AÑO 2024**

## Resumen

Aplicar las estrategias de marketing digital en empresas es esencial para el crecimiento y la relevancia en el entorno empresarial actual las tendencias de consumo están obligando a las marcas a utilizar enfoques digitales para alcanzar y cautivar audiencias. Implementación efectiva de estrategias de marketing digital promueve el crecimiento empresarial sostenible.

La empresa Don Pato “Jr.” es una empresa reconocida en la ciudad de Babahoyo. Este estudio de caso tiene como objetivo buscar la presencia online para tener una conexión con sus clientes y ampliar sus capacidades digitales. Don Pato “Jr” ha demostrado un compromiso duradero con la excelencia con la calidad de sus productos y servicios, Sin embargo, en el medio digital actual, la adopción de estrategias y marketing digital se presenta como un catalizador esencial para mantener y mejorar su posición competitiva. Se destaca la importancia de implementar una estrategia y marketing digital como método para la empresa, ya que cada vez que las personas, en especial los jóvenes, comprenden la importancia de digitalizar los mercados, al permitir realizar compras desde cualquier lugar donde se encuentren por medio de computadoras o dispositivos móviles, el marketing digital se ha convertido en la clave para conocer y satisfacer las necesidades de los usuarios y clientes potenciales. Por ello, continúa avanzando para convertirse en un aspecto central de los negocios en la actualidad y en el futuro.

**Palabras claves:** estrategias, marketing, marketing digital, clientes

## **Abstract**

Applying digital marketing strategies in companies is essential for growth and relevance in today's business environment. Consumer trends are forcing brands to use digital approaches to reach and captivate audiences. Effective implementation of digital marketing strategies promotes sustainable business growth.

The company Don Pato "Jr" is a recognized company in the city of Babahoyo. This case study aims to find an online presence to have a connection with your customers and expand your digital capabilities. Don Pato "Jr" has demonstrated a lasting commitment to excellence with the quality of its products and services. However, in today's digital environment, the adoption of digital marketing and strategies is presented as an essential catalyst to maintain and improve its position. competitive.

The importance of implementing a digital marketing and strategy is highlighted as a method for the company, since every time people, especially young people, understand the importance of digitizing markets, by allowing them to make purchases from wherever they are through computers or mobile devices, digital marketing has become become the key to knowing and satisfying the needs of users and potential clients. Therefore, it continues to advance to become a central aspect of business today and in the future.

**Keywords:** strategies, marketing, digital marketing, clients

## Contenido

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	5
JUSTIFICACIÓN .....	6
OBJETIVOS .....	7
LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN.....	8
MARCO CONCEPTUAL .....	9
MARCO METODOLÓGICO .....	21
RESULTADOS .....	23
DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	27
CONCLUSIONES .....	28
RECOMENDACIONES.....	29
REFERENCIAS .....	30
ANEXOS .....	32

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

El presente caso de estudio está dirigido a la empresa Don Pato “Jr.” ubicado en la ciudad de Babahoyo dedicada a la comercialización de una gran variedad de productos como ropa para niños y adultos, además de artículos como coches, cunas, vehículos, entre otros. En Ecuador, el marketing digital en las empresas ha experimentado un impulso significativo en los últimos años, reconociendo la importancia de tener una presencia en línea sólida y están invirtiendo en estrategias digitales para obtener a su público objetivo de manera efectiva.

Ahora, es importante entender qué es exactamente el marketing digital. En pocas palabras, se refiere al conjunto de técnicas y estrategias utilizadas para promocionar productos o servicios a través de canales digitales, como sitios web, redes sociales, correos electrónicos, aplicaciones móviles, entre otras. El objetivo principal del marketing digital es generar conocimiento de marca, leads y aumentar las ventas.

Hoy en día las redes sociales se han convertido en una herramienta indispensable para todo tipo de empresas PYMES. El almacén Don Pato "Jr" un problema que presenta es la falta de estrategia de marketing digital. Cuentan con una escasa dinámica en las plataformas digitales siendo una gran desventaja debido a que las redes sociales son esenciales para el éxito de una empresa en el entorno digital actual y reduce la exposición a una audiencia más diversa. Además, el contenido desactualizado o poco atractivo en su sitio web puede disuadir a los visitantes.

## **JUSTIFICACIÓN**

Es necesario adaptarse al entorno digital, ya que los cambios en el comportamiento del consumidor son inevitables para acoplarse a las tendencias del mercado. El marketing digital permite a las empresas mantenerse actualizado en redes sociales para poder responder de manera flexible a las necesidades cambiantes de los clientes.

El objetivo de las estrategias del marketing digital es demostrar la necesidad que tienen las empresas en la implementación de estas herramientas digitales por lo cual ayudan a ser reconocidos en el mercado, dichas estrategias brindan un mayor beneficio para el crecimiento de una empresa, es importante que los negocios aumenten el número de clientes y esto nos permite alcanzar y generar audiencia más amplia y diversidad en línea.

La falta de ausencia del marketing digital provoca que no sea una empresa competitiva de varias maneras, teniendo un impacto negativo en el reconocimiento de la marca de sus productos y la participación del cliente, lo cual genera una barrera para poder adaptarse a las tendencias del mercado. Una manera de subir potencial en la empresa Don Pato “Jr” es implementar agentes económicos que actúen de forma independiente para alcanzar una ventaja en los productos y servicios del mercado y se vuelvan exitosos. Si la empresa tiene un enfoque claro y con buena acogida por los usuarios percibirán más atractivo sus productos que a los de su competencia en el mercado laboral.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

Analizar las Estrategias de Marketing Digital en la Empresa Don Pato “Jr” ubicado en la ciudad de Babahoyo en el año 2023.

### **Objetivos específicos**

Conocer la frecuencia del uso de las herramientas digitales de los clientes del almacén Don Pato “Jr” mediante encuestas.

Diagnosticar la situación actual del marketing en el almacén Don Pato “Jr” mediante entrevista al jefe del almacén Don Pato “Jr”.

Determinar las estrategias de marketing digital que permitan el mejoramiento de las ventas del almacén Don Pato “Jr”.

## **LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN**

La línea de investigación de la Facultad de Administración, Finanzas e Informática con la que se relaciona el presente estudio de caso es Gestión Financiera, Administrativa y Compromiso Social porque la empresa Don Pato “Jr” se dedica a la comercialización y gestión administrativa del presupuesto, incluido el marketing digital permitiendo obtener los recursos para tener una mejor proyección utilizando las herramientas digitales que establezcan eficientemente el aumento, el retorno de las inversiones y ganancias a beneficio del almacén.

