



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE  
DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**MODALIDAD COMPLEXIVO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO  
DE  
ADMINISTRACION DE EMPRESA**

**CASO DE ESTUDIO**

**ELABORACION DE NUEVAS ESTRATEGIAS PARA INCREMENTAR EL  
VOLUMEN DE VENTAS EN LA EMPRESA EVACOL**

**AUTORA**

**LISBETH ODALIS FIGUEROA SUAREZ**

**GUAYAQUIL**

**2024**

## CERTIFICADO DE SIMILITUD

# ELABORACION DE NUEVAS ESTRATEGIAS PARA INCREMENTAR EL VOLUMEN DE VENTAS EN LA EMPRESA EVACOL

### INFORME DE ORIGINALIDAD

8%

INDICE DE SIMILITUD

8%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

7%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

### FUENTES PRIMARIAS

1

[rockcontent.com](http://rockcontent.com)

Fuente de Internet

5%

2

[www.elpais.com.co](http://www.elpais.com.co)

Fuente de Internet

2%

Excluir citas      Activo

Excluir coincidencias      < 1%

Excluir bibliografía      Activo



SILVIA ALEXANDRA  
ESPINOZA MENDOZA

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	2
FORMULACION DEL PROBLEMA .....	3
SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA .....	4
OBJETIVO GENERAL.....	4
OBJETIVO ESPECIFICO .....	4
Idea a Defender.....	5
ANÁLISIS DEL CASO DE ESTUDIO .....	6
PROPUESTA.....	10
Establecer los referentes teóricos que respaldan la presente investigación.....	10
TIPO DE MUESTRA.....	12
ENCUESTA.....	13
ENCUESTAS PARA LA ELABORACION DE NUEVAS ESTRATEGIAS PARA LA EMPRESA DE EVACOL.....	13
PRESENTACION DE LOS RESULTADOS.....	16
Propuestas.....	24
Identificar la situación actual de la empresa.....	24
Cifras actuales de ventas de enero hasta julio.....	24
DESARROLLAR ESTRATEGIAS PARA GARANTIZAR UN AUMENTO EN LAS VENTAS DE LA EMPRESA EVACOL Y LOGRE POSESIONARSE EN EL MERCADO .....	25
MARKETING DIGITAL.....	25
PAGINA WEB .....	26
Implementación del marketing digital por medio de plataforma Google Ads	

situadas en diversas redes de comunicación social o plataformas de entretenimiento. ....	27
CONCLUSIONES.....	30
RECOMENDACIONES .....	32
Bibliografía .....	33

## TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Tienda City Mall. ....	7
Ilustración 2. Ingresos y Gastos Tienda City Mall.....	8
Ilustración 3. Ventas por vendedores .....	11
Ilustración 4. Frecuencia de ventas, gastos y impuestos de la tienda Evacol City Mall.....	11
Ilustración 5. Conocimiento de la Tienda .....	16
Ilustración 6. Convenios con instituciones.....	17
Ilustración 7. Ofertas de Calzados .....	18
Ilustración 8. Tiempo de duración de Compra.....	18
Ilustración 9. Descuento de compras .....	19
Ilustración 10. Recomendaciones de Clazado .....	20
Ilustración 11. Diferencia con la competencia .....	20
Ilustración 12. Página de compras en línea .....	21
Ilustración 13. Promociones de compras .....	22
Ilustración 14. Valores de ventas .....	23
Ilustración 15. Cifras de ventas de enero hasta julio .....	24
Ilustración 16. Logo de la Marca .....	27
Ilustración 17. Logo de Google Ads .....	29

## INTRODUCCIÓN

Evacol Ltda. es una Empresa Vallecaucana, de la ciudad de CALI – COLOMBIA, constituida en el año 2006, dedicada al diseño, producción y distribución de sandalias, chanclas y suecos con materia prima EVA o Goma espuma.

GROUP-EVACOL ECUADOR C.A, es la empresa de Ecuador que representa a su filial en Colombia. Se llevará a cabo por un grupo de personas que serán responsables del manejo y funcionamiento adecuado de sus tiendas, así como de la logística de distribución. (Evacol, 2016)

Evacol C.A. llego a Ecuador desde el 2020 siendo en Colombia una de las primeras marcas, pero en Ecuador no tiene el mismo impacto ya que muchas personas no conocen la marca durante estos años la empresa busca posesionarse en Ecuador como en Colombia, pero no tiene la misma aceptación en Ecuador.

La tienda de zapatos EVACOL es una empresa que se centra en la venta de calzado institucionales de cocina y enfermería. Se encuentran ubicados en los diversos centros comerciales de la ciudad de Guayaquil los cuales se ubican en dos sucursales una en el centro comercial City mall y la otra en el mall del sur. También cuentan con tiendas en la ciudad de Duran, Quevedo, Babahoyo y Santa Elena.

El nombre nace de la tecnología EVA, materia prima con que elaboran sus productos, un plástico parecido a un caucho espumoso, suave y resistente, y COL, que significa Colombia. El nombre EVA, proviene del producto ETILENO, VINIL, ACETATO También es conocido como goma EVA o Fomi.

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Ecuador se caracteriza por la comercialización y ventas de calzado para adultos y niños. De esta misma manera la aceptación del producto fue tal, que fueron innovando y ahora dentro de su portafolio tienen no solo chanclas, sino zuecos, sandalias, tenis, botas y calzado de dotación laboral. Después de diez años de funcionamiento, (2016)

Hoy la producción es de 18.000 pares de zapatos al día, facturó el último año un total de aproximadamente 8 millones de dólares. El impacto positivo se evidencia en que 1.500 familias colombianas son beneficiadas por su gestión y su crecimiento es imparable.

Actualmente la marca ofrece más de 250 referencias y cuenta con 80 puntos de distribución y venta en Colombia, al igual países como Ecuador, Costa Rica, Chile, Perú, República Dominicana, Argentina y México, generando 400 puestos de trabajo en forma directa y 1200 en forma indirecta. La mayoría de los calzados son los mismo que se comercializan en Colombia.

