

Resumen

Trabajo de grado

Análisis de las preferencias de recompensa total de los trabajadores de la vicepresidencia ejecutiva de ingeniería e innovación de Bancaribe mediante el análisis conjunto con perfiles completos.

Trabajo de Grado presentado como requisito parcial para optar al Título de Licenciado en Administración de Empresas

Angarita, Dayana

Tutor: Seidler Mujica

La gerencia del recurso humano es vital para que las organizaciones tengan una ventaja competitiva con respecto a sus competidores y esté preparada para las circunstancias retadoras del entorno que la afectan, las personas determinan en gran medida el éxito o fracaso de las organizaciones, si las personas están comprometidas y entusiasmadas ofrecerán a la organización un desempeño extraordinario. Otro factor crucial es la toma de decisiones oportuna y acertada, por lo que debe haber herramientas que faciliten y den validez a las decisiones de recompensa total que pretenden crear un ambiente y condiciones que satisfaga a los miembros de la organización.

Por ello, la presente investigación se fundamentó en determinar las preferencias de los elementos de recompensa total del equipo de la Vicepresidencia Ejecutiva

de Ingeniería e Innovación de Bancaribe. Para alcanzar los objetivos planteados se utilizó la técnica análisis conjunto, cuyo objetivo es determinar que combinación de un número limitado de atributos es preferido por los encuestados. Este análisis se realizó a través de un diseño ortogonal el cual permitió obtener la información de las preferencias de los individuos hacia los distintos elementos de recompensa total. La investigación se apoyó en el tipo de no experimental, fue desarrollada en campo, mediante la aplicación del instrumento meto-dológico a trabajadores que fuesen integrantes de la muestra seleccionada aleatoriamente bajo un nivel descriptivo.

La gestión del talento humano del equipo de la Vicepresidencia de Ingeniería e Innovación incluye los procesos que organizan, gestionan y conducen al

equipo, son los líderes de la Vicepresidencia de Capital Humano los responsables de crear un ambiente y condiciones que facilite y haga agradable y deseable el trabajo en la organización.

El equipo de Capital Humano debe monitorear constantemente que los miembros de la organización se encuentren motivados mediante desafíos y oportunidades, suministrándoles retroalimentación y respaldo de manera oportuna, a través de balance vida-trabajo, beneficios, desempeño, recompensa, reconocimiento y recompensa.

Bajo este planteamiento los modelos de recompensa total son un vínculo en las organizaciones que necesariamente tienen que ser revisados ya que tiene implicaciones económicas, psicológicas y sociales que afecta a los trabajadores y en

lo administrativo y financiero impacta a la organización.

El contexto actual apremia la necesidad de evaluar las condiciones y necesidades de los trabajadores ya que en primer lugar hay otras empresas que compiten con objetivos similares y no dejarán de aprovechar hacer parte de su equipo algún recurso valioso que esté dispuesto a abandonar la organización y por otro lado cada vez más el entorno es más dinámico y competitivo, elementos con peso en la toma de decisiones del talento.

A pesar de la realidad indicada anteriormente en muchas ocasiones no hay punto de acuerdo para los

responsables de tomar la decisión de cómo recompensar a los trabajadores. Uno de los retos actuales más grandes dadas las circunstancias económicas y regulatorias del sector financiero es crear herramientas útiles, válidas y confiables que maximicen las acciones de recompensa total a los trabajadores y finalmente tener un talento comprometido con la organización obteniendo así una ventaja competitiva y sostenible.

Finalmente, luego de determinar cuáles son las preferencias de recompensa total de los trabajadores de la Vicepresidencia Ejecutiva de Ingeniería e Innovación, se registró que el talento tiene

mayor preferencia por los elementos económicos ya que el atributo compensación tiene una importancia de 61,78% con respecto al resto de los elementos. La técnica análisis conjunto permitió determinar que la mejor combinación de elementos según su utilidad es la tarjeta número 21 cuya combinación de niveles es: salario 30% por encima del mercado, pago fijo en moneda dura por encima del mercado, pago variable por debajo 17% del paquete anual, beneficios 30% por encima del mercado, trabajar hasta 7,5 horas diarias, sin recibir reconocimiento, recibir retroalimentación poco frecuente, promoción cada cuatro años sin cursos.

