



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

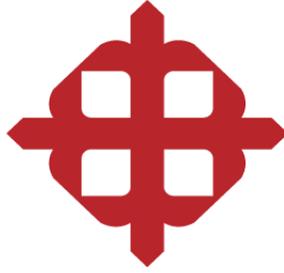
UNIVERSIDAD CATOLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
EXAMEN COMPLEXIVO: COMPONENTE PRACTICO

**USO DE HERRAMIENTAS DEL MARKETING DIGITAL EN LA CREACIÓN
DE UNA TIENDA ONLINE**

WIMPER MANUEL IZQUIERDO LORENCES

2015

UTE B 2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERIA EN MARKETING
CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Wimper Manuel Izquierdo Lorences, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingeniería en Marketing

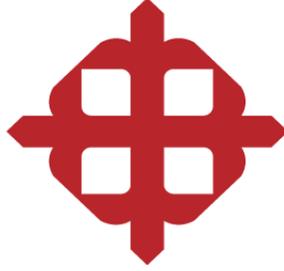
TUTOR (A)

Ing. Jaime Samaniego

DIRECTOR DE LA CARRERA

Lcda. Patricia Torres Fuentes

Guayaquil, a los 25 días del mes de Enero del año 2015



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERIA EN MARKETING**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Wimper Manuel Izquierdo Lorences

DECLARO QUE:

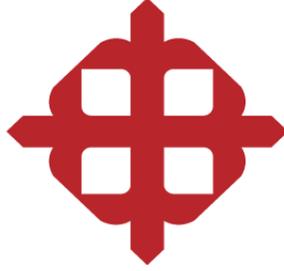
El componente practico del Examen Complexivo Uso de herramientas del Marketing Digital en la creación de una Tienda Online previa a la obtención del Título de Ingeniería en Marketing, ha sido desarrollado en base a una investigación, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del componente práctico del examen complejo referido.

Guayaquil, a los 25 días del mes de Enero del año 2015

EL AUTOR (A)

Wimper Manuel Izquierdo Lorences



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERIA EN MARKETING**

AUTORIZACIÓN

Yo, Wimper Manuel Izquierdo Lorences

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del componente practico del examen complejo:
Uso de herramientas del Marketing Digital en la creación de una Tienda Online,
cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad.

Guayaquil, a los 25 días del mes de Enero del año 2015

EL AUTOR:

Wimper Manuel Izquierdo Lorences

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, quien me ha regalado la sabiduría y me ha inspirado el esfuerzo, la tenacidad y la constancia. Agradezco a mis padres, quienes se han esforzado toda su vida para brindarme la mejor educación y que han seguido de cerca este largo camino apoyándome siempre en los buenos y malos momentos. Agradezco a la Universidad Católica, los profesores y tutores quienes me han enseñado todos los conocimientos teóricos y prácticos que me ayudaran a forjar una gran carrera como Ingeniero en Marketing.

Wimper Izquierdo Lorences

INDICE GENERAL

Resumen.....	7
Introducción.....	8
Desarrollo	9
Conclusiones.....	17
Bibliografía.....	18
Anexo.....	19

RESUMEN

Este ensayo propone el uso de herramientas del Marketing Digital para la creación de tiendas online o tiendas virtuales, debido a que muchas personas que en la actualidad han iniciado sus negocios en línea o están pensando en iniciar uno no tienen el conocimiento de estas herramientas, estrategias y técnicas que les permitirían llegar de una manera más eficiente y efectiva al segmento de mercado en el que se encuentren sus clientes potenciales, creando una comunidad de seguidores y fidelizando clientes.

Palabras claves:

Herramientas, Marketing Digital, Tienda Online, Comunidad

INTRODUCCION

Desde que apareció el internet, se obtuvieron muchas ventajas para el desarrollo de actividades económicas a nivel mundial, ya que se eliminaron las brechas que existían para poder hacer negociaciones con personas que están en diferentes ciudades o países; una de estas actividades que se ha facilitado es el comercio electrónico. Es por eso que hoy en día es muy común observar la gran cantidad de ventas que se realizan por internet, las mejores marcas en todo el mundo te ofrecen hacer compras desde la comodidad de sus casas con tan solo un clic. Puedes acceder a comprar ropa, zapatos, libros, y un sinnúmero de artículos desde la web.