La sublínea de investigación es Empresas e Instituciones Públicas y Privadas, por motivo que la empresa busca estrategias de marketing digital para tener mejor aceptación de su marca a través de las redes sociales y consolidar su presencia online.



## **MARCO CONCEPTUAL**

### **Marketing**

El marketing es un modelo empleado por las empresas con la finalidad de planificar técnicas y estrategias para generar un aumento en las ventas, analizar el mercado, identificar necesidades y dar a conocer los productos y servicios que ofrece dicha empresa.

La palabra marketing proviene de su traducción del inglés “mercadeo” o “mercadotecnia”, haciendo referencia principalmente a la compra y venta de productos por parte de una empresa, el marketing abarca un sinnúmero de procesos y acciones centradas en comprar y vender (Fernandez, 2020).

Hoy en día el marketing se centra en analizar a los consumidores y clientes para obtener datos de valor y aplicarlos en futuras producciones, de esta manera la empresa conocerá las necesidades de una población en específico, lo que genera gran ventaja respecto a los competidores. El marketing es un proceso complejo que abarca aspectos como la psicología, sociología, administración, comunicación y publicidad.

El marketing a su vez también emplea técnicas como la publicidad, el marketing digital, el denominado marketing de influencers y la comunicación pública, partiendo desde allí, el marketing busca analizar el mercado para elaborar nuevas estrategias de negocio, se centra en investigar las principales necesidades y deseos del consumidor para elaborar un producto o servicio que los cubra y/o resuelva (Vicuña, 2021).

Los datos recopilados a través de las técnicas de marketing ayudan al diseño de estrategias centradas en el cumplimiento de los objetivos de la empresa. Debido a la existencia de un número alto de técnicas de marketing es necesario seleccionar la mejor opción en función de las necesidades y objetivos de la empresa, una de las más seleccionadas es la publicidad, el cual permite un aumento en el número de ventas (Jara, 2021).

Toda aplicación de marketing debe regirse por un plan, generalmente se siguen tres principales pasos, los cuales son conocer, diseñar y fidelizar; este plan de marketing busca la obtención de nuevos clientes, escuchar las opiniones de los mismos sobre el producto para mejorarlo y fidelizarlos para que sean compradores constantes (Campo, 2023).

El conocer implica realizar una investigación del mercado, en busca de los deseos y necesidades de los futuros consumidores o clientes. Diseñar consiste en la creación de nuevas estrategias de marketing con la finalidad de mejorar el producto o servicio que ofrece una empresa, nunca dejando de lado que su finalidad es satisfacer las necesidades y deseos de los clientes. La fidelización consiste en cautivar de manera significativa a los clientes y crear lazos con el mismo a largo plazo, esto se genera mediante la escucha a la comunidad y la mejora de los productos.

### **Características del marketing**

Hoy en día el marketing es un elemento imprescindible en toda empresa que busque el éxito, consiste en un conjunto de planes cuidadosamente elaborados que buscan satisfacer las necesidades del cliente y cumplir con los objetivos de la empresa. El marketing posee algunas características, pero las más importantes son cuatro, estas permiten comprender la importancia y su influencia en el éxito de una empresa (Xie, 2021).

**Orientación al cliente:** Desde su implementación en las empresas, el marketing busca satisfacer las necesidades y deseos de los clientes, para ello es necesario conocer cuáles son esas necesidades y deseos, por lo que se segmenta el público objetivo para estudiarlo. Así se pueden elaborar productos y servicios basados en dichas necesidades o deseos.

**Valor para el cliente:** El marketing busca ofrecer productos y servicios mejores a los que ofrece la competencia, incluyendo aspectos como un precio menor; en la mayoría de los casos incluso ofrecen beneficios y características únicas para provocar una respuesta satisfactoria por parte del cliente. El servicio al cliente también es un aspecto que debe ser

bien cuidado por las empresas.

**Comunicación efectiva:** Un aspecto importante del marketing es la comunicación, el mensaje que se transmite al cliente debe ser adecuado según cada caso; la comunicación debe ser clara, persuasiva y adaptada al público con el que se tratara. La comunicación efectiva se lleva a cabo empleando diversos canales mediante el cual se da a conocer un producto o servicio: publicidad, relaciones públicas, marketing digital y promociones.

**Relaciones duraderas:** El marketing se enfoca en más que la venta de un producto o servicio, tiene la finalidad de crear un lazo con el cliente a largo plazo. Este aspecto fomenta la lealtad del cliente, con lo que hay un aumento en la confianza y se generan nuevos medios para la comunicación bidireccional. Las relaciones duraderas se forman a través de programas de fidelización, servicios postventa y atención de calidad.

### **Importancia del marketing para impulsar las marcas**

El marketing es un elemento indispensable para el éxito de una empresa, existen varias razones por la cual el marketing es importante para las empresas dentro de ellas tenemos:

**Desarrollo de la marca:** el marketing permite darles un distintivo a las empresas mediante el desarrollo de la marca, con esto se puede dar a conocer a las personas. Para que los consumidores se vayan familiarizando con la marca se puede hacer uso de estrategias como el branding, publicidad y promoción. Las personas confían más en las marcas ya conocidas que en las nuevas que van apareciendo en el mercado, por lo que es necesario ir escalando poco a poco hasta colocarse dentro de las mejores marcas (Palacios, 2021).

**Captación de clientes:** otra de las razones por la cual el marketing es importante es porque ayuda a identificar y cautivar nuevos clientes, esto mediante la aplicación de investigaciones de mercado y el estudio del público al que está dirigido, la mejor forma de

captar la atención de los clientes es mediante campañas con un mensaje llamativo que incluya cómo dicho producto o servicio puede resolver las necesidades del público.

**Diferenciación de la competencia:** en la calidad, existen un sin número de mercados que ofrecen productos y servicios parecidos, por lo que es necesario que las empresas se diferencien las unas de las otras. Las estrategias de posicionamiento y comunicación ayudan de manera significativa a diferenciarse de la competencia y sobresalir de entre ellas.

**Generación de ventas:** el marketing no solo se centra en vender un servicio o producto sino en que este solventa las necesidades del comprador. De una manera y otra este acto impulsa las ventas. Las campañas publicitarias, promociones, descuentos y otras estrategias también aportan de manera significativa en el incremento de las ventas.

**Fidelización de clientes:** obtener nuevos clientes está el mismo nivel de mantener a los que ya existen. El marketing crea una conexión sólida entre la empresa y los clientes, las empresas deben de generar una comunicación asertiva con el cliente para mantener su fidelización, además de ello, es necesario ofrecer ofertas de vez en cuando como método de agradecimiento. Otra ventaja de los clientes fidelizados es que son mucho más baratos que los nuevos clientes.