Incidencias de las remesas procedentes de España en el aparato productivo de Marruecos. Período 2016-2020

Trabajo de Grado presentado como requisito parcial para optar al Título de Licenciado en Comercio Internacional.

Lara Domínguez, María Gabriela

Tutor: Dimas Romero

Fecha: Abril de 2022

La siguiente investigación tiene como objetivo general evaluar la incidencia de las remesas procedentes de España en el aparato productivo de Marruecos en el período 2016-2020. Para elaborar este estudio se utilizaron datos y cifras oficiales de los Bancos Centrales de ambos países, así como del Banco Mundial. De igual forma, se revisaron convenios, acuerdos y directivas de la Unión Europea, la Constitución y

Leyes Orgánicas de España, y la Constitución de Marruecos.

Hoy en día, el número de personas que deciden emigrar es mayor que nunca.

Aproximadamente cinco millones de marroquíes residen en el extranjero, la mayoría de ellos reside en Europa; particularmente en España se encuentra una de las comunidades marroquíes más grandes de ese continente. En cuanto a los movimientos migratorios, están influ-

enciados principalmente por las diferencias en las oportunidades laborales de los países involucrados.

Por su parte, las remesas se relacionan directamente a la migración de trabajadores y se han convertido en uno de los flujos de capital privado más significativos para la economía mundial. Los inmigrantes de Marruecos se trasladaron a España por una motivación esencialmente económica, teniendo entre sus

objetivos conseguir un mejor empleo y así cumplir con su rol de soporte para la familia que permaneció en origen, lo cual se hace posible mediante el envío de las remesas.

La investigación es de tipo documental, y de nivel descriptivo y explicativo. Las conclusiones determinaron que las remesas representan un ingreso de divisas muy importante para Marruecos, que dinamiza su economía y favorece a su desarrollo; sin embargo, es necesaria la creación de políticas macroeconómicas orientadas a su óptimo aprovechamiento.

Asimismo, precisaron la instauración de una política migratoria europea que armonice las acciones tanto de prevención como de gestión, en la que todos los países unifiquen esfuerzos en beneficio del interés comunitario.

En el ámbito de las relaciones internacionales, las migraciones ocupan un lugar relevante. La complejidad que las caracteriza, las consecuencias tan diversas que se derivan de éstas, y el hecho de que trasciendan las fronteras, las convierten en un elemento de estudio permanente cuya importancia se ha extendido a la actualidad, suscitando nuevos e interesantes debates. En este sentido, las migraciones representan uno de los principales retos de cara al futuro, ya que aún carecen de una definición y de una cobertura legal en el sistema de Derecho Internacional. España destaca como uno de los veinte países principales de destino de las migraciones internacionales, según datos de la Organización Internacional para las Migraciones (OIM).

La incorporación de España al grupo de países receptores de inmigrantes es el resultado de décadas de desarrollo económico, político y social. Cabe mencionar que, hasta mediados de los años setenta, este país europeo era uno de los principales emisores de emigrantes a nivel mundial, pero a partir de mediados de los años ochenta pasó a constituirse como país receptor de inmigración. Durante esa época se aprobó la Ley Orgánica Sobre Derechos y Libertades de los Extranjeros en España, a esta normativa jurídica le siguieron numerosas reformas e iniciativas en el ámbito del empleo y de la integración, que fueron conformando la política española de inmigración, mientras que el fenómeno migratorio se fue consolidando como un elemento de la sociedad española.

Plan de exportación de calzados de seguridad industrial de la empresa venezolana Discovery Invicta, C.A. con sede en Venezuela, para el estado de florida - Estados Unidos.

Trabajo de Grado presentado como requisito parcial para optar al Título de Licenciado en Comercio Internacional.

Pérez Moreno, Vanesa Alexandra.

Tutor: Rendón Luiggi

Fecha: Noviembre 2022.

Las exportaciones no tradicionales se encuentran constituidas por productos que exhiben una conducta dinámica por su modificación, las cuales cambian de

categoría en la economía mundial según el crecimiento como producto de venta internacional.

Para alcanzar esta investigación es necesario

realizar un plan de exportación efectivo, el cual es un instrumento que permite estudiar los diversos factores que intervienen en el mercado mundial para promocionar

y comercializar el pro-ducto no tradicional, generando un estatus de posicionamiento según las características de la empresa, definiendo su grado de desarrollo y reflejando las fortalezas y debilidades de la misma, por medio de una planificación estructurada para penetrar en el mercado internacional de forma eficiente y segura.