Estamos viviendo en la Era de la información, donde muchos jóvenes se vuelven millonarios de un momento a otro con sus ideas creativas. El ejemplo más claro de eso es el creador de Facebook. Por esta razón muchas personas han iniciado sus negocios propios como tiendas online, es decir, publican sus productos en una página web, aplicaciones móviles o redes sociales, realizan el pago desde la web y esperas a que tu producto llegue a tu casa. Este tipo de negocio te ofrece muchas ventajas, además de que son menores los riesgos económicos a los que se enfrentan, una de las más importantes ventajas ya que no necesitas de tener costos fijos como alquiler de un local, tan solo necesitas de un proveedor y luego de encargarte de repartir los productos que te han solicitado.

Sin embargo, para obtener clientes es muy importante darse a conocer ya que existen muchos competidores con el mismo estilo de negocio. Es por eso que es indispensable el uso de herramientas de marketing digital como la creación de páginas webs, aplicaciones móviles, publicidad en redes sociales, que faciliten la comunicación de la empresa con los clientes.

DESARROLLO

Comercio Electrónico y Tiendas Online

“El e-commerce, también denominado comercio electrónico, online o virtual, se trata de cualquier tipo de transacción fundada en la difusión de datos sobre redes de telecomunicación. Por tanto, se incluyen todas las operaciones de compra-venta de productos/servicios tramitadas por internet” (López, 2013)

A partir de la invención del internet se hizo muy común el comercio a través de la web. Esto permitió que las mejores marcas del mundo pongan a su alcance a los clientes sus productos a nivel mundial, y tuvieron una buena acogida debido a que los precios son mucho más baratos porque al ser una venta en línea se ahorran costos fijos que tienen las tiendas físicas. Actualmente, el comercio electrónico representa un gran porcentaje de las ganancias de estas empresas. Existen varios tipos de comercio electrónico, sin embargo las más utilizadas son: Business to Business (B2B/empresa-empresa) y Business to Consumer (B2C/empresa-cliente).

Además de las grandes marcas que ofrecen sus productos también en línea, existen diversas páginas webs dedicadas a la venta de productos en línea como MercadoLibre, Ebay, Amazon que ofrecen precios incomparables y permiten a las personas vender sus productos en línea. Es por eso que muchas personas han visto una oportunidad para tener su negocio propio o el crecimiento de su PYME mediante la creación de tiendas virtuales ya que ofrecen muchas ventajas para el comerciante como el ahorro de alquiler de un local, también permite llegar más fácilmente a un segmento de mercado, el ahorro en promocionar la marca ya que se puede publicitar sus productos mediante redes sociales y el menor riesgo económico al que se enfrenta.

En el Ecuador también existen varias tiendas virtuales que venden diferentes tipos de artículos. Las más conocidas son labahia.ec y buenobonitobarato.ec dedicadas a la venta de artículos electrónicos, accesorios de celulares, gafas, etc. También hay empresas dedicadas a la venta de ropa deportiva y artículos deportivos como shopiwanna.com.

Marketing Digital

¿Qué es el Marketing Digital?

“La forma de marketing tradicional (offline) llevada a internet, a través de recursos y herramientas propios de la red para conseguir algún tipo de conversión.” (López, 2013)

Es una explicación bastante sencilla, a la que hay que añadir que, adicionalmente, internet ha desarrollado sus propias técnicas en marketing digital que no existían anteriormente en el marketing convencional. El marketing digital **engloba publicidad, comunicación y relaciones públicas**. Es decir, **abarca todo tipo de técnicas y estrategias de comunicación sobre cualquier tema, producto, servicio o marca (empresarial o personal) en cualquiera de los medios existentes**, como son internet (ordenadores), telefonía móvil (móviles o tablets), televisión digital o consolas de videojuegos. (López,2013)

Las técnicas o estrategias que usa el Marketing Digital son:

- Posicionamiento Web o SEO (Search Engine Optimization): es un conjunto de técnicas que sirven para posicionar una página web de forma natural en Google, a través de la selección de las palabras claves.
- Uso de Redes Sociales como Facebook, Twitter, LinkedIn, Google Places, Instagram para publicitar el producto o servicio.
- Comunicación uno a uno mediante correo electrónico: novedades, promociones, actividades e invitaciones personalizadas, en envíos de newsletters y flyers.
- Diseño de páginas webs y aplicaciones móviles: Facilitan la comunicación entre la empresa y los clientes.