**Investigación del mercado:** el marketing implica un análisis de las necesidades de los futuros clientes, de esta manera, la empresa puede enfocarse en un producto o servicio que realmente se necesite. La investigación del mercado es un camino viable en la toma de decisiones y el desarrollo de productos enfocados en cubrir una necesidad.

**Adaptación al cambio:** el entorno de las empresas y los consumidores están en constante cambio, a medida que el tiempo avanza también avanzan las tecnologías y las necesidades de las personas cambian. A través del análisis constante de datos sobre tendencias, competencia y preferencias, las empresas pueden adaptarse rápidamente y mantenerse a flote.

**Rentabilidad:** un sinónimo de marketing es la rentabilidad, a medida que una empresa genera ventas, también crece a nivel de rentabilidad.

### **Beneficios del marketing**

El marketing ofrece varios beneficios a las empresas y es una de las razones principales por la que actualmente se sigue siendo utilizada, es capaz de posicionar muy alto a la empresa, así como aumentar su visibilidad y generar fidelización de los clientes.

Jara (2021), indica que otros beneficios del marketing en las empresas son:

**Ventaja competitiva.** El marketing genera una ventaja sobre las demás empresas gracias a que les permite destacar, esto se logra a través de las diversas herramientas y estrategias que ofrece.

**Conocer los clientes.** El marketing segmenta el mercado para realizar un estudio más óptimo sobre las necesidades de los consumidores, gracias a ello las empresas pueden determinar si es necesario realizar algún cambio en el producto o servicio según los requerimientos del consumidor.

**Posicionamiento.** El marketing permite a las empresas ir escalando poco a poco hasta posicionarse dentro de las mejores, ya que generalmente los clientes confían más en marcas conocidas que en nuevas, es allí donde el marketing a través de sus técnicas permite dar a conocer la empresa y que esta escale a la cima.

**Fidelidad.** Una vez que los clientes se familiarizan con una marca o empresa se crea una fidelización, que consiste en personas que ocupan un determinado producto o servicio constantemente basándose en la experiencia que haya tenido con el mismo.

**Información comercial.** Esta información se refiere al análisis realizado a los clientes respecto a sus necesidades. De esta manera se puede crear o modificar un producto o servicio de acuerdo a estas necesidades.

**Comercialización eficaz.** Los mensajes provenientes de la empresa a los clientes deben ser los adecuados, estos se orientan a la aceptación, la generación de comentarios positivos y la obtención de una buena reputación.

**Satisfacción de necesidades.** Conocer las necesidades de los consumidores ahorra tiempo y dinero, ya que se conoce lo que buscan, pudiendo ofrecer una respuesta anticipada a sus necesidades.

**Aceptación de productos o servicios.** Para este punto se evalúan las ventas de los productos por separado para determinar si hay necesidad de incrementar la producción o por el contrario discontinuar un producto.

**Nuevas oportunidades.** Permanecer actualizado frente al surgimiento de nuevas tecnologías permite a las empresas adaptarse y ofrecer mejores productos, además de tomar decisiones acertadas sobre la creación de nuevos proyectos, buscando en todo momento la vigencia comercial.

### **Estrategias de marketing**

Una de las principales estrategias vigentes hasta la fecha es la denominada 4P, proveniente de un tren en inglés que significa “mezcla de variables de marketing”, y hacen referencia a los cuatro aspectos básicos de una estrategia marketing, García (2022) lo explica de la siguiente manera:

**Producto:** Comprende ese “algo” que puede ser modificado para satisfacer las necesidades o deseos de los consumidores.

**Precio:** Hace referencia a todos aquellos factores que influyen en el precio final de un producto, como, por ejemplo: la mano de obra, el material empleado para su fabricación y la logística. De esta manera cuanto más alto sea el coste de fabricación más alto será el precio final de un producto o servicio.

**Punto de venta:** Se refiere a las variables relacionadas con la distribución de los

productos, desde la empresa principal o fábrica, hasta cada uno de los puntos de ventas y/o locales.

**Promoción:** Comprende las variables de comunicación y publicidad.

### **Marketing digital**

El marketing digital es un grupo de acciones e informaciones efectuadas en diversos medios digitales y posee el objetivo de promover los productos que oferta una empresa.

El marketing digital tiene su origen en 1990, en este año las empresas comenzaron a implementar la tecnología para promocionar sus productos. Con el pasar de los años este término ha tomado más fuerza debido a la alta demanda de los dispositivos electrónicos y tecnología en general que permiten realizar compras (Gamarra, 2022).

Con el constante avance tecnológico el marketing digital se ha convertido en una estrategia importante para las empresas, este tipo de marketing se diferencia fácilmente del marketing tradicional ya que este se desarrolla bajo un tipo de comunicación unilateral.

En el marketing tradicional se emplean medios de difusión como la radio, prensa escrita y televisión para darse a conocer, todos ellos comparten una misma característica: son offline y su costo es mucho más elevado.

El marketing digital actúa de modo online, cualquier medio online se convierte en una potencial herramienta para dar a conocer un producto o servicio. Las redes sociales se han convertido para las empresas en un sitio por excelencia para realizar este tipo de actividades (Barrientos, 2020).

En el marketing digital la relación con el público posee mayor valor que en el marketing tradicional.

## **Características del marketing digital**

Existen características que permiten diferenciar al marketing tradicional del marketing digital, según Gamarra (2022) dentro de ellas está:

**Segmentación:** Al igual que el marketing tradicional, el marketing digital busca analizar las necesidades de una determinada población, su diferencia radica en que es menos invasivo.

**Precio:** El marketing digital posee la ventaja de ofrecer un precio más accesible, el cual se puede adaptar al bolsillo de cada persona. Los anuncios por radio o televisión y las vallas publicitarias, tienen un impacto significativo para las empresas, ya que implican un mayor gasto y en ocasiones no se obtiene el impacto esperado. Esto no sucede con la publicidad online, ya que llega a una mayor audiencia y posee un precio más accesible.

**Audiencia definida:** Una característica del marketing digital es que es muy segmentado lo que se traduce en obtener una audiencia definida.

## **Importancia del marketing digital en el mercado actual**

Actualmente el marketing digital es de suma relevancia para las empresas ya que les ayuda a investigar su público objetivo de una manera más simple y adecuada, en base a esto se producen estrategias efectivas para dar a conocer un producto o servicio, lo que brinda una imagen positiva de la empresa y permite el cumplimiento de sus objetivos, consiguiendo nuevos clientes y fidelizándolos (Hernández, 2020).

El marketing digital se centra en la promoción de un servicio o producto en internet, posee grandes ventajas ya que su alcance es global y asegura la obtención de nuevos clientes. Debido a que el mundo tecnológico continúa avanzando, las empresas deben adaptar sus técnicas a las nuevas tecnologías, ese es el caso del marketing tradicional, que evoluciono al marketing digital.