Entre las exportaciones no tradicionales en Venezuela, se encuentra el calzado, el cual se presenta como una prenda de vestir en una variedad de estilos y diseños cuya función principal es cubrir parte de los miembros inferiores del cuerpo.

Convirtiéndose en un elemento utilizado como protección, movilidad y seguridad del pie, caracterizado por su uso diario y la dinámica según la actividad a realizar. Su proceso evolutivo ha sido continuo, manteniéndose en constante desarrollo con los materiales que intervienen en su proceso y elaboración como las pieles naturales y sintéticas permitiendo obtener una mejor movilidad y manipulación, así como un diseño confortable y ergonómico para realizar las tareas sin esfuerzo adicional al requerido por parte del operador, gracias al continuo desarrollo tecnológico de maquinarias que facilitan obtener un diseño de vanguardia y seguro.

Dado que la empresa venezolana Discovery Invicta, C.A. especialista en calzados de seguridad, protección y

combate con casi 50 años de experiencia en el mercado venezolano y centroamericano, desea incursionar en el mercado estadounidense, ya que cuenta con una tecnología de vanguardia y variedad de diseños con altos estándares de calidad por medio de certificados reconocidos a nivel nacional e internacional a un precio que podrán adaptarse a las preferencias del consumidor estadounidense.

En tal sentido, se considera aplicar un plan de exportación específicamente en el estado de Florida en Estados Unidos, lugar que cuenta con una serie de atractivos a nivel económico, social y cultural que favorecen la actividad comercial, donde se maneja una política que abarca una tasa de impuesto sobre las ventas del 5.5%.

Adicionalmente, no posee un impuesto estatal sobre la renta que incentiva a los comerciantes del estado a realizar actividades económicas, es decir, los impuestos a las sociedades en los cuales las empresas que hacen negocios y obtienen ingresos, deben presentar una declaración del impuesto, a menos que las actividades que realicen estén exentas.

Al realizar un plan de exportación es importante tener una estimación de tiempo en cada etapa a la cual se somete la mercancía y los procesos logísticos asociados. Es por ello, que se analizan los tiempos en recibir, examinar y procesar la materia prima

para la elaboración del calzado, este proceso de solicitud de telas y producción para enviar un contenedor de 20' es de aproximadamente 10 a 15 días. Asimismo, la capacidad productiva de calzado diario por canales tradicionales y tecnificada de 500 y 700 respectivamente. El contenedor de 20 pies puede trasladar 2.160 pares por lo que se requieren de 3 a 5 días para cumplir con la producción de calzados. También se debe cumplir con todos los trámites nacionales e internacionales que son necesarios para la exportación lo cual puede llegar a tomar a nivel nacional 30 días.

El proceso legal internacional puede llegar a tomar hasta 90 días aproximadamente y se puede realizar de forma paralela al proceso nacional.

Nombre de la propuesta:

Exportación de calzados de seguridad industrial de la empresa venezolana Discovery Invicta, C.A. con sede en Venezuela, para el estado de Florida - Estados Unidos.

La siguiente propuesta se establece con el fin de participar en el mercado americano con productos hechos en Venezuela, por parte de la empresa Discovery Invicta, C.A. la cual cuenta con casi 50 años en el mercado nacional. Desde el 2015 ha incursionado en el mercado internacional, gracias a la adquisición de créditos

por medio de Bancoex que facilitaron la adquisición de nueva maquinaria de alta tecnología, la cual permite generar una inyección directa al corte de poliuretano bidensidad, siendo más precisos y rápidos. Creando una mayor producción de calzados y permitiendo incursionar en nuevos mercados.

Las exportaciones en Venezuela son una de las acciones más importantes para retomar la actividad internacional, generándose una oferta exportable que permita una gran actividad favorable en el país. Siendo estas de gran importancia para la economía venezolana, ya que es un país con una cantidad de elementos que pueden ser exportados como materia prima o producto terminado. Convirtiéndose en el principal motivo para la empresa que desea incentivar el sector de calzado con una

mayor presencia a nivel internacional. A pesar de que la empresa posee presencia en el mercado centroamericano y suramericano, desea incursionar en el norte del continente precisamente en Estados Unidos, ya que el mismo en los últimos años, a pesar de la pandemia, lidera la línea de importación del sector, siendo un alto consumidor de este rubro a nivel mundial.