## **FORMULACION DEL PROBLEMA**

El objetivo de este estudio es abordar los desafíos a lo que se enfrenta actualmente la empresa EVACOL debido a que sus ventas han disminuido, en comparación en años posteriores.

Se busca optimizar los procesos involucrados que afectan a las ventas de la empresa, considerando aspectos como la falta de publicidad, la falta de estrategias de ventas y el control y supervisión de los vendedores el monitoreo y seguimiento de las ventas dan a conocer la disminución de los ingresos a la empresa EVACOL.

Nos enfocamos en elaborar nuevas estrategias para incrementar el volumen de ventas en la empresa EVACOL tratando de cumplir con los requisitos y normativas de la empresa. (López, 2022)



## **SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA**

¿cuáles son los referentes teóricos que respaldan esta investigación?

¿cuál es la situación actual de la empresa?

¿cómo se garantiza el aumento en las ventas de la empresa?

### **OBJETIVO GENERAL**

Elaborar estrategias de ventas para atraer nuevos clientes a la empresa Evacol.

### **OBJETIVO ESPECIFICO**

Establecer los referentes teóricos que respaldan la presente investigación

Identificar la situación actual de la empresa

Desarrollar estrategias para garantizar un aumento en las ventas de la empresa EVACOL y logre posesionarse en el mercado.

## **Idea a Defender**

El objetivo de elaborar las estrategias de ventas servirá para garantizar un incremento en las ventas de la Evacol.

## ANÁLISIS DEL CASO DE ESTUDIO

Evacol cuenta con una variedad de productos que se han posicionado en el mercado colombiano y también en el exterior. Es así como ofrece diferentes tipos de sandalias para mujer como para hombre, así como calzado junior e infantil, con llamativos colores y algunos de ellos con los más variados diseños. Se ha especializado en sandalias de hogar, pero tienen más futuro las sandalias de lujo, sandalias de moda para la calle.

La aceptación del producto fue tal, que fueron innovando y ahora dentro de su portafolio tienen no solo chancas, sino zuecos, sandalias, tenis, botas y calzado de dotación laboral especializado para cocina y enfermería.

La empresa Evacol llegó a Ecuador en el 2020 ya que Colombia decidió aperturar una subsidiaria en Ecuador denominada Group - Evacol Abriendo con 8 sucursales. Las cuales hoy en día solo quedan 5 Evacol, ha buscado posicionarse de la misma manera que está en Colombia la cual está como número uno y ser reconocida pero no ha tenido la misma aceptación en Ecuador desde sus inicios ha tenido varios desafíos a pesar de contar con los productos de alta calidad y económicos, la tienda continúa con dificultades para aumentar la visibilidad y que las personas reconozcan la tienda y de esta manera poder ser reconocida a nivel nacional.

La falta de conocimiento del cliente sobre la tienda ha hecho que la tienda en específico CITY MALL baje sus ventas, ya que en ocasiones los clientes prefieren la competencia que es la marca CROCS es una de las principales rivales directas ya que comercializan una línea de calzado similar siendo más reconocida que la marca Evacol.

La tienda ubicada en el centro comercial CITY MALL apertura sus puertas el 8 de febrero del 2020, enfrentándose a la Pandemia del COVID-19 pudo sobrellevar y en medio de todo el caos logro mantenerse y al igual que otros negocios hasta la actualidad acoplándose a la falta de personas en los centros comerciales y sin poder recibir mercadería ya que la Pandemia cada día empeoraba más. (Perspective, 2020)

No solo la Pandemia afecto a la tienda, sino que hoy en día la inseguridad que está viviendo el Ecuador afecta aún más las ventas como resultado Evacol Colombia ha decidido cerrar una de sus sucursales en Guayaquil tienda ubicada en el centro comercial MALL DEL SUR.

Ilustración 1. Tienda City Mall.



Elaborado por: Figueroa, (2024)

A continuación, se detalla los ingresos y gastos de la localidad de City mall.

Ilustración 2. Ingresos y Gastos Tienda City Mall

<b>EVACOL CITY MALL</b>				
<b>INGRESOS Y GASTOS</b>				
	<b>AÑO 2020</b>	<b>AÑO 2021</b>	<b>AÑO 2022</b>	<b>AÑO 2023</b>
<b>Ingresos</b>	\$ 68.490,80	\$ 76.194,96	\$ 76.789,21	\$ 71.777,30
Ingresos operacionales (no registrados en contabilidad)	\$ 68.490,80	\$ 76.194,96	\$ 76.789,21	\$ 71.777,30
<b>Gastos</b>	\$ 15.000,00	\$ 35.000,00	\$ 35.000,00	\$ 35.000,00
Gastos operacionales (no registrados en la contabilidad)	\$ 15.000,00	\$ 35.000,00	\$ 35.000,00	\$ 35.000,00
Gastos operacionales (no registrados en la contabilidad)	\$ 2.500,00	\$ 8.000,00	\$ 5.000,00	\$ 6.000,00
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	\$ 61.900,30	\$ 68.031,26	\$ 68.562,20	\$ 64.086,15
<b>Impuestos</b>	\$ 6.590,50	\$ 8.163,70	\$ 8.227,01	\$ 7.691,15
Impuestos a la Renta Causado	\$ 6.590,50	\$ 8.163,70	\$ 8.227,01	\$ 7.691,15
<b>Total</b>	<b>\$55.309,80</b>	<b>\$59.867,56</b>	<b>\$60.335,19</b>	<b>\$56.395,00</b>

Elaborador por: Figueroa, (2024)

Como se puede apreciar en la tabla, el año que la tienda tuvo un mayor ingreso fue en el 2022, debido que en el 2020 ocurrió la Pandemia del COVID-19 y eso afecto en gran cantidad a la tienda la cual tuvo que sostenerse de estrategias para no fracasar y terminar cerrando la tienda ya para el 2021, con esfuerzo y nuevas estrategias mejores, tuvieron un ingreso mayor a consideración del anterior año en el 2022 la tienda obtuvo mejores resultados obteniendo un mayor ingreso pero esto no duraría mucho ya que en el 2023, bajo en lo absoluto la inseguridad y

la falta de empleo ha ocasionado que el 2023 que se esperaba que creciera aún más que el año 2022 no ocurrió de esa manera y esperando que el año 2024 fuera mejor los ingresos están más bajo a comparación de los otros años. (SUAREZ, 2024)