Marketing Digital aplicado al Comercio Electrónico

Anteriormente, ya hemos dicho que el tener una tienda online o una tienda virtual ofrece muchas ventajas y beneficios para empezar un negocio ya que no necesita de una inversión muy alta por el ahorro que representan diversos factores como es el que no sea necesario el uso de un local. Sin embargo, para poder llegar a un segmento de mercado y contar con un gran número de clientes es necesario el uso de diversas herramientas que ofrece el Marketing Digital y que ayudan a llegar con mayor impacto al segmento deseado y a su vez a facilitar las transacciones comerciales con el cliente mostrando sus productos y a su vez ofreciendo alternativas de pago en línea.

Algunas personas que tienen su negocio en internet, lo han hecho solamente creando una página en redes sociales como Instagram o Facebook y publican fotos de los productos; sin embargo, considero que las redes sociales son solamente una parte o herramienta del marketing para dar a conocer los productos y que hay más herramientas para crear una tienda virtual completa.

Las herramientas del marketing digital que podemos utilizar para la creación de una tienda virtual son:

- Página web
- Aplicaciones Móviles
- Redes Sociales
- Comunicación uno a uno mediante correo electrónico
- Posicionamiento Web o SEO

DISEÑO DE PÁGINA WEB

Es indispensable al momento de crear una tienda virtual, ya que facilitará la comunicación con nuestros clientes y las transacciones comerciales.

Los elementos de la página web de una tienda virtual son:

- Catálogo de productos o servicios:

Debe ser algo más que un listado de los productos, es muy importante que cada nombre de producto este acompañado de una fotografía y sus especificaciones. También es importante que los productos estén divididos por categorías para que sea más fácil para los clientes encontrar los productos que necesitan y

además incluir una categoría de los productos más vendidos y de los más recientes.

(Ver anexo 1)

- Carrito de compra: Es muy importante que el carrito de compras este visible en la página principal para de esta manera ir controlando la cantidad de productos que se está comprando y el valor acumulado en la compra incluyendo los gastos de envíos e impuestos.

(Ver anexo 2)

- Promociones y Ofertas: Es muy importante recalcar las promociones ya que esto incentiva a los clientes a comprar.

(ver anexo 3)

- Registro de Usuarios: Antes de realizar la compra la página web debe de tener la opción para el registro de los datos personales del usuario, e información de envío y facturación. Es muy importante darles la opción de suscribirse a los e-mailing de información y promoción.

(ver anexo 4)

- Motor de Búsqueda: Es la manera rápida que el cliente busca el producto en el que está interesado.

(ver anexo 5)

- Proceso de compra: Debe de ser corto y claro. Además debe de haber mensajes informativos acerca de qué momento de la compra se encuentra ya que si el usuario se pierde se podría abandonar la compra. También debe de incluir los costos de envío y el cálculo de impuestos.

(ver anexo 6)

- Métodos de pago: Se debe de contar con un sistema de pago online. Existen varias maneras de cobro como por ejemplo transferencias bancarias, tarjeta de crédito y débito y Paypal.

(ver anexo 7)

- Información corporativa: Dar información de la empresa a los clientes como dirección y número de teléfono, además de una breve reseña de cómo nació y a que se dedica hace que los clientes tengan mayor confianza y credibilidad.

(Ver anexo 8)

- Logística: Existen dos tipos. La logística interna encargada del sistema de control de existencias, facturas, inventario y la logística externa que se encarga del envío de los productos a los clientes.

(ver anexo 9)

- Informe de Ventas: Llevar un control de las ventas, permite darse cuenta de cuáles son los productos más solicitados, los de menos aceptación, las ciudades a donde más se vende. De tal manera que se pueda redirigir la estrategia y aplicar acciones más definidas a los clientes potenciales.
- Estadísticas de acceso: El revisar la usabilidad de la página por parte de nuestros clientes potenciales nos permite darnos cuenta en que proceso de la compra es en la que la mayoría de los clientes abandona la compra. De esta manera podemos averiguar el por qué para intentar evitarlo.
- Servicio Post-Venta: Es muy importante ofrecerle este servicio a los clientes en caso de que tengan algún inconveniente con el producto que han comprado. Generalmente se lo realiza mediante mails o llamadas telefónicas.