La empresa Discovery Invicta, C.A. cuenta con los certificados de calidad que avalan que su producto es competitivo con marcas reconocidas a nivel mundial, generándose una oportunidad de inversión. Contando con el apoyo de varias instituciones gubernamentales que le permite cumplir con los procesos de producción. Es importante que la empresa cuente con personal cualificado para llevar a cabo el proceso de exportación con el fin de evitar cometer cualquier

ilícito por desconocimiento de las normativas que se requieran para el proceso exportados. Así como manejar la información adecuada y mantener una prevención efectiva que permitan minimizar y evitar riesgos en la operación. Una opción adecuada es que la misma cuente con el apoyo de una empresa de gestión de control y seguridad que les brinde el desarrollo adecuado en las actividades internacionales.

Es fundamental para la empresa contar con el recurso humano y financiero óptimo para manejar de forma apropiada sus elementos como un personal apropiado para el manejo adecuado de los idiomas involucrados en la operación, conocimiento de la cultura y el consumo. Poseer el conocimiento del proceso de negociación con el cual el país destino se maneja y la manera de cumplir con los protocolos estipulados para su desarrollo.

Análisis de los factores que determinan la saturación publicitaria. Caso: Pedidos Ya.

Trabajo de Grado presentado como requisito parcial para optar al Título de Licenciado en Publicidad

Argüello, Taybé

Tutora: Blanco Macrina

Fecha: abril 2023

La presente investigación se orienta al análisis de la saturación de publicidad por parte de las marcas posicionadas en el mercado de entregas a domicilios (delivery).

Fenómeno publicitario que sucede con frecuencia, en el desarrollo de campañas de diversos tipos y estatus, de los productos y servicios que se promocionan en numerosos medios publicitarios, lo que

trae como consecuencia respuestas y conductas contraproducentes, por parte de la audiencia receptora, en la fidelización y seguimiento de las mismas. Este trabajo tiene como objetivo general:

Analizar los factores que determinan la saturación publicitaria. Caso: Pedidos Ya.

Se escoge la marca Pedidos Ya, porque es una empresa líder en el servicio de entrega a domicilio (Delivery), y evidencia una frecuencia elevada en la promoción por diversos medios publicitarios, se sus servicios, sobre todo en la ciudad de Caracas. Para el desarrollo de esta investigación se aplicó un instrumento de recolección de datos a una muestra específica de individuos, extraída de la población objeto de este estudio. Dicho instrumento estuvo constituido por 12 preguntas cerradas, por medio el cual se logró obtener datos vinculantes al estudio y análisis de las variables de la investigación. Este trabajo está estructurado en cinco (5) capítulos, en los cuales se ordena la información recabada.

Finalmente, se concluye que el exceso de información en las promociones de los servicios de una marca, específicamente Pedidos Ya, puede causar animadversión en el público usuario de la empresa, sustituyéndola por las competencias, por lo que es necesario, dosificar la frecuencia del mensaje y de los medios, en virtud de no saturar a la audiencia con tanta información de la misma.

Con la intención de llevar a cabo la medición de las variables de la investigación, la autora aplicará un instrumento de recolección

de datos a una población específica, que reúne el perfil para este fin.

En ese sentido, Hernández, Fernández y Baptista (2014), definen la población como: "el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones" (p.174).

Mientras que Arias (2012) la define como "población un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para las cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación" (p.81).

Es por ello, que se decide escoger como población de esta investigación, a 87 individuos en edades entre 20 y 45 años, de sexo indistinto, habitantes de las Residencias "Valle Verde", tercera transversal de la Urbanización Santa Eduvigis, Parroquia Petare del Municipio Sucre, estado Miranda. los cuales son usuarios frecuentes del servicio de entregas a domicilio (delivery) y específicamente de la marca Pedidos Ya, por lo que reúnen las condiciones y características para ser partícipes de este estudio de campo

La población finita según Castro (2003) es cuando el número de elementos que la forman es finito, por ejemplo, el número de trabajadores de una empresa u organización (p.75).