Pero se espera obtener con las nuevas estrategias la tienda pueda subir de ventas y los ingresos aumente a comparación de los otros años y que ya para el año 2025 estas dificultades hayan sido superadas. (EMIS, 2024)

## **PROPUESTA**

### **Establecer los referentes teóricos que respaldan la presente investigación**

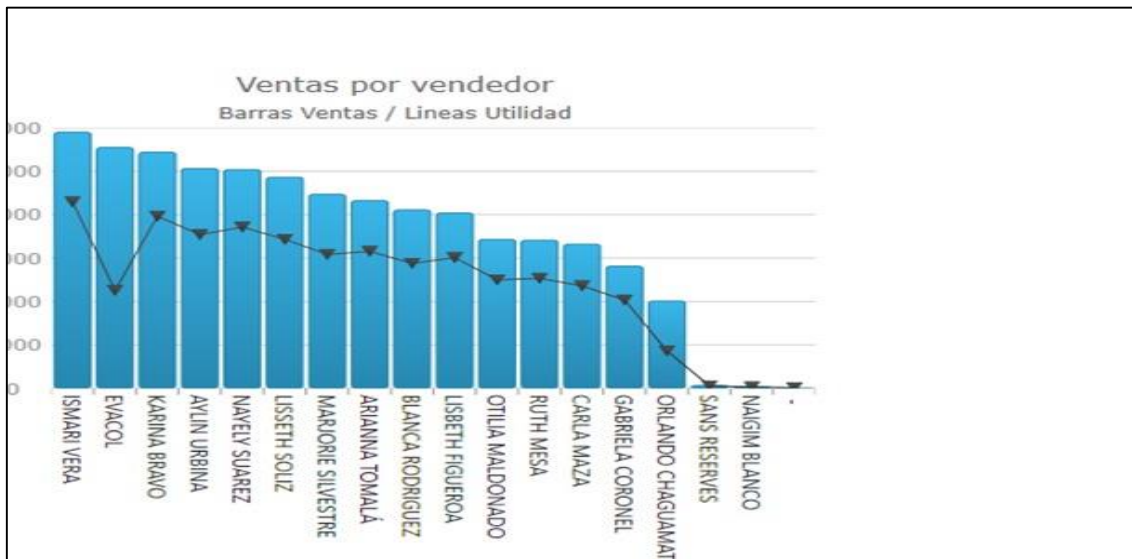
La creciente inseguridad ciudadana se traduce en una mayor vulnerabilidad de los trabajadores en sus desplazamientos diarios hacia y desde el trabajo. En estudios realizados entre los años 2021 – 2023 demuestra que los casos de atracos, robos y agresiones han aumentado un 24,4% según cifras oficiales de la Fiscalía General del Estado; así mismo encontramos que Quito, el incremento en los robos durante el mismo periodo de tiempo es del 34% según las estadísticas de la Policía. Este clima de inseguridad no solo incide en el desplazamiento, sino también en el propio entorno laboral, creando un sentido de desconfianza y tensión entre los empleados.

En el primer semestre del 2023 encontramos que los robos a negocios, fábricas y empresas incrementaron un 12% en relación al mismo periodo del año anterior. La inseguridad plantea retos significativos para las empresas, desde el aumento de los costos operativos hasta la amenaza directa a la continuidad del negocio.

Podemos evidenciar que la inseguridad no solo amenaza la propiedad física de las empresas, sino que también plantea desafíos en términos de seguridad de la información y ciberseguridad. Los delincuentes, aprovechando la vulnerabilidad generalizada, pueden intentar infiltrarse en sistemas informáticos, comprometiendo datos sensibles y afectando la integridad de las operaciones comerciales, trayendo como consecuencia en algunos casos pérdidas económicas millonarias.

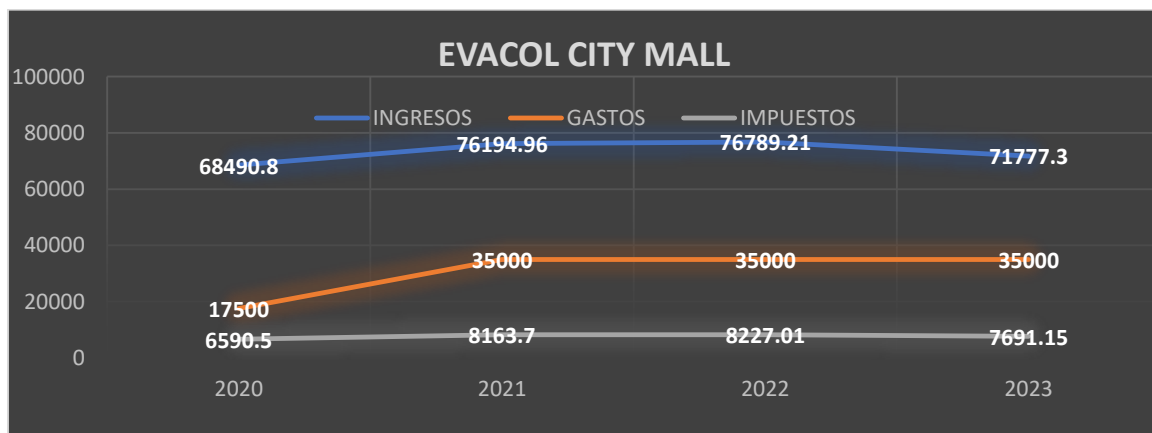
Además de los desafíos operativos y de seguridad física, la inseguridad constante contribuye al estrés laboral y problemas de salud mental entre los empleados, esto causa pérdidas aproximadas diarias de \$1,6 millones para el país. La preocupación constante por la seguridad personal y la de sus colegas puede generar un ambiente laboral tenso, disminuyendo la moral y la productividad.