El marketing digital permite cumplir con los objetivos planteados por la empresa y facilita estrategia para lograrlo (Uribe, 2020). Hoy en día las redes sociales forman parte de todo ser humano por lo que juegan un papel importante a la hora de difundir información de diversa índole, es allí donde las empresas y marcas reconocidas pueden interactuar con el público para generar una cercanía con ellas.

El marketing digital es importante ya que permite mantener una conexión duradera con el cliente además de poder atraer a nuevos; definiendo correctamente las metas y objetivos a alcanzar, el marketing digital asegura el éxito de las empresas y provee de varias herramientas para alcanzarlo (Orrantia, 2022).

### **Beneficios del marketing digital**

El marketing digital ofrece una amplia gama de beneficios para las empresas. Desde alcanzar a audiencias globales de manera precisa y efectiva hasta optimizar el retorno de la inversión, a continuación, se detallan algunos beneficios del marketing digital.

**Ganancias progresivas:** La utilización de páginas web para dar a conocer un producto o servicio posee ventajas considerables frente a realizar una publicidad que tiene como vigencia un determinado periodo de tiempo (Campo, 2023).

**Capacidad de segmentación:** La información obtenida de los internautas sobre sus gustos permite orientar de mejor manera las campañas publicitarias realizadas por las empresas. Uno de los beneficios del marketing digital es que segmenta la información dependiendo del género, edad, ubicación intereses y hábitos del cliente (Jara, 2021).

**Medición de resultados:** El marketing digital permite obtener información en tiempo real sobre el impacto de las publicidades y el número de ventas de un determinado producto. Existen aplicaciones como Google Analytics que permite llevar un registro sobre el tráfico de las personas y el tiempo que permanecen en una página web, lo que favorece a conocer sus gustos o necesidades basándose en las páginas web que visita.

## **Etapas de la estrategia de marketing digital**

### **Enfoque en motores de búsqueda**

El enfoque en los motores de búsqueda “mezcla dos estrategias para generar distintos tipos de tráfico: uno orgánico y el otro de pago” (Cabrera, 2022, pág. 7).

La orgánica también denominada optimización para motores de búsqueda consiste en la creación de un sitio para la marca, este debe de contener palabras claves que permitan a los internautas encontrarlo con mayor facilidad. El principal objetivo de esta técnica es ubicar este sitio web dentro de los primeros lugares en los resultados de búsqueda, lo que genera un aumento en las visitas de forma orgánica.

La segunda estrategia está enfocada en las ventas y hace referencia a la publicidad en los buscadores, lo que consiste en ir mostrando publicidad en distintas páginas web basada en lo que el internauta está buscando. Esta característica también es medible y se logra a través del conteo de clics que recibió el anuncio.

### **Segmentación por email marketing**

Para realizar esta técnica es necesario segmentar los clientes de acuerdo con su edad, sexo, intereses t ubicación, esta técnica consiste en presentar un correo electrónico a aquellas personas interesadas en una determinada página web o que se han suscrito a la misma, de esta manera se mantienen al tanto sobre promociones y nuevos productos que se lanzan al mercado.

### **Marketing de contenido**

Esta técnica de marketing digital se centra en la creación de contenido que aporte una solución o genere conocimiento a un público objetivo, de esta manera poco a poco se

sumarán más seguidores interesados en el tema, lo que permite ir añadiendo enlaces a sitio web o sitios de compra para adquirir un determinado producto o servicio del cual se haya tratado anteriormente. En este caso la fidelización de dos clientes es un punto importante para conseguir el triunfo (Oberlander, 2021).

### **Gestión en redes sociales**

En la actualidad las redes sociales incluyen un área propicia para el marketing, ofrecen herramientas que facilitan la compra y venta de determinados productos o servicios, por lo que es una opción óptima para expandir el mercado (Quiñones, 2022).

### **Uso de loading pages**

La loading page es una página cuya finalidad es convertir a visitantes en potenciales clientes a través de la obtención de datos para futuras compras. Esto permite ofrecer productos, cotizaciones, suscripciones, cursos y boletines a quienes se registren de esta manera.

### **Publicidad con aliados**

La publicidad con aliado hace referencia a la asociación con terceros para dar a conocer un determinado producto o servicio, esto generalmente se colocan en banners dentro de los sitios web aliados. Otra técnica muy común en la actualidad es afiliarse con influencers para que ellos demuestren los productos en las redes sociales y de esta manera atraigan a más personas a adquirirlo.

### **Aplicaciones móviles**

Con la finalidad de brindar una mejor experiencia al usuario, varias empresas han creado aplicaciones propias con interfaces simples para realizar compras dentro de ella.

### **Empresa y sus características**

Una empresa es una institución compuesta por personas que comparten un mismo objetivo con el fin de generar beneficios. Una empresa es una unidad de producción la cual se dedica a desarrollar actividades con fines económicos.

Una empresa también puede definirse como una unidad compuesta por varias personas, bienes materiales y financieros, que poseen el objetivo de producir u ofrecer algún servicio que cubra una necesidad y mediante el cual obtienen beneficios (García, 2022).

Para que una empresa tenga éxito es necesaria la planificación y creación de un equipo óptimo de trabajo. Toda empresa debe poseer objetivos claros y bien establecidos para asegurar su éxito. Además, deben regirse por una serie de reglamentos para su buen funcionamiento, una empresa recién creada también debe registrarse ante el gobierno y regirse por las leyes del mismo. Dentro de las principales características de una empresa, según Uribe (2020) están:

**Satisfacen una necesidad.** La mayoría de las empresas buscan solventar la necesidad de sus clientes para a través de eso generar ganancias.

**Variedad de perfiles profesionales según su orientación.** Una empresa debe de contar con una variedad de perfiles profesionales según las necesidades de la misma.

**Son un equipo de trabajo.** Todos los miembros de una empresa deben de trabajar en conjunto para alcanzar los objetivos y metas antes planteados.

**Diversidad de departamentos según su orientación.** Así como las empresas poseen una diversidad de perfiles profesionales, cada uno de ellos debe de tener su espacio para ejercer su función.

## **MARCO METODOLÓGICO**

Para garantizar un adecuado progreso del presente estudio de caso, se aplicó el siguiente método de investigación para obtener resultados más seguros.

### **Método descriptivo**

El presente caso de estudio se utilizó el método descriptivo, su propósito es describir el estado cambiante y el comportamiento del objeto que se estudia, además de recopilar información, presentación y análisis detallando casos específicos. Su función es integrar y describir las características, circunstancias y contexto asociados con un caso particular.

