

La importancia del marketing digital para las pymes del sector comercial de la comuna 2 del municipio de Itagüí.



LA IMPORTANCIA DEL MARKETING DIGITAL PARA LAS PYMES DEL  
SECTOR COMERCIAL DE LA COMUNA 2 DEL MUNICIPIO DE ITAGÜÍ.

Elaborado por:

Gustavo Adolfo Restrepo Correa

Ever Javier Hernández López

Asesor: William Montoya Cuartas

**Magister en Gestión de Ciencia, Tecnología e Innovación**

Administración Comercial

Tecnológico de Antioquia Institución Universitaria

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Medellín

2020

La importancia del marketing digital para las pymes del sector comercial de la comuna 2 del municipio de Itagüí.

LA IMPORTANCIA DEL MARKETING DIGITAL PARA LAS PYMES DEL  
SECTOR COMERCIAL DE LA COMUNA 2 DEL MUNICIPIO DE ITAGÜÍ.

**Nombre autor**

**Gustavo Adolfo Restrepo Correa**

*Estudiante de décimo semestre del programa Administración Comercial*

*E-mail*

*gustavorestrepocorrea@gmail.com*

**Nombre autor**

**Ever Javier Hernández López**

*Estudiante de décimo semestre del programa Administración Comercial*

*E-mail*

*everjavier@gmail.com*

**Asesor:**

**William Montoya Cuartas**

Magíster en Gestión de Ciencia, Tecnología e Innovación

*E-mail*

*williammontoya@elpoli.edu.co*

*Recibido (24/06/2020)*

*Revisado (24/06/2020)*

*Aceptado (03/07/2020)*

La importancia del marketing digital para las pymes del sector comercial de la comuna 2 del municipio de Itagüí.

## **Resumen**

Con la evolución del mundo y sus innovadoras tecnologías, surgió lo que hoy en día se llama el marketing digital, el cual es el uso o la aplicación de las estrategias de marketing trasladadas a los medios digitales, este tema es lo que actualmente está revolucionando el mercadeo y por lo tanto es que debe ser analizado e implementado por todas las empresas sin importar su tamaño y/o mercado. Esto nos llevó a tener interés por el tema debido a que es un contenido de actualidad, que aporta información valiosa para que las Pymes conozcan y se beneficien de estas herramientas que brinda el marketing digital, sin la necesidad de destinar grandes recursos económicos para dicho fin.

En el siguiente trabajo se explicará el valor del marketing digital en diferentes aspectos, complementando los interrogantes que se han planteado anteriormente a través de un enfoque cuantitativo en el que se emplea el método descriptivo. Donde se destacará la importancia de este tema, ya que es el medio por el cual una empresa o compañía recuerda, comunica e induce a los consumidores directos o indirectos sobre los productos, servicios de la marca que vende. Asimismo, de los beneficios que tiene para las empresas, en diferentes aspectos y causas internas y externas adicionalmente es una necesidad de todas las pymes estar a la vanguardia del mercado actual que se basa en modelos de ventas digitales y el marketing digital es un de las herramientas más poderosas y que están al alcance de todas las pymes, es un gran reto integrar estas tecnologías con las herramientas y el conocimiento que tienen los administradores de las pymes.

## **Palabras claves:**

Marketing Digital, Pequeñas y Medianas Empresas, redes sociales, herramientas digitales y comercio electrónico.

## **Abstract**

With the evolution of the world and its innovative technologies, what today is called digital marketing emerged, which is the use or application of marketing strategies transferred to digital media, this topic is what is currently revolutionizing the marketing and therefore it must be analyzed and implemented by all companies without being interested in their size and / or market. This led us to have an interest in the subject because it is current content, which provides valuable information for SMEs to know and benefit from these tools provided by digital marketing, without the need to allocate large financial resources for this purpose.