Ilustración 3. Ventas por vendedores



Elaborado por: Figueroa, (2024)

Ilustración 4. Frecuencia de ventas, gastos e impuestos de la tienda Evacol City Mall



Elaborado: Figueroa, (2024)



## TIPO DE MUESTRA

El tipo de muestra está establecido al personal del sector en general, debido a que el tipo de calzado tiene todas las características adecuadas para el trabajo consecutivo y movimiento continuo para estar 24 horas laborales no obstante esta misma muestra está en sub grupos de personal laboral de cocina enfermeros, servicios de aseo y amas de casas.

$$n = \frac{z^2 N p q}{e^2 (N-1) + z^2 p q}$$

n = Tamaño de la muestra

N = Es el número de la población o el número de posibles encuestados.

Z = Parámetro estadístico. Su valor depende del nivel de confianza

e = Es el error de estimación máximo aceptado

p = Probabilidad de éxito

q = Probabilidad de fracaso (1-p)

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 2746403}{[0.07^2 (2746403 - 1)] + [1.92^2 * 0.5 * 0.5]}$$

$n = 183.500 \qquad n = 184$

## ENCUESTA

Encuesta Dirigida a la población que visita al centro comercial CITY MALL de la ciudad de Guayaquil.

**Objetivo:** De la presente encuesta es para conocer si las personas que visitan el centro comercial tienen conocimiento sobre la tienda de Evacol ya que es fundamental para el aumento de volumen de ventas.

### ENCUESTAS PARA LA ELABORACION DE NUEVAS ESTRATEGIAS PARA LA EMPRESA DE EVACOL

Encuesta con la finalidad de aumentar las ventas en la empresa EVACOL CITY MALL

1. Conoce usted la tienda Evacol.
  - No
  - Si
  - Tal vez
  
2. Considera usted que la empresa debe tener convenio con las escuelas de chef y los hospitales.
  - Innecesario
  - Si
  - No
  - Talvez
  
3. De qué manera le gustaría que la empresa de a conocer sobre sus ofertas en calzados.

- Correo
  - Instagram
  - Mensaje de texto
4. Cada que tiempo compra usted calzado para su labor (Chef o Medico)
- Cada 6 meses
  - Cada 12 meses
  - Cuando se me dañe
5. Le gustaría que Evacol realice concursos por sus plataformas digitales
- Si
  - No
  - Poco necesario
6. Recomendaría usted a Evacol por la calidad de su calzado
- Nunca
  - Si
  - No
  - Tal vez
7. Que considera usted que Evacol es diferente a la competencia
- Calidad
  - Precio
  - Variedad de producto
  - La atención al cliente
8. Está de acuerdo que Evacol tenga una página directa para realizar compras en línea
- Totalmente de acuerdo
  - Muy complicado
  - Si
  - No

9. Si tuviera la oportunidad que Evacol le realice un descuento por su cumpleaños que promoción le gustaría mas

- El 10% de descuento en dotación (Chef o Medico)
- El 30% de descuento en chanclas (Mujer/Hombres)
- El 5% de descuento en cualquier zapato

10. Los precios que maneja la tienda cree usted que son elevados

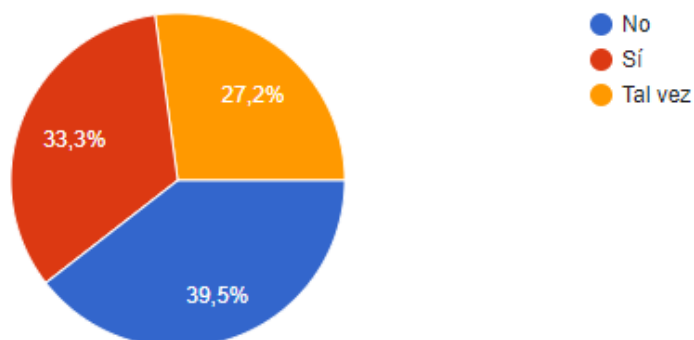
- No
- Demasiado
- Si

## PRESENTACION DE LOS RESULTADOS

Ilustración 5. Conocimiento de la Tienda

Conoce usted la tienda Evacol

195 respuestas



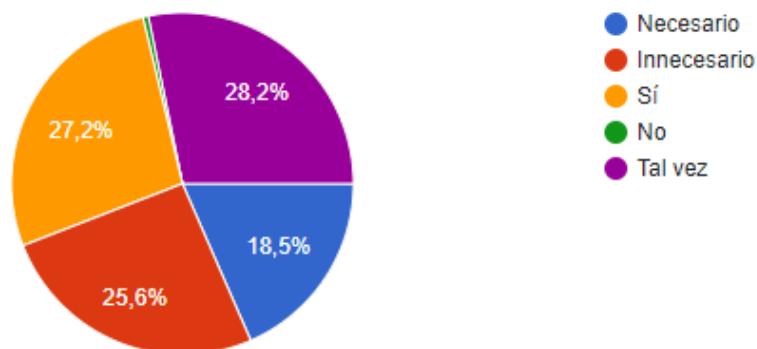
Elaborado por: Figueroa, (2024)

La totalidad de personas encuestadas es de 195 respuestas con los resultados que muestran que el 39,5% de la población de Guayaquil no conocen de la tienda y sus productos. El 33,3% de la población conoce de esta nueva marca situada en el país. Y finalizamos con un 27,2% de personas que tienen algo de referencia de la tienda y sus productos.