Asimismo, para Tulio Ramírez (2004) Población finita: Es aquella cuyos elementos en su totalidad son identificables por el investigador, por lo menos desde el punto de vista del conocimiento que se tiene

sobre su cantidad total, por ejemplo, los libros en una biblioteca, el número de pacientes hospitalizados en una clínica. La población es finita cuando el investigador cuenta con el registro de todos los elementos que conforman la población en estudio. (Pág. 136).

Muestra

Balestrini (1997), indica que la muestra "es obtenida con el fin de investigar, a partir del conocimiento de sus características particulares, las propiedades de una población" (p.138).

En ese sentido, la muestra de esta investigación ha sido tomada una de forma probabilística, ya que se dirigió a una parte de población, y según Hernández y otros (1991) establece que "Todos los elementos de la población tienen la misma probabilidad de ser escogidos". (Pág. 212).

Por otro lado, Ramírez (1999), señala que "la mayoría de los autores coinciden que se puede tomar un aproximado del 30% de la población y se tendría una muestra con un nivel del 99,9% de representatividad." (p.91).

La muestra de esta investigación, por lo tanto, será representada por 26 personas habitantes de las Residencias Valle Verde, en Caracas.

Técnicas e Instrumentos para la Recolección de Datos

Técnica

Las técnicas de recolección de datos, son definidas por

Tamayo (1999), como "la expresión operativa del diseño de investigación y que específica concretamente como se hizo la investigación (p. 126)".

Por otro lado, Finol y Camacho (2008, p. 74), definen como técnica de campo el "procedimiento por medio del cual se obtiene y registra la información, directamente en el lugar en el que ocurren los fenómenos, hechos o situaciones objeto de investigación".

Para la recolección de datos, de la presente investigación se aplicará la técnica de la encuesta, debido a que es la técnica más adecuada para obtener información relevante y responder a las variables y objetivos planteados; la misma es definida por Arias (2012) como "Una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismos, o en relación con un tema en particular" (p.72).

Instrumento

Un instrumento de recolección de datos, es, en principio, cualquier recurso de que pueda valerse el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información. Dentro del instrumento pueden distinguirse dos aspectos diferentes, una forma y un contenido (Sabino 1986 Pág. 129).

Es por eso, que el instrumento a utilizar en la investigación siguiendo la técnica de encuesta, sería

mediante un cuestionario de diez (10) preguntas simples a fin de obtener resultados que respondan a los objetivos específicos planteados en la investigación, a través del análisis de los mismos

Arias, F. señala que: "El cuestionario es la modalidad de encuesta que se realiza de forma escrita mediante un instrumento o formato de papel contentivo de una serie de preguntas" (p.74).

Por su parte Hurtado (2009), indica que el cuestionario es un instrumento que agrupa una serie de preguntas relativas a un evento, situación o temática particular, sobre el cual el investigador desea obtener información. (Pág. 143)

Presentación de los Resultados

1.- Edad

Cuadro N° 3

Opciones de Respuestas	Frecuencia de Respuestas	Porcentajes
Entre 25 y 35 años	14	50%
Entre 36 y 46 años	7	25%
Más de 47 años	7	25%
Total	26	100%

2.- Sexo

Cuadro N° 4

Opciones de Respuestas	Frecuencia de Respuestas	Porcentajes
Femenino	14	54%
Masculino	12	46%
Total	26	100%

En este sentido, y en consecuencia a lo anteriormente expuesto, en una población constituida por 120 individuos en edades entre 20 y 45 años, de sexo indistinto, habitantes de las Residencias "Valle Verde", tercera transversal de la Urbanización Santa Eduvigis, Parroquia Petare del Municipio Sucre, estado Miranda, se determinó los resultados del presente estudio, los cuales son usuarios frecuentes del servicio de entregas a domicilio (delivery) y específicamente de la marca Pedidos Ya.

Escogidos mediante, una técnica de muestreo aleatoria simple se obtuvo una muestra representativa de 25 personas.

Posteriormente se les realizó un estudio por medio de una encuesta, mediante un instrumento como el cuestionario, compuesto por 12 (doce) preguntas. y se consideraron los datos demográficos de la misma, obteniendo como resultado una mayoría de personas correspondiente al sexo femenino con un 54% y sexo masculino con un 46%. Con respecto a las edades de los consultados, es un público joven la misma tiene un promedio de los 24-27 años de edad, lo que representa un 44% del total.