### **Técnica**

La técnica que se utilizó es la documental ya que se resumirá información de los sitios investigativos que están relacionados con el marketing digital además de herramientas como es la encuesta obteniendo información relevante facilitando datos sobre las opiniones y comportamientos de los usuarios, se empleó por la necesidad de descubrir una solución al problema, identificar e interpretar de la manera más metódica posible un conjunto de pruebas que puedan cumplir con el propósito establecido.

### **Instrumento**

Por último, se aplicó un cuestionario de preguntas con opciones dirigido a los clientes del almacén Don Pato “Jr” como instrumento investigativo para llevar a ejecución una buena realización de la técnica. Por esta razón se encuestó a los clientes más frecuentes del año 2023 que tuvo la empresa Don Pato “Jr” ubicada en la ciudad de Babahoyo para tomar una correcta decisión. Aplicando la fórmula de muestra/población finita a los clientes ya mencionados nos dio el siguiente resultado.

## **Población**

La población a las que se le realizó la encuesta fueron los clientes que visitaron el almacén con más frecuencia, la muestra es la finita y se encuestó a 50 de los clientes los mismos que se localizó por medio de la base de datos que quedan en el registro de las facturas.

## RESULTADOS

### Resultado de la entrevista que se le realizo al jefe de la empresa Don Pato junior

Orden	Preguntas	Datos relevantes
1	¿Usted tiene algún conocimiento sobre el marketing digital?	Sí, pero en realidad se lo básico no estoy empapado del tema.
2	¿De qué forma aplica usted el marketing digital en su empresa?	Promociono mis productos a través de las plataformas digitales que tiene el almacén.
3	¿Con que frecuencia utiliza usted los medios digitales para hacer conocer sus productos a los clientes?	Regular, no estamos muy activos en los medios digitales.
4	¿ Cree usted que debe de capacitar a sus trabajadores internos para que obtengan conocimiento sobre el marketing digital	Sí, es un plan que se llevara a cabo, se capacitara a todos los trabajadores de tal manera que hagan un buen uso en las redes a beneficio del almacén.

5	<p>¿Qué opina usted sobre el marketing digital y los beneficios que genera para la venta de sus productos?</p>	<p>Muy buena, porque de esta forma se llega a una audiencia más amplia y así es reconocida nuestra marca.</p>
6	<p>¿Cree usted que satisface las necesidades de los clientes por medio de las redes sociales?</p>	<p>Sí, pero aun así quiero trabajar más con el marketing digital es decir tener más interacción con ellos.</p>
7	<p>¿Con que frecuencia realiza usted promociones o sorteos por medio de una herramienta digital?</p>	<p>Regular, se realiza en vivos a través de Facebook en los feriados importantes para realizar sorteos y promociones.</p>

**Elaborado por:** Estefany Gabriela Vera Aguilar

**Fuente:** Entrevista realizada al sr. Luis Defaz, propietario del almacén Don Pato “Jr”.



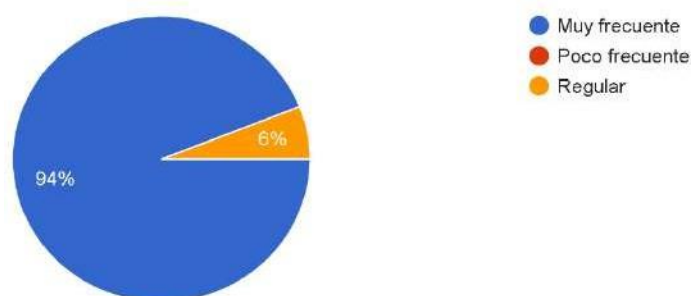
## Resultado de las encuestas que se realizó a los clientes frecuentes de la empresa

### Don Pato junior

De acuerdo a los resultados que se obtuvieron en la encuesta realizada a los clientes frecuentes del almacén Don Pato "Jr" ubicado en la ciudad de Babahoyo en el año 2023 con respecto al marketing digital de preguntas mas importantes se consiguió los siguientes datos:

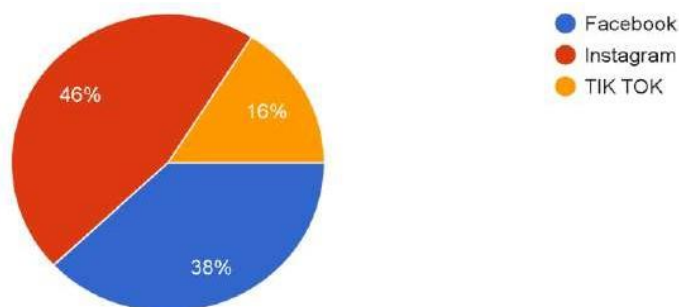
#### PREGUNTA #1 DIRIGIDA AL CLIENTE

¿Con que frecuencia visita usted el almacén Don Pato "Jr"?



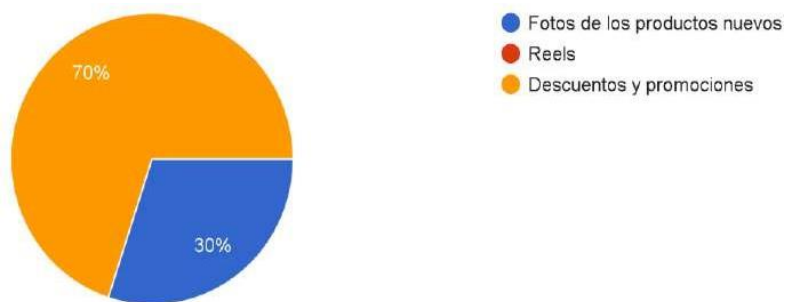
#### PREGUNTA #2 DIRIGIDA AL CLIENTE

¿Por medio de que plataforma digital conoció usted el almacén Don Pato Jr.?



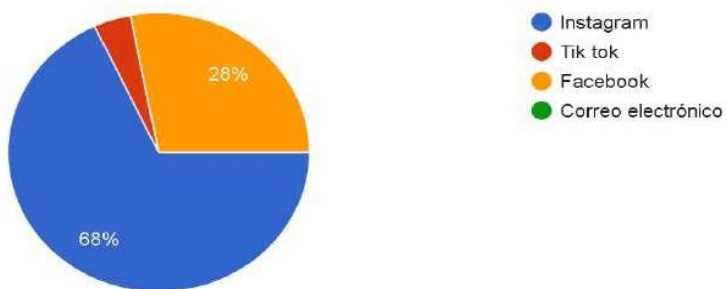
### PREGUNTA #3 DIRIGIDA AL CLIENTE

¿Qué tipo de contenido digital le gustaría ver más en nuestras plataformas?