In the following work, the value of digital marketing in different aspects will be explained, complementing the questions that have been previously raised through a quantitative approach that uses the descriptive method. Where the importance of this topic will be highlighted, since it is the means by which a company or company remembers, communicates and induces direct or indirect consumers about the products and services of the brand it sells. Likewise, of the benefits that it has for companies, in different aspects and internal and external causes, it is additionally a necessity for all SMEs to be at the forefront of the current market that is based on digital sales models and digital marketing is one of the More powerful tools that are available to all SMEs, it is a great challenge to integrate these technologies with the tools and knowledge that managers of SMEs have.

### Keywords:

Digital Marketing, Small and Medium Enterprises, social networks, digital tools and electronic commerce.

La importancia del marketing digital para las pymes del sector comercial de la comuna 2 del municipio de Itagüí.

## **1. Introducción**

Hoy en día el 96% de las empresas del país son micro, pequeñas y medianas empresas, en efecto son gran parte del sector económico del país. (ACOPI, 2019), Por ende, la baja participación de las pequeñas y medianas empresas del municipio de Itagüí de la comuna número 2 en el sector digital, las deja en una posición que genera una oportunidad de mejor para el desarrollo de mercadeo a través de las tecnologías digitales y así dar alcance a su mercado potencial.

“Esta investigación permitió conocer que 80% de los internautas en Colombia consulta o compara en línea las características y precios de los productos que desea adquirir. Igualmente, reveló que, del total de internautas encuestados, 19% compra y paga directamente en línea; mientras que en 17% de las ocasiones, los compradores prefieren hacer el pedido de su producto en los portales en línea y pagar una vez recibe el producto en su casa u oficina. El estudio, realizado a personas entre los 18 y 75 años, demostró que las categorías de productos de mayor preferencia por parte de los consumidores en los portales de compra y pagados en línea son moda (37%), turismo (37%) y tecnología (36%). Por otro lado, el análisis reveló que quienes prefieren realizar el pago a través del método contra entrega optan por comprar moda (45%) y comestibles (34%), convirtiendo a este sector como una categoría clave para comercio electrónico independientemente del mecanismo de pago. La consulta se desarrolló en trece ciudades de país entre octubre y diciembre del 2018, y en ella se corroboró que los canales de acceso preferidos por los colombianos a la hora de comparar y buscar precios de productos o servicios en Internet son los buscadores, con 74% y, luego, las redes sociales con 50%.” CCCE ( 2019)

Esta oportunidad de mejora se engrana con el futuro del comercio, el cual se va a realizar por medio de la red de redes y a través de herramientas digitales, de visitas masivas a páginas de intercambio social, ejemplo Facebook entre otras. Después de lo anterior expuesto, vislumbra una gran oportunidad de desarrollar una estrategia que ayude a sostener y mejorar el desarrollo de estas empresas que rápidamente entren en proceso de capacitación

La importancia del marketing digital para las pymes del sector comercial de la comuna 2 del municipio de Itagüí.

y desarrollo de habilidades que les permita entrar al nuevo modelo de consumo que nos plantea el avance tecnológico, adicionalmente se va a lograr un crecimiento de las ventas a un bajo costo, lo que permitirá a las pequeñas y medianas empresas del municipio de Itagüí de la comuna número 2, ser eficientemente competitivas, todo esto se logra con la perfecta armonía entre las personas y la tecnología con un modelo de capacitación e implementación de estas estrategias en las herramientas con las que actualmente cuentan los empresarios, tales como celulares pc de escritorios, portátiles y tablas.

No obstante, se encuentran problemas como:

¿Cuántas de ellas son financieramente rentables? luego, de consultar, investigar, estudiar el tema seleccionado y teniendo en cuenta esto, se encontrará las causas por las que gran parte de estas empresas no son económicamente rentables y cómo lograrían optimizar cuando se habla de aumentar las ventas y los consumidores de estas.

Además, una microempresa no siempre tiene el suficiente presupuesto como las empresas o compañías grandes, pero hay diversas formas seguras, fáciles y económicas donde no se requiere de un gran capital para cautivar clientes, lograr mayor rentabilidad y aumentar el desarrollo de la empresa.