DISEÑO DE APLICACIONES MOVILES

Hoy en día la mayoría de las personas cuentan con un Smartphone, en el cual se puede hacer uso de programas o aplicaciones móviles. Esto facilita que el cliente visite nuestra página desde su celular, ya que no necesitaría de entrar a la página web desde una computadora o desde el explorador de su celular. Estos son los elementos o características de las aplicaciones móviles:

- Llamadas de un toque: Sus clientes pueden comunicarse con usted desde su app con un solo toque. Ya no tendrán que memorizar teléfonos.

- Compartir: Permite que sus clientes corran la voz sobre su negocio con la integración con las redes sociales, SMS y correo.
- Comentarios de Fans: Permite observar los comentarios de sus seguidores con la página de fans.
- Carrito de compras: Permite vender sus productos desde su app móvil
- Dirección GPS: Le da a sus clientes la dirección de su negocio desde cualquier parte del mundo.
- Eventos: Permite incluir en su app móvil todos los eventos de su negocio. Mantenga a sus clientes informados en cualquier momento.
- Notificaciones Push: Permite enviar mensajes instantáneos o programados a sus clientes, cuando quiera con nuestro sistema único.
- Cupones GPS: Permite crear cupones móviles para que sus clientes desbloqueen premios cuando vayan a su negocio. (Excelente para restaurantes).
- Calculadora de propinas: Incluye la calculadora de propinas en su app móvil para que sus clientes puedan calcularlo de manera sencilla y rápida.
- Integración RSS: Sus seguidores podrán leer los artículos de su blog directamente desde su app móvil.
- Puntos de Interés: Permite hacer un mapa donde ponga puntos de interés para sus clientes.
- Cupones QR: Con los cupones QR sus clientes pueden intercambiarlos al escanear ciertos códigos que usted les dé.
- Lista de E-mail: Permite mantenerse en contacto con sus clientes gracias a la capacidad de poder recolectar nombre y correos directamente desde su app móvil.
- Contabilizador: Incluye la característica de tener un contabilizador en su app móvil para que sus clientes lleven un conteo de sus productos y se lo puedan mandar por correo.
- Información Extra: Permite que sus clientes sepan todo lo que quiera sobre su negocio Ej: Sus Productos y/o Servicios, La Historia de su Empresa, etc

(Ver anexo 10)

REDES SOCIALES

Las redes sociales son la evolución de las tradicionales maneras de comunicación del ser humano, que han avanzado con el uso de nuevos canales y herramientas, y que basan en la creación, conocimiento colectivo y confianza generalizada. (Fonseca,2010)

La presencia de una empresa en redes sociales le da muchas ventajas como:

- Comunicar sus contenidos a clientes existentes y nuevos clientes
- Trabajar en red con personas y empresas afines
- Crear una comunidad de seguidores o fans
- Hacer participar a sus clientes en el desarrollo de su negocio
- Posicionarse como referente en su sector
- Saber y conocer lo que se dice de su empresa en internet, además de entablar relaciones comerciales.

Existen muchas redes sociales, pero las más populares y en las que la mayoría de las empresas publicitan sus productos creando una comunidad de seguidores o fans son Instagram, Facebook y Twitter.

Aquí es donde aparece la figura del Community Manager o Social Media Manager que es la persona encargada de gestionar, construir y moderar a comunidades en torno a una marca en internet. (Fonseca, 2010)

En el Ecuador varias tiendas virtuales han creado una comunidad en redes sociales, en especial en Instagram. A continuación veremos algunos ejemplos:

(Ver anexo 11)

E-MAILING (Comunicación uno a uno mediante Correo Electrónico)

Consiste el enviar mails a una base de datos. Generalmente son todas aquellas personas que se han registrado en la página o que ya han hecho una compra anteriormente. Los mails tienen que ver con nuevos productos o promociones de la tienda virtual.

POSICIONAMIENTO WEB O SEO (Search Engine Optimization)

El posicionamiento web o SEO es un conjunto de técnicas que sirven para posicionar una página web de forma natural en buscadores como Google o Yahoo, a través de la selección de las palabras claves. El objetivo no es solo posicionar la marca en los buscadores, sino también aumentar el volumen de usuarios a su sitio web. (MDMarketingdigital,2015)

CONCLUSIONES

Para concluir, este ensayo hace referencia a diferentes herramientas y estrategias del marketing digital que son muy importantes al momento de que una persona que haya iniciado un negocio online o una tienda virtual quiera tener una ventaja diferencial sobre los demás competidores, ya que en la actualidad muchas personas tienen el mismo estilo de negocio, sin embargo la mayoría no realiza una gestión completa ni aprovecha todas las herramientas que el internet y el marketing digital les ofrece.