## Ilustración 6. Convenios con instituciones

Considera usted que la empresa debe tener convenio con las escuelas de chef y los hospitales

195 respuestas



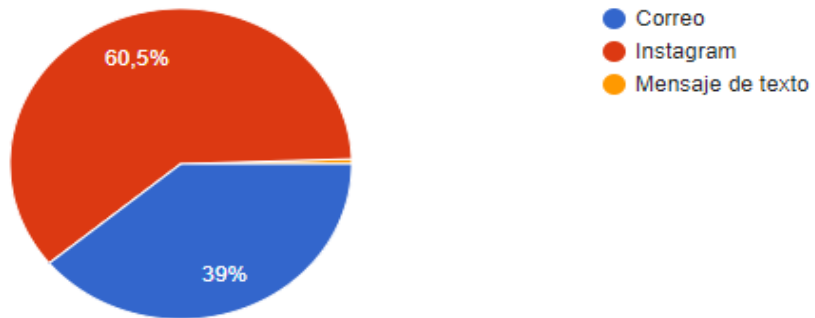
Elaborado por: Figueroa, (2024)

Los resultados arrojados nos indican que el 27,2% de la población, cree que es conveniente que la tienda absceda a convenios con instituciones relacionadas a las carreras educativas de gastronomía, también como servidores de hospitales como doctores y enfermeros ya que usarían el calzado adecuado. Por otro lado, tenemos que el 25,6% hace referencia a que no ve necesario que la empresa haga estos tipos de convenios con las instituciones públicas o privadas.

### Ilustración 7. Ofertas de Calzados

De que manera le gustaria que la empresa se de a conocer sobre sus ofertas en calzados

195 respuestas



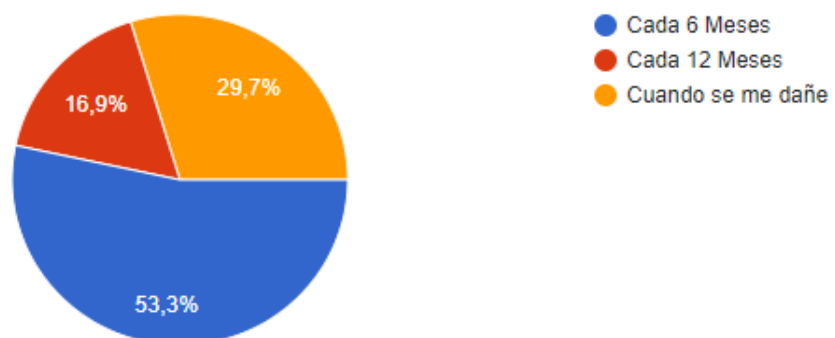
Elaborado por: Figueroa, (2024)

La empresa como tal se ha dado a conocer por medio de la plataforma digital Instagram con un 60,5% de aceptación por parte de la población, por otra parte, un 39% prefiere conocer la tienda por correos electrónicos.

### Ilustración 8. Tiempo de duración de Compra

Cada que tiempo compra usted calzado para su labor(Chef o Medico)

195 respuestas



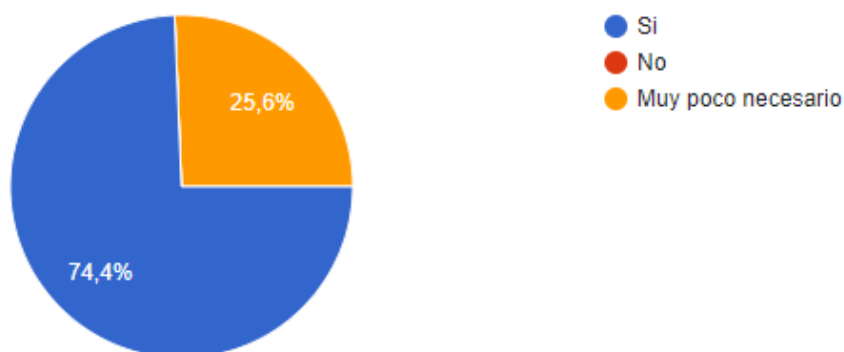
Elaborado por: Figueroa, (2024)

La vida útil del calzado depende de la aceptación y comodidad de la población ya que tenemos que el 29,7% de la población realiza el cambio del calzado cuando se daña, otra parte de la población con un 53,3% realiza su cambio de calzado cada 6 meses, y por ultimo tenemos que el 16,9% de la población realiza el cambio cada 12 meses.

Ilustración 9. Descuento de compras

### Le gustaria que Evacol realice concursos por sus plataformas digitales

195 respuestas



Elaborado por: Figueroa, (2024)

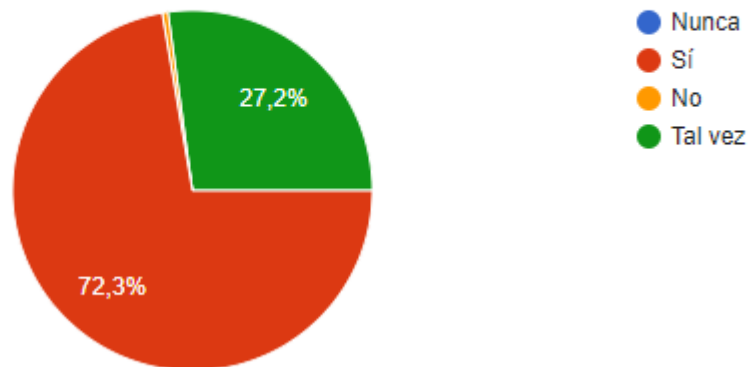
La empresa evacol realiza tuvo una considerable aceptación del 74,4% para realizar concursos por medio de sus plataformas digitales para así tener mayores volúmenes de ventas y reconocimiento de la población por otro lado, el 25,6% de la población no cree que esta implementación sea necesaria para que la marca se dé a conocer.



### Ilustración 10. Recomendaciones de Calzado

#### Recomendaría usted a Evacol por la calidad de su calzado

195 respuestas



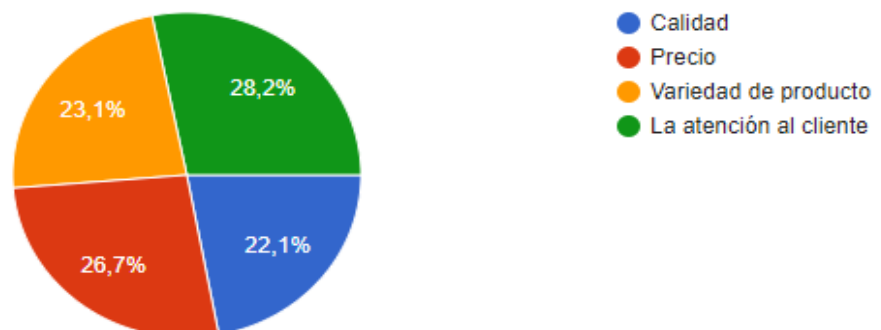
Elaborado por: Figueroa, (2024)

La mayoría de la población ha tenido una aceptación considerable sobre la calidad del calzado de la marca Evacol la cual con un 72,3% de aceptación, otro 27,2% no está del todo convencido sobre la calidad del calzado de la marca.