Hoy en día hay herramientas tecnológicas de bajo costo y de uso diario como celulares, tablas, portátiles y todo el hardware disponible que permiten la difusión de productos y servicios a través de redes sociales y marketing digital.

Después de las consideraciones anteriores y de observar la necesidad e importancia del marketing digital como herramienta de mejoramiento en Top of Mind (Genera un recuerdo que se posiciona en la mente del consumidor), Top of Heart (Es el vínculo emocional del consumidor con la marca que permite generar confianza), Top of Hand (Es importante que el usuario participe y retroalimente el mejoramiento de los productos y servicios) este trinomio aporta al desarrollo y durabilidad de las estrategia en el tiempo, permitiendo ejecutar los presupuestos planteados.

La importancia del marketing digital para las pymes del sector comercial de la comuna 2 del municipio de Itagüí.

Se observa que cualquier clase de empresa: pequeña, mediana o grande puede implementar y ejecutar estrategias para optimizar la rentabilidad. Continuando con el asunto anterior y la necesidad satisfacer las necesidades del cliente.

Pero como lo menciona Thomsom (2006)

“El marketing es un conjunto de tareas, actividades y estrategias destinadas a satisfacer estas necesidades y deseos de los clientes, donde las empresas u organizaciones que lo ponen en práctica pueden obtener muy buenos resultados; razón por la cual, nadie duda de que el marketing es indispensable para lograr el éxito en los mercados actuales”.

Después de las observaciones anteriores y teniendo en cuenta que no se pensaban que eran necesarios porque el mercado era diferente, no se mostraban tantos cambios y elementos que incrementaran la competitividad entre las empresas, tales como la innovación, la tecnología, la globalización, el mundo de las redes sociales y entre otros. Obteniendo efectos tanto en las personas como en las empresas y los clientes en general.

Cabe destacar que no se requieren grandes capitales para alcanzar una significativa atracción de clientes y relaciones con los mismos, debido a que se pueden construir planes con gestiones sencillas o simples, trabajando de la mano, obteniendo el mayor beneficio a todas estas estrategias que se tienen al alcance, innovando, alcanzando nuevos proyectos y efectos positivos con campañas de bajo costo, pero exitosas.

## **2. Antecedentes del problema:**

Para entender la importancia de estudiar y analizar el marketing digital como mecanismos para optimizar las ventas en Pymes del sector comercial de la comuna 2 del municipio de Itagüí; es necesario conocer como este ha venido desarrollándose durante el tiempo y cuales han sido sus principales precursores durante su historia, además conocer la

La importancia del marketing digital para las pymes del sector comercial de la comuna 2 del municipio de Itagüí.

situación actual de las pequeñas y medianas empresas del municipio de Itagüí de la comuna numero 2; este análisis ayuda a tener una visión más acertada.

El principal objetivo del Marketing Digital es la generación de demanda, es decir hacer que los clientes se interesen, dejen sus datos, e incluso, soliciten el producto o servicio, en pocas palabras, hacer que los visitantes del sitio web se conviertan en prospectos calificados o clientes potenciales; todos estos mecanismos han permitido que las empresas hoy en día estén a la vanguardia de las tecnologías y así mantenerse informadas.

Por otra parte, las pequeñas y medianas Empresas desempeñan un rol muy significativo en la economía de cada país fundamentalmente porque son fuentes generadoras de empleos y ayudan al progreso de las comunidades donde estas se encuentren. No obstante, estamos todavía lejos de ser un país donde las Pymes hagan un uso intensivo y acertado de las oportunidades que ofrece internet para alcanzar objetivos de marketing; he ahí donde está la gran oportunidad para las empresas desarrollar estas herramientas digitales a fin de optimizar sus ventas mediante los distintos canales comunicativos y de promoción que nos brindan estas herramientas online. Como se evidencia en las publicaciones realizadas en la cámara de comercio digital de Colombia la tendencia es cada día mayor en cuanto al intercambio de bienes o servicios por medio de plataformas digitales, Colombia ocupa el cuarto lugar en el top de Suramérica lo cual es un buen momento para subirse en la ola digital.