### PREGUNTA #4 DIRIGIDA AL CLIENTE

¿Por qué medio digital le gustaría recibir información sobre ofertas y descuentos?



## DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Gracias a las encuestas que se realizó a los clientes del almacén Don Pato “Jr” se puede evidenciar lo importante que es el marketing digital en las empresas. Los resultados de la encuesta indican lo siguiente:

Los encuestados del almacén Don Pato “Jr” indicaron que el 94% visitan muy frecuentemente el local, mientras que el 6% respondió que visita regularmente.

La mayoría de los encuestados (38%) conoció al almacén por medio de Facebook, seguida por (46%) por Instagram mientras que el (16%) por medio de Tik Tok.

Se evaluó en la pregunta sobre qué tipo de contenido le gustaría ver más en la plataforma del almacén Don Pato “Jr”. Los resultados muestran que el 30% fotos de productos nuevos, mientras que el 70% desea descuentos y promociones.

El 68% indica que le gustaría recibir información sobre ofertas y descuentos por Instagram, mientras que el 28% considera a Facebook y el 4% Tik Tok.

De acuerdo a las respuestas obtenidas de la encuesta realizada a los clientes se obtuvo que el 100% están de acuerdo que hagan lives para promocionar y sortear productos online.

Del total de encuestados el 66% eligió que el factor más importante al momento de realizar la compra es la calidad del producto, mientras que el 4% prefirió el precio del producto y el 30% la calidad del servicio.

De los resultados obtenidos el 100% eligió la opción “sí” sobre recomendar el almacén Don pato “Jr” a otras personas, mientras que el “talvez” y “no” su resultado fue 0%.

## CONCLUSIONES

Una vez analizada la información obtenida a través de las encuestas se deducen las siguientes conclusiones:

- El presente estudio de caso nos refleja los problemas que ha tenido el almacén Don Pato “Jr” a lo largo del año 2023: la escasez del marketing digital en las redes sociales provocó que los usuarios no tengan un conocimiento actualizado de las variedades de productos que tiene la empresa, además de que no generan contenido que este en tendencia y esto ocasiona desinterés por parte de la audiencia, por otra parte la empresa no cuenta con una capacitación sobre el manejo del marketing digital con los miembros internos de la empresa ocasionando una pérdida económica.
- El marketing permite que la empresa se dé a conocer y construya una reputación sólida en el mercado. Mediante estrategias como la publicidad y promoción, se logra que los consumidores reconozcan y confíen en la marca. Los usuarios siempre confían en las marcas conocidas y no por marcas nuevas además el marketing digital se diferencia del marketing tradicional por incluir el uso de canales y métodos que permiten el análisis de los resultados en tiempo real.
- Por parte de los clientes de la empresa en las encuestas que se les realizó indican que quieren más interactividad de manera online, realizar lives que muestren cada uno de los productos nuevos que ingresen al almacén y de vez en cuando se realicen sorteos, de esta forma satisfacen las necesidades y hacen que haya más visitantes.

## RECOMENDACIONES

En la actualidad las plataformas digitales son parte de la vida cotidiana de las personas, mediante las redes sociales se informan de noticias de todo el mundo, entrevistas y cualquier tipo de contenido por esta razón es muy importante la implementación de una buena estrategia de marketing digital para una audiencia más amplia, basado a los resultados obtenidos en las encuestas que se les realizó a los clientes de la empresa se recomienda lo siguiente:

- Actualizar las estrategias de marketing digital basado en el e-commerce realizando contenido popular en las redes sociales de acuerdo a las tendencias anuales para ganar más reconocimiento, cuidado de la marca de esta forma se captará la atención de clientes más amplio y estar al nivel competitivo.
- Trabajar con influencers populares para llegar a una audiencia más grande a través de las redes sociales debido a la credibilidad que generan a las personas.
- Crear un programa de lealtad y ofrecer descuentos a clientes que visiten la empresa frecuentemente con el objetivo de fomentar la retención y la repetición de compras.
- Transmitir una buena relación de jefe a empleados e incentivarlos de tal manera que los trabajadores internos estén dispuestos a colaborar con el mejoramiento de la calidad de servicio.

## REFERENCIAS

Barrientos, F. (2020). *Las redes sociales como estrategia del marketing digital*. Obtenido de Xabal Repxos repositorio digital:

[https://biblioteca.contraloria.gob.cu/handle/repxos\\_cgr/571](https://biblioteca.contraloria.gob.cu/handle/repxos_cgr/571)

Cabrera, K. (2022). *Marketing digital: una estrategia innovadora para reinventar el emprendimiento en Colombia*. Obtenido de Repositorio Institucional Area Andina : <https://digitk.areandina.edu.co/handle/areandina/4506>

Campo, J. (2023). *Marketing digital y dirección de e-commerce: INTEGRACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DIGITALES*. . Madrid: Alpha Editorial.

Fernandez, J. (2020). *Marketing digital y dirección de e-commerce: Integración de las estrategias digitales*. . Madrid: ESIC Editorial.

Gamarra, G. (2022). *Marketing digital*. Bogotá: Ediciones de la U.

García, D. (2022). Incidencia del marketing digital como herramienta de innovación empresarial en el metaverso. *Journal Business Science*, 9-20.

Hernández, E. (2020). *La importancia del marketing digital para las Pymes del sector comercial de la Comuna 2 del municipio de Itagüí*. Obtenido de Tecnológico de Antioquia Institución Universitaria:

<https://dspace.tdea.edu.co/bitstream/handle/tdea/635/Marketing%20digital.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Jara, T. (2021). *Aplicación del marketing digital y la fidelización de clientes en los últimos 10 años: una revisión de la literatura científica*. Obtenido de Universidad Privada del Norte : <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/27368>

Oberlander, R. (2021). *Sin contenidos no hay marketing (digital)*. Bogotá: Conecta.

Orrantia, A. (2022). *¿ Cómo habla tu marca en podcast?: El audio en la estrategia de marketing digital de tu empresa*. Bogotá: Alpha Editorial.

Palacios, D. (2021). *Un enfoque práctico del marketing estratégico, operativo y digital*. Valencia: Editorial Universitat Politècnica de València.

Quiñones, S. (2022). *Marketing digital en las redes sociales LinkedIn, Facebook e Instagram y su relación con la captación de clientes en una empresa de seguros de vida*. Obtenido de Repositorio Institucional Universidad Ricardo Palma: <https://repositorio.urp.edu.pe/handle/20.500.14138/5653>

Uribe, ,. C. (2020). *Marketing digital en agencias de publicidad: social media in MiPymes de servicios creativos de Bogotá*. Bogotá: Editorial Los Libertadores.