### Ilustración 11. Diferencia con la competencia

#### Que considera usted que Evacol es diferente a la competencia

195 respuestas



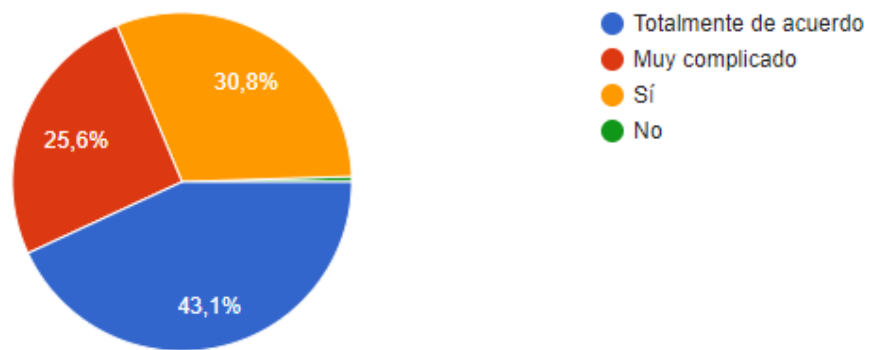
Elaborado por: Figueroa, (2024)

En esta parte de la población ha tenido una idea compartida con respecto al producto de la empresa rival, muchas personas han decidido por variedad del producto con un 23,1%, la calidad es de un 22,1% de aceptación, el precio es algo considerable con un 26,7% y como último punto tenemos la atención al cliente con un 28,2%.

#### Ilustración 12. Página de compras en línea

Esta de acuerdo que Evacol tenga una pagina directa para realizar compras en linea

195 respuestas



---

Elaborado por: Figueroa, (2024)

La aceptación del pueblo con que la tienda obtenga una página directa para realizar compras en línea es de un 43,1%, pero otro 25,6% de la población ha rechazado esta opción ya sea porque muchas personas prefieren realizar compras de forma física.

### Ilustración 13. Promociones de compras

Si tuviera la oportunidad que Evacol le realice un descuento por su cumpleaños que promoción le gustaría más

 Copiar

195 respuestas



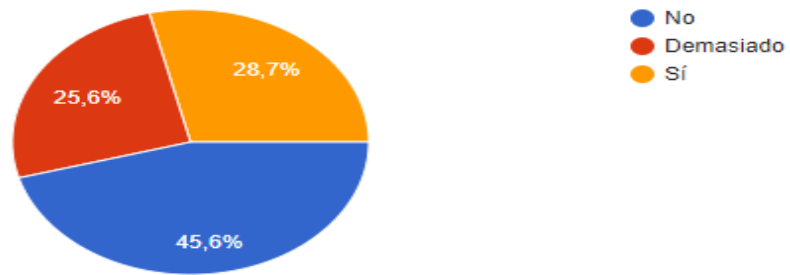
Elaborado por: Figueroa, (2024)

La tienda presenta muchos descuentos e incluye promociones a clientes que estén cumpliendo años los cuales los descuentos van del 10% de descuento en dotación para (Chef o Médicos), el cual tuvo una aceptación del 16,4%. Otra de las promociones es el 30% de descuento en chanclas ya sea para hombres o mujeres lo cual el 34,4% tomó esta promoción como tal, por último otro de los descuentos es del 5% de descuento en cualquier zapatos o calzado teniendo la mayor aceptación del 49,2% que la población se acogió a esta promoción.

#### Ilustración 14. Valores de ventas

Los precios que maneja la tienda cree usted que son elevados

195 respuestas



Elaborado por: Figueroa, (2024)

Para muchas personas se fijan en los precios de los productos y los resultados arrojaron que el 45.6% de la población estableció que no es tan elevado el precio de nuestro producto con referencia a nuestra competencia, el resto de la población cataloga que la marca tiene sus precios elevados a diferencia de la marca rival.

## Propuestas

### Identificar la situación actual de la empresa

Ilustración 15. Cifras de ventas de enero hasta julio

MES	BaseIVA	Base0	Iva	Total
Enero	\$ 2.471,55	\$0,00	\$ 296,59	\$ 2.768,14
Febrero	\$ 2.487,67	\$0,00	\$ 298,52	\$ 2.786,19
Marzo	\$ 3.392,83	\$0,00	\$ 407,14	\$ 3.799,97
Abril	\$ 6.989,40	\$0,00	\$ 1.048,41	\$ 8.037,81
Mayo	\$ 7.556,19	\$0,00	\$ 1.133,43	\$ 8.689,62
Junio	\$ 3.385,00	\$0,00	\$ 507,75	\$ 3.892,75
Julio	\$ 3.418,29	\$0,00	\$ 512,74	\$ 3.931,03
	\$ 29.700,93	\$0,00	\$ 4.204,58	\$ 31.137,37

Elaborado por: Figueroa, (2024)

En el primer semestre del presente año 2024, se ha visto una decadencia de ventas excepto en los meses de abril y mayo las cuales se mantuvieron en el rango de ventas que está situada por la empresa. A comparación del resto de meses los cuales los valores no superaron las expectativas deseadas por lo tanto este es uno de los peores balances de ventas generados con años anteriores en el primer semestre de cada año. (Figueroa, 2024)

# **DESARROLLAR ESTRATEGIAS PARA GARANTIZAR UN AUMENTO EN LAS VENTAS DE LA EMPRESA EVACOL Y LOGRE POSESIONARSE EN EL MERCADO**

## **MARKETING DIGITAL**

El marketing digital tiene sus raíces en la década de 1990, cuando el auge de Internet comenzó a cambiar el panorama de los negocios. Con el advenimiento de la World Wide Web, las empresas vieron una oportunidad sin precedentes para llegar a una audiencia global y establecer relaciones directas con los consumidores. (Jiménez, 2016)