Por ejemplo, la creación de páginas webs y aplicaciones móviles además de mostrar los productos y promociones, facilita las transacciones de compra de los clientes mediante un sistema de pago online incluido. Al mismo tiempo fortalece la fidelización de clientes y ayuda a llevar un mejor control del inventario de la mercadería. Las Redes Sociales permiten gestionar la marca en el segmento de mercado al que queremos llegar creando comunidades, seguidores o fans quienes son los clientes potenciales. El E-Mailing se realiza enviando mails de productos nuevos y promociones a la base de datos que se tiene cuando los clientes potenciales se suscriben a la página virtual. El SEO ayuda a posicionar la marca en motores de búsqueda mediante palabras claves.

Con todas estas herramientas será más fácil para los emprendedores que inicien sus tiendas virtuales, llegar al mercado meta al que se quiere llegar de una manera más eficiente y efectiva. Una vez que se ha llegado a los clientes potenciales y realizado la venta es muy importante que se le dé un seguimiento, es decir, un servicio post-venta en caso de que tenga algún inconveniente el cliente con el producto, para motivar al cliente quiera regresar a la tienda virtual a comprar nuevos productos.

BIBLIOGRAFIA

López (2013) *Definición y bases del Marketing Digital*. Recuperado de <http://marketingdigitaldesdecero.com/2013/01/12/el-marketing-digital-definicion-y-bases/>

López(2013) *Introducción al Comercio Electrónico*. Recuperado de <http://marketingdigitaldesdecero.com/2013/05/27/introduccion-al-comercio-electronico-e-commerce/>

Marketing Digital desde cero (2013) *Elementos básicos de una tienda virtual*. Recuperado de <http://marketingdigitaldesdecero.com/2013/06/06/elementos-basicos-de-una-tienda-virtual/>

Empressapp (2015) *Características de las aplicaciones móviles*. Recuperado de <http://www.empressapp.com/apps/>

Fonseca (2014) *Definición de Redes Sociales*. Recuperado de Marketing Digital en Redes Sociales

Fonseca (2014) *Definición de Community Manager*. Recuperado de Marketing Digital en Redes Sociales

MD Marketing Digital (2015) *Posicionamiento Web-SEO* Recuperado de <http://www.mdmarketingdigital.com/posicionamiento-web-seo.php>

ANEXOS

Anexo 1

The screenshot displays the LA BAHÍA.EC website interface. At the top left is the logo with the tagline "¿lo quieres? ¡lo tenemos para tí!". A search bar is located in the top right, and a shopping cart icon shows "Carrito: vacío". Below the header is a navigation menu with links: INICIO, CATEGORIAS, GAFAS, GOPRO, SMOKE ROOM, LABAHIA, and CONTACTANDOS. A large red banner promotes a mobile app with the text: "Descubre gratuitamente SOLO LO MEJOR en ofertas, promociones, eventos y lugares de Guayaquil y Samborondón". Below the banner are three tabs: RECOMENDADOS, NUEVOS, and PROMOCIONES. The RECOMENDADOS tab is active, showing a grid of products:

RECOMENDADOS	NUEVOS	PROMOCIONES		
<p>LONGCHAMP MOCHILAS LONGCHAMP \$70.00</p>	<p>SMART SHAKE \$20.00</p>	<p>FUJIFILM INSTAX MINI 8 \$130.00</p>	<p>SOPORTE DE CELULAR... \$25.00</p>	<p>BONGZILLA BEER BONG \$150.00</p>

Anexo 2

The screenshot shows the LA BAHÍA.EC website. The header includes the logo and a search bar. The navigation menu lists: INICIO, CATEGORIAS, GAFAS, GOPRO, SMOKE ROOM, LABAHIA, and CONTÁCTANOS. The breadcrumb trail is: Modas & Estilo > Gafas > Dragon. The main content area displays four products under the 'Dragon' category:

- DRAGON THE JAM 001: \$45.00, Gafas Dragon Jam. En stock. AÑADIR AL CARRITO. + Agregar para comparar.
- DRAGON THE JAM 002: \$45.00, Gafas Dragon Jam. En stock. AÑADIR AL CARRITO. + Agregar para comparar.
- DRAGON THE JAM 004: \$30.00, Gafas Dragon The Jam.
- DRAGON THE JAM 006: \$45.00, Gafas Dragon The Jam.