Las respuestas obtenidas proporcionaron datos estadísticos importantes que sustentan y apoyan los objetivos de la presente investigación; en consecuencia y respecto al primer interrogante planteado en materia del alcance que tiene el uso del servicio de entrega a domicilio (Delivery), un 100% del total, afirman que **Si** han utilizado dicho servicio.

Seguidamente, se obtuvo uno de los análisis más preponderantes de los resultados es, que cuando la marca reconoce que "invade" con excesiva promoción de sus productos y/o servicios, pero no asume una actitud de disminuirla sino por el contrario, la agudiza y busca ampliar espacios para continuar saturando a la audiencia, se hace necesario que se realicen estudios de investigación y demostrar lo dañino que puede ser a la

larga y lo poco rentable.

En ese sentido, partiendo de los resultados obtenidos a través del mencionado cuestionario aplicado, se procede a analizar y medir los objetivos de la investigación, y con ello de realizar la tarea de determinar el nivel de impacto de la saturación publicitaria de la marca Pedidos Ya, sobre los consumidores. Éstos confirman en su mayoría, que utilizan con frecuencia los servicios de entrega a domicilio (delivery), por lo que conocen de primera mano, las empresas que llevan a cabo esta actividad en la Gran Caracas, siendo Pedidos Ya, la más conocida por su excesivo abordaje publicitario. Estos resultados revelan, que los consumidores están constantemente bombar-deados por los avisos publicitarios y campañas muy frecuentes de esta empresa.

Los medios publicitarios digitales, se han convertido en una opción de promoción, casi que obligada para las marcas en todos sus momentos del ciclo de vida de sus productos y/o servicios. Para Pedidos Ya, estas plataformas son su "ventana predilecta" en la exposición de sus promociones. Para el público encuestado, las redes sociales son las más resaltantes donde observan el exceso publicitario de Pedidos ya, así como también, indican haberlas visto con frecuencia en medios publicitarios externos como vallas en

autopistas y avenidas de Caracas, como avisos publicitarios en comercios y vallas ambulantes.

La respuesta emocional con el impacto de la saturación publicitaria, es de hastío en el público, y la conductual sería el impacto extremo ya que, permitiría un rechazo pleno a la marca. Es por ello, que, en las respuestas a las preguntas relacionadas a este tipo de impacto, se constata que la marca Pedidos Ya, está en un punto donde debe revisar con urgencia el excesivo uso de avisos y promociones en los medios que se indagó al público encuestado. Al igual, la APP (aplicación en teléfonos inteligentes), el público encuestado manifiesta recibir excesivas notificaciones de promociones de la empresa, sin pedir las o no necesariamente estar interesados.

El aspecto fundamental para la dosificación de los mensajes publicitarios, es la creatividad, incluso podría decirse que es el ingrediente principal de la publicidad y uno de los antídotos ante la saturación publicitaria. Ideas disruptivas, piezas originales y pensar fuera de la caja se presentan como remedios para impactar positivamente en los consumidores. Para los encuestados es imperativo ver las promociones de Pedidos Ya, de manera eventual y no tan invasiva como hasta ahora lo han percibido.

Es así, como se concluye

que la marca Pedidos Ya, ha causado un impacto de saturación publicitaria en el público caraqueño. Impacto que se traduce en conductas emocionales como el hastío a sus promociones de mucha frecuencia, respuestas conductuales, como lo es el preferir en algunas oportunidades otras marcas del ramo y la decisión eventual de dejar de seguir la marca en redes sociales.

Con relación a la frecuencia de los mensajes publicitarios de la marca en estudio, se dedujo que es demasiado frecuente en medios digitales como: juegos, videos y publicidades pagadas en redes sociales, interrumpiendo en muchas ocasiones los mismos. Así como también, en medios exteriores como vallas en autopistas y avenidas, ambulantes: transporte público, transporte privado (motos), establecimientos comerciales, entre otros.

La causa principal a la que se concluye en el presente estudio, por la que, Pedidos Ya, satura de publicidad los medios diversos, es por el afán a la frecuencia del alcance de dar a conocer y fidelizar sus servicios. Lo cual, puede perjudicar el éxito en el largo plazo de la empresa que ya está establecida. Además, la accesibilidad al servicio, puede disminuir si se tiene una mala publicidad, por lo que los potenciales usuarios podrían tener menos oportunidades de utilizar esos servicios.