En los años 90's surgió la primera versión de Internet, un poco diferente a la que conocemos hoy: la llamada Web 1.0. Ese longevo Internet no permitía la interacción de los usuarios con páginas web de manera activa, pero dejaba que encontrarán información en un sistema de búsquedas simple. Era como una biblioteca en la que entrabas, encontrabas lo que querías, pero no podías alterar el contenido que encontraste. En este momento primitivo del Internet se creó el término "Marketing Digital". (Peçanha, 2021)

En la actualidad, el marketing digital se ha convertido en una herramienta fundamental para las empresas y organizaciones que desean alcanzar sus objetivos comerciales en el mundo digital. Pero, ¿cómo surgió esta disciplina? En este artículo, exploraremos el origen histórico del marketing digital y las razones detrás de su crecimiento exponencial. (Ridge, 2023)

Una de las principales estrategias obtenidas por medios de las encuestas realizadas a la población fue que se acuda al centro comercial City mall, para realizar convenios con instituciones relacionadas con estudios académicos de

preferencia carreras de medicina y gastronomía a la venta del por mayor y menor. También la realización de convenios con empresas productoras como bananeras, camaroneras con lo cual damos a conocer la calidad y variedad de nuestros productos a nivel nacional. (Andrade Sánchez, 2019)

## **PAGINA WEB**

La importancia de tener una página web reside en que este tipo de recurso ofrece cantidad de beneficios que pueden impulsar un negocio.

**Visibilidad global:** Permite alcanzar a una audiencia global, ampliando su alcance sorteando las posibles limitaciones geográficas.

**Credibilidad:** Una página web bien diseñada y actualizada transmite confianza y credibilidad a tus clientes y socios potenciales. (Daddy, 2024)

Creación de una página web tiene un costo por suscripción y una membresía de un año de 600 dólares, exclusivamente del país como lo tiene su matriz situada en Colombia, por la cual es donde puedan realizar sus compras y obtener mayores descuentos por la compra en línea. (celaya, 2011)

Una página de ventas es una plataforma dentro de tu sitio web que está creada única y exclusivamente para vender tu producto o servicio. Con la creación de la página web nos va a permitir a tener un mayor control sobre las ventas y la cual nos va a dar un reporte mensual y diario la página web propone estar en menús, sin distracciones, solo centrada en hacer ver a tu cliente que tu producto es la solución a sus problemas. (Cassino, 2020)

Ilustración 16. Logo de la Marca



Elaborado por: Figueroa, (2024)

**Implementación del marketing digital por medio de plataforma Google Ads situadas en diversas redes de comunicación social o plataformas de entretenimiento.**

Tenemos la implementación del marketing digital que busca la investigación de mercados, promover con la comunicación, la publicidad, las rrrp, servir con los canales de distribución y la atención al cliente. (FUENTE, 2024)

Por otro lado, tenemos la plataforma Google Ads la cual nos brinda una publicidad pagada en línea creada por la empresa Google que permite al anunciante el pago por clic o impresión de sus anuncios, para promocionar sus productos o servicios a través de los resultados de búsqueda de google en general y en las redes asociadas como; sitios webs, apps y videos de YouTube. (Santos, 2023)



Además de ofrecer diferentes tipos de anuncios en momentos de gran interés para el espectador, Ads permite el uso de diversas formas de segmentación para su visualización.

**Keywords o palabras clave:** los anuncios se mostrarán a personas que realicen una búsqueda en Google utilizando palabras o frases que representen los productos y servicios, o que hayan visitado sitios web sobre el mismo tema investigado (historial de navegación).

**Segmentación por temas y canales:** la plataforma te permite elegir un tema específico y los anuncios se mostrarán en varios sitios sobre ese tema en particular. También es posible elegir directamente los sitios a los que tu audiencia accede más y mostrarle tus anuncios en ellos.

**Público objetivo:** con la orientación por público objetivo, es posible mostrar anuncios a personas interesadas incluso cuando esas personas están navegando por sitios web, utilizando aplicaciones o viendo videos que no están directamente relacionados con tus productos y servicios.

**Ubicación de visualización de anuncios:** puedes elegir dónde aparecerán tus anuncios, en motores de búsqueda, sitios comerciales, sitios personales (blogs, por ejemplo).

**Edad, ubicación e idioma:** la plataforma te permite elegir la edad, la ubicación geográfica y el idioma de quién será alcanzado por los anuncios.

**Horario (días, horarios y frecuencia):** existe la posibilidad de mostrar los anuncios en determinadas horas o días de la semana y elegir la frecuencia de visualización de estos anuncios.

**Orientación por dispositivo:** los anuncios pueden aparecer en todo tipo de dispositivos (computadoras, portátiles, tabletas y teléfonos inteligentes) y puedes ajustar cuándo y en cuál de ellos tus anuncios aparecerán. (Fonseca, 2021)

Ilustración 17. Logo de Google Ads



Elaborado por: Figueroa, (2024)

## CONCLUSIONES

La presente investigación conduce al cumplimiento del objetivo específico esto se puede establecer al apoyo teórico que avala a la investigación lo cual ayudara a continuar con el estudio, se ha investigado y analizado con mucha atención las teorías que se relacionan sobre el tema.

Evacol Colombia produce en su país de forma masiva los productos y pone a disposición inversionistas locales de este tipo de negocios. Pará que Group-Evacol ecuador ubicados en city mall incrementen sus ventas se ha desplegado una encuesta con la finalidad de encontrar el si el cliente tiene conocimiento de la tienda.

Dirigidos a los resultados obtenidos en el contexto analizados y mediante las herramientas de investigación que se utilizó las encuestas, donde se pudo obtener la información requerida, también de esa manera se puede apreciar sobre las posibles estrategias para conocer a la tienda y que el cliente la pueda recomendar los resultados obtenidos son positivos ya que esto aumentara las ventas prevista para la tienda y de la misma manera de conocer la situación actual de la tienda.