Vicuña, J. (2021). *El plan de marketing digital en la práctica*. Madrid: Esic editorial.

Xie, M. (2021). *Marketing digital: Navegando en aguas digitales, sumérgete conmigo*. Bogotá: Ediciones de la U.

## ANEXOS

### Anexo 1. Carta de Autorización

#### ALMACEN DON PATO "JR"

Babahoyo, 19 de Enero del 2024

Magister

Eduardo Galeas Guijarro

**DECANO DE LA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN FINANZAS E INFORMÁTICA**


En su despacho.

Reciba un cordial saludo de quienes conformamos Almacén Don Pato "Jr" de la ciudad de Babahoyo del cantón Babahoyo.

Por medio de la presente me dirijo a usted para comunicarle que se ha **AUTORIZADO** al estudiante Estefany Gabriela Vera Aguilar de la carrera de comercio (Rediseñada) de la Facultad de Administración Finanzas e Informática de la Universidad Técnica de Babahoyo para que realice el estudio de caso con el tema: **Estrategias de marketing digital en el almacén Don pato "Jr" ubicado en la ciudad de Babahoyo, en el año 2023** el cual es requisito indispensable para poder titularse.

Sin otro particular me suscribo de usted

Atentamente

  
Luis Javier Defaz Rodriguez

C.L. 1207705292355001

[Donpatojunior-04@hotmail.com](mailto:Donpatojunior-04@hotmail.com)/0985068895

  
**DON PATO JUNIOR**  
Avenida General Berona entre  
Eloy Alfaro y Rocafuerte  
Tel: 0910873294



## Anexo 2. Solicitud al Decanato



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO  
FACULTAD ADMINISTRACION FINANZAS E INFORMÁTICA  
DECANATO



Babahoyo, 19 de enero de 2024  
D-FAFI-UTB-0035-2024

Señor.  
Luis Javier Defaz Rodríguez.  
**JEFE DE LA EMPRESA DON PATO "JR".**  
Ciudad. -

De mis consideraciones:

Reciba un cordial saludo por parte de la Facultad de Administración, Finanzas e Informática de la Universidad Técnica de Babahoyo, donde formamos profesionales altamente capacitados en los campos de Tecnologías de la Información y de Administración, competentes, con principios y valores cuya practica contribuye al desarrollo integral de la sociedad, es por ello que buscamos prestigiosas Empresas e Instituciones Públicas y Privadas en las cuales nuestros futuros profesionales tengan la oportunidad de afianzar sus conocimientos.

La señorita **ESTEFANY GABRIELA VERA AGUILAR** con cédula de identidad No. **120770529-2** estudiante de la Carrera de Comercio, matriculada en el proceso de titulación en el periodo **NOVIEMBRE 2023 – ABRIL 2024**, trabajo de titulación modalidad examen de carácter complexivo, previo a la obtención del grado académico profesional universitario de tercer nivel como **LICENCIADA EN COMERCIO**, solicita por intermedio del Decanato de esta Facultad el debido permiso para realizar su estudio de caso con tema tentativo: **"ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL EN EL ALMACÉN DON PATO "JR" UBICADO EN LA CIUDAD DE BABAHOYO, EN EL AÑO 2023"**.

Atentamente,

  
**Lcdo. Eduardo Galeas Guijarro, MAE.**  
**DECANO**

c.c: Archivo



## Anexo 3. Antiplagio



CERTIFICADO DE ANÁLISIS  
magister

# ESTUDIO DE CASO GABRIELA AGUILAR

8%  
Textos  
sospechosos

< 1% Similitudes  
0% similitudes entre comillas  
0% entre las fuentes  
mencionadas  
< 1% Idiomas no reconocidos  
7% Textos potencialmente generados  
por la IA

Nombre del documento: ESTUDIO DE CASO GABRIELA AGUILAR.pdf  
ID del documento: 1b9fc6624872422cb602fe98e285547c79d09299  
Tamaño del documento original: 282,75 kB

Depositante: TOUMA FAYTONG MARIO ALBERTO  
Fecha de depósito: 25/2/2024  
Tipo de carga: interface  
fecha de fin de análisis: 25/2/2024

Número de palabras: 5751  
Número de caracteres: 37.160

Ubicación de las similitudes en el documento:



### Fuente principal detectada

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	<a href="https://www.mediummultimedia.com">www.mediummultimedia.com</a>   El poder del marketing digital: una visión comple... <a href="https://www.mediummultimedia.com/marketing/que-es-y-para-que-sirve-el-marketing-digital/">https://www.mediummultimedia.com/marketing/que-es-y-para-que-sirve-el-marketing-digital/</a>	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (25 palabras)

### Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	Documento de otro usuario #5bf990 El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (17 palabras)
2	<a href="https://www.mediummultimedia.com">www.mediummultimedia.com</a>   La Importancia del Marketing Digital en la Actuali... <a href="https://www.mediummultimedia.com/marketing/por-que-el-marketing-digital-se-ha-vuelto-importan...">https://www.mediummultimedia.com/marketing/por-que-el-marketing-digital-se-ha-vuelto-importan...</a>	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (11 palabras)

Anexo 4.

<b>SRI</b>		<b>Certificado</b> Registro Único de Contribuyentes
<b>Apellidos y nombres</b> DEFAZ RODRIGUEZ LUIS JAVIER		<b>Número RUC</b> 1205223355001
<b>Estado</b> ACTIVO	<b>Régimen</b> GENERAL	<b>Artesano</b> No registra
<b>Fecha de registro</b> 06/03/2012	<b>Fecha de actualización</b> 19/09/2023	
<b>Inicio de actividades</b> 06/03/2012	<b>Reinicio de actividades</b> No registra	<b>Cese de actividades</b> No registra
<b>Jurisdicción</b> ZONA 5 / LOS RIOS / BABAHOYO		<b>Obligado a llevar contabilidad</b> SI
<b>Tipo</b> PERSONAS NATURALES	<b>Agente de retención</b> SI	<b>Contribuyente especial</b> NO
<b>Domicilio tributario</b>		
<b>Ubicación geográfica</b>		
<b>Provincia:</b> LOS RIOS <b>Cantón:</b> BABAHOYO <b>Parroquia:</b> CLEMENTE BAQUERIZO		
<b>Dirección</b>		
<b>Calle:</b> GENERAL BARONA <b>Número:</b> 715 <b>Intersección:</b> ELOY ALFARO Y ROCAFUERTE <b>Referencia:</b> FRENTE AL COMISARIATO DEL LIBRO		
<b>Medios de contacto</b>		
<b>Teléfono domicilio:</b> 052732230		
<b>Actividades económicas</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• G46412401 - VENTA AL POR MAYOR DE ARTÍCULOS DE BAZAR EN GENERAL.</li> <li>• G47210503 - VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS DE CONFITERÍA EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS.</li> <li>• G47610301 - VENTA AL POR MENOR DE ARTÍCULOS DE PAPELERÍA COMO LÁPICES, BOLÍGRAFOS, PAPEL, ETCÉTERA, EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS.</li> <li>• G47711101 - VENTA AL POR MENOR DE PRENDAS DE VESTIR Y PELETERÍA EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS.</li> <li>• G47712101 - VENTA AL POR MENOR DE CALZADO EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS.</li> <li>• G47720201 - VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS NATURISTAS EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS.</li> <li>• G477205 - VENTA AL POR MENOR DE PERFUMES, ARTÍCULOS COSMÉTICOS Y DE USO PERSONAL EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS (PAÑALES).</li> </ul>		
<b>Establecimientos</b>		
<b>Abiertos</b> 1	<b>Cerrados</b> 0	
<b>Obligaciones tributarias</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2011 DECLARACION DE IVA</li> <li>• 1031 - DECLARACIÓN DE RETENCIONES EN LA FUENTE</li> </ul>		