La importancia del marketing digital para las pymes del sector comercial de la comuna 2 del municipio de Itagüí.

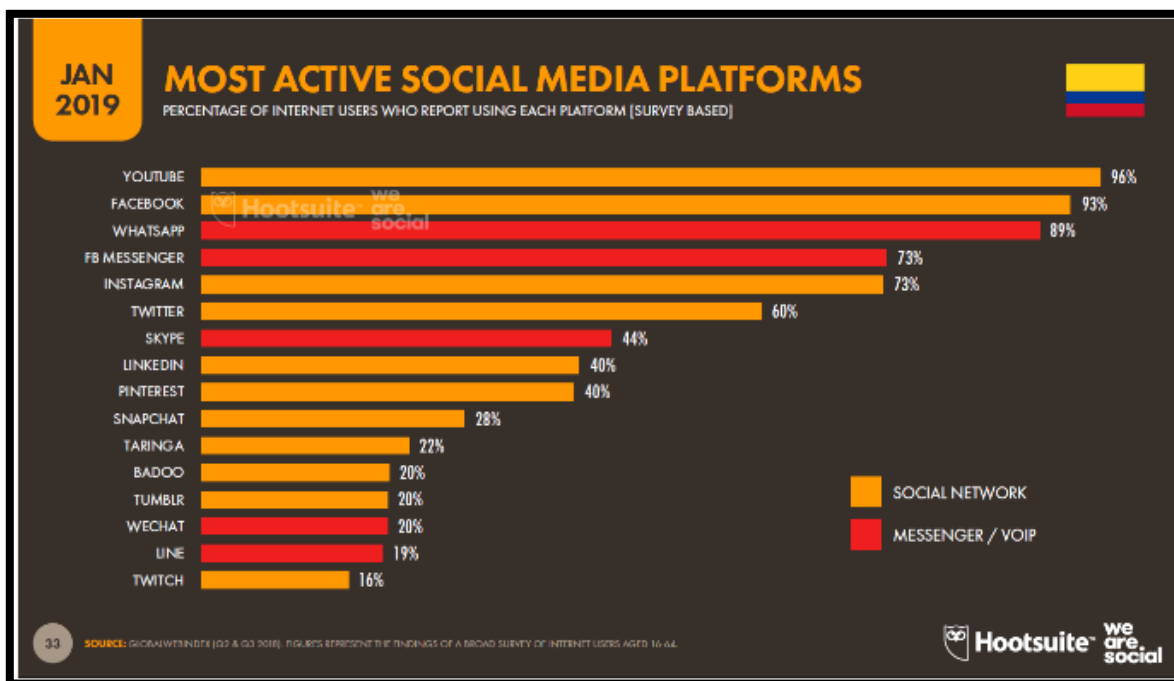


Figura 1. Grafico de plataformas de redes sociales mas activas en Colombia. HOOTSUITE (2019)

En referencia al anterior grafico podemos apreciar que los usuarios quieren tener dominio sobre el contenido que quieren ver; esto se aprecia al ser YOUTUBE la numero uno en el estudio, adicionalmente se aprecia un mayor % de contenido multimedia esto basado en las aplicaciones de mayor uso; estos análisis permiten una comunicación asertiva y así aprovechar la facilidad para generar campañas acorde a la necesidad de cada caso, uno de los factores que se deben tener en cuenta es el mayor % de toda la navegación analizada es en redes sociales por encima de las aplicaciones de comunicación.

Esta muestra un panorama diverso en plataformas y tipos de contenido, esto sirve para apuntar la estrategia y lograr ser eficientes y eficaces.

CCCE ( 2019), según un análisis de la “cámara de comercio de Colombia el 80% de los internautas comparan productos y/ o servicios antes de realizar la compra y solo se

La importancia del marketing digital para las pymes del sector comercial de la comuna 2 del municipio de Itagüí.

capturan un 17% en compras online por consiguiente hay un inmenso mercado que abarcar y así lograr ser más eficaces en el momento de cerrar la venta”, esto se apalanca con las plataformas de pago