A shopping cart overlay is visible on the right, showing a total of \$95.00 and a CONFIRMAR button. The cart contains:

- 1 x SmartShake \$20.00
- 1 x Xfit \$30.00
- 1 x Dragon The... \$45.00

Additional cart items include Transporte (Envío gratuito!) and a Total of \$95.00.

Anexo 3

The screenshot shows the product page for the EZCAST WIRELESS DONGLE. The breadcrumb trail is: Electrónica > TV & Video > EzCast Wireless Dongle. The product title is EZCAST WIRELESS DONGLE, priced at \$50.00. The condition is 'Nuevo'.

Pequeño adaptador que se conecta al televisor o monitor para convertirlo en una pantalla inalámbrica para tu smartphone, tablet, PC u otros dispositivos.

A 'MÁS DETALLES' button is located below the description.

The product image shows the packaging for the 'Wireless Display Dongle'. The box features the text 'Share Your Content Where The Big Screen Is' and 'More Sharing More Joying'.

Below the main image, there are two smaller images: one showing the dongle and another showing the dongle connected to a device.

A 'Ver más grande' button is located below the images.

The product details section includes:

- MODELO: EZW-001
- CANTIDAD: 1 (with minus and plus buttons)
- Price: \$50.00 (with a crossed-out price of \$80.00 and a red bar indicating a \$30.00 discount)
- AÑADIR AL CARRITO button
- AÑADIR A MI WISHLIST button

Anexo 4

Crear una cuenta

Sus datos personales

Tratamiento Sr. Sra. Miss

*

*

*

*

(Mínimo 5 caracteres)

Fecha de nacimiento

Inscríbese a nuestra lista de correo

Reciba ofertas especiales de nuestros socios

REGISTRARSE *Campo requerido

Anexo 5



Anexo 6

Elija su modo de pago

Producto	Descripción	Disp.	Precio unitario	Cant.	Total
	SmartShake SKU : SSK-001	En stock	\$20.00	1	\$20.00
	Xfit SKU : Pack004	En stock	\$30.00	1	\$30.00
	Dragon The Jam 001 SKU : DRA-001	En stock	\$45.00	1	\$45.00
	EzCast Wireless Dongle SKU : EZW-001	En stock	\$50.00 -38% \$80.00	1	\$50.00
Total productos:					\$145.00
Total envío:					\$5.00
CUPONES					
			TOTAL	\$150.00	

Anexo 7



Pago por transferencia bancaria (el procesamiento del pedido tomará más tiempo) >



Pague con su tarjeta de débito, crédito o su cuenta PayPal



Seguridad en sus pagos con tarjetas de débito y crédito Visa y Mastercard.

< CONTINUAR LA COMPRA

Anexo 8

CONTÁCTENOS:

 Labahia.ec , Cdla. Entrerios
Av. La Puntilla (Principal)
edificio Manaos #204A.
Samborondon, Guayas,
Ecuador.

 Telf: (04) 2097813

 Email:
ventas@labahia.ec

Anexo 9

The screenshot displays the website's header with the logo "LA BAHÍA.EC" and the tagline "¿lo quieres? ¡lo tenemos para tí!". A search bar is located to the right of the logo. Below the header is a navigation menu with the following items: INICIO, CATEGORIAS, GAFAS, GOPRO, SMOKE ROOM, LABAHIA, and CONTÁCTANOS.

The main content area is titled "Envío:" and contains a section for selecting a shipping method. The text reads: "Elija el modo de envío" and "Seleccione una opción de envío para esta dirección: casa". A table lists the available shipping options:

Logo	Service Name	Description	Price
	Servientrega	Servientrega 24-48 horas laborables	\$5.00

Below the table, there is a section for "Condiciones generales de venta" with a checkbox and the text: "He leído y acepto las condiciones generales de venta. [Condiciones generales de venta](#)".

At the bottom of the page, there are two buttons: "CONTINUAR LA COMPRA" on the left and "IR A LA CAJA" on the right.

Anexo 10

Llamadas de un Toque



Compartir



Comentarios de Fans



Carrito de Compras



Dirección GPS



Eventos



Notificaciones PUSH



Cupones GPS



Calculadora de Propinas



Integración RSS



Puntos de Interés



Cupones QR



Lista de E-mails



Contabilizador



Información Extra



Anexo 11

S



Uso de herramientas digitales por parte de PYMES