1/2

<b>Apellidos y nombres</b>	<b>Número RUC</b>
DEFAZ RODRIGUEZ LUIS JAVIER	1205223355001

- ANEXO TRANSACCIONAL SIMPLIFICADO
- ANEXO DECLARACIÓN PATRIMONIAL

**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: RCR1696519318017838  
 Fecha y hora de emisión: 05 de octubre de 2023 10:21  
 Dirección IP: 10.1.2.143

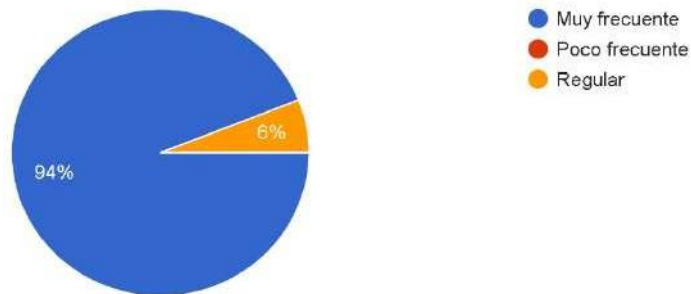
Validez del certificado: El presente certificado es válido de conformidad a lo establecido en la Resolución No. NAC-DGERCGC15-00000217, publicada en el Tercer Suplemento del Registro Oficial 462 del 19 de marzo de 2015, por lo que no requiere sello ni firma por parte de la Administración Tributaria, mismo que lo puede verificar en la página transaccional SRI en línea y/o en la aplicación SRI Móvil.



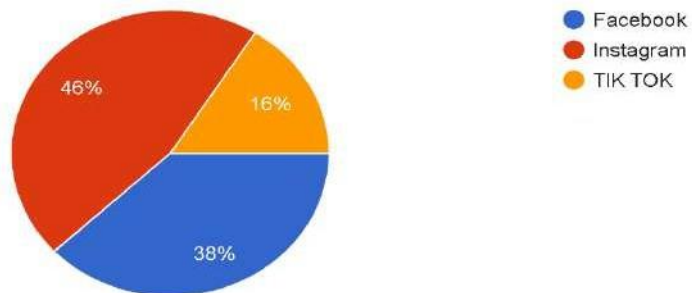
## Anexo 5

### Encuestas realizadas a los clientes de la empresa Don Pato "JR"

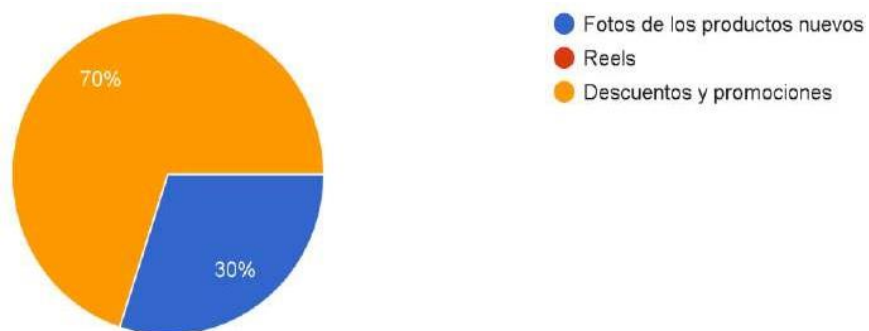
¿Con que frecuencia visita usted el almacén Don Pato "Jr"?



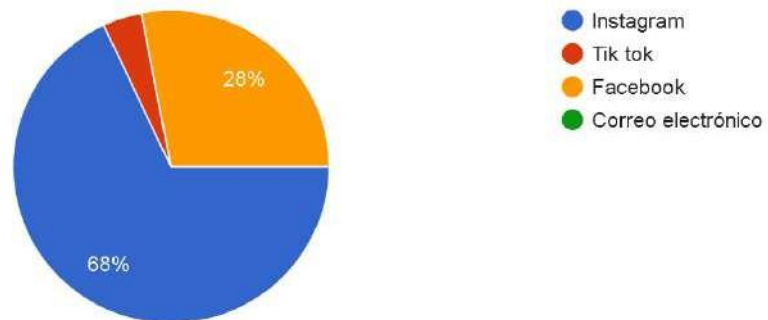
¿Por medio de que plataforma digital conoció usted el almacén Don Pato Jr.?



¿Qué tipo de contenido digital le gustaría ver más en nuestras plataformas?



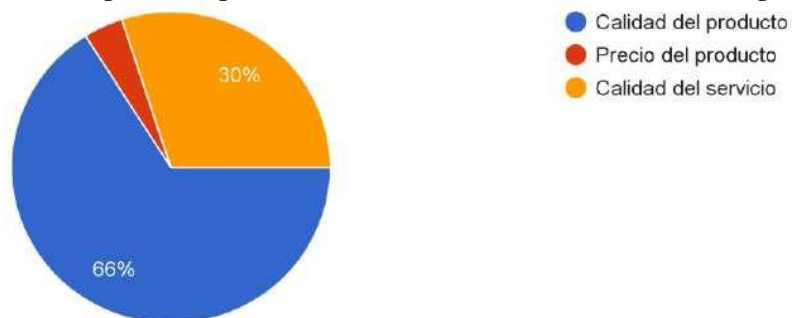
¿Por qué medio digital le gustaría recibir información sobre ofertas y descuentos?



¿Está de acuerdo que hagan lives para promocionar y sortear productos online?



¿Qué factor es más importante para usted al momento de realizar la compra?



¿Recomendaría los productos del almacén Don pato “Jr” a otras personas?