La propuesta que se está planteando demuestra que va de la mano con la presente investigación permita que la tienda obtenga los resultados requeridos con la ayuda de google ads la tienda obtendrá la publicidad adecuada y lo cual llamara la atención de todos los clientes y de esa manera se obtendrá el volumen de venta google ads promete alcanzar los objetivos más importantes, logra que los clientes potenciales encuentren tu empresa fácilmente.

Genera reconocimiento y consideración con anuncios memorables y visualmente atractivos que lleguen a tu público cuando estén en línea, consulten

Gmail o utilicen aplicaciones para dispositivos móviles. Aumenta el reconocimiento de la marca, realiza un seguimiento de los usuarios que vieron los anuncios anteriormente y llega a los clientes potenciales mientras ven o buscan videos en YouTube.

## RECOMENDACIONES

Los inversionistas ingresan de manera firme en el mercado, ya que los productos son conocidos internacionalmente en este caso por Evacol y donde se encuentra ubicados y donde se van a comercializar los productos es donde deben mantenerse y realizar estrategias las cuales obtenga buenos resultados dando a conocer los productos ya que en Ecuador no son conocidos.

Evacol Colombia se caracteriza por ser reconocida de manera local como internacional algo que no sucede en Ecuador se espera que con la creación de la página web las personas puedan ver su catálogo de calzados tanto laboral como deportivos y suecos.

Y por último la publicidad y promociones hoy en día juegan un papel importante para dar a conocer los productos y que el cliente pueda recomendarlos por su calidad y variedad en la tienda.

En cuanto a la situación económica que está atravesando GROUP-EVACOL ECUADOR, está realizando que Evacol Colombia tome decisiones al punto de cerrar sucursales por la baja comercialización de los productos.

Con la presente investigación se espera una mejoría y que las ventas tengan un volumen en comparación de los años anteriores.

## Bibliografía

- Andrade Sánchez, E. D. (agosto de 2019). Obtenido de La publicidad como estrategia de venta en la red social Instagram: <https://repositorio.unemi.edu.ec/xmlui/handle/123456789/4994>
- Andrea Jaramillo, A. d. (7 febrero 2024). IMPACTO DE LA INSEGURIDAD EN ECUADOR EN EL AMBITO LABORAL. *ACTUARIA*, <https://actuaria.com.ec/es/impacto-de-la-inseguridad-en-ecuador-en-el-ambito-laboral-desafios-y-perspectivas/>.
- Cantor, A. (2017). Promoción en Google y otros motores de búsqueda. En A. Cantor, *Promoción en Google y otros motores de búsqueda*.
- Cassino, N. (17 de Febrero de 2020). Semrush. Obtenido de <https://es.semrush.com/blog/paginas-de-venta/>
- celaya, j. (2011). LA EMPRESA EN LA WEB 2.0. En J. CELAYA, *La empresa. ESPAÑA*.
- Daddy, G. (28 de junio de 2024). Obtenido de La importancia de una página web: <https://www.godaddy.com/resources/latam/digitalizacion/por-que-tener-un-sitio-web-para-negocio-importancia>
- deloitte. (marzo de 2020). Obtenido de El impacto económico del COVID-19: <https://www.deloitte.com/es/es/issues/resilience/impacto-economico-del-covid19.html>
- EMIS. (14 de MAYO de 2024). *DESEMPEÑO DE LA COMPAÑÍA EN VENTAS*. Obtenido de [https://www.emis.com/php/company-profile/EC/Group\\_-\\_Evacol\\_Ecuador\\_CA\\_es\\_13293599.html](https://www.emis.com/php/company-profile/EC/Group_-_Evacol_Ecuador_CA_es_13293599.html)
- Evacol. (2016). *QUIENES SOMOS* . Obtenido de <https://www.evacol.com/evacol-quienes-somos#:~:text=Somos%20una%20EMPRESA%20100%25%20colombiana, excepcionales%20en%20t%C3%A9rminos%20de%20Comodidad.>
- Figueroa, J. (31 de JULIO de 2024). VENTAS PRIMER SEMESTRE AÑO 2024. (L. FIGUEROA, Entrevistador)

- Fonseca, J. P. (12 de Abril de 2021). *Rockcontent*. Obtenido de Google Ads (AdWords): <https://rockcontent.com/es/blog/google-ads/>
- FUENTE, O. (5 de JUNIO de 2024). *IEBS*. Obtenido de MARKETING DIGITAL: <https://www.iebschool.com/blog/que-es-marketing-digital-marketing-digital/>
- Jiménez, L. R. (2016). En *Marketing digital: una mirada al pasado, presente y futuro* (pág. <https://ojs.urbe.edu/index.php/marketing/article/view/132>).
- Latinoamericana, A. -O. (2018). Google Adwords y Adsense. págs. <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/05/google-adwords-adsense.html>.
- López, J. M. (agosto de 2022). Obtenido de Estrategias de ventas para superar a tu competencia: <https://es.semrush.com/blog/estrategia-ventas-superar-competencia/>
- Next, E. (mayo de 2024). *Grupo - Evacol Ecuador CA (Ecuador)*. Obtenido de [https://www.emis.com/php/company-profile/EC/Group\\_-\\_Evacol\\_Ecuador\\_CA\\_es\\_13293599.html](https://www.emis.com/php/company-profile/EC/Group_-_Evacol_Ecuador_CA_es_13293599.html)
- Peçanha, V. (10 de Enero de 2021). *Marketing Digital o Marketing Online*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-digital/>
- Ridge, B. V. (26 de AGOSTO de 2023). *El Origen Histórico del Marketing Digital: Un Análisis Detallado*. Obtenido de <https://www.mediummultimedia.com/marketing/cual-es-el-origen-del-marketing-digital/#:~:text=El%20marketing%20digital%20tiene%20sus,relaciones%20directas%20con%20los%20consumidores>.
- Santos, D. (6 de junio de 2023). *hubspot*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/google-adwords-ppc>
- SUAREZ, L. M. (25 de MAYO de 2024). MAYOR DESCENSO DE VENTAS DE LA TIENDA. (L. FIGUEROA, Entrevistador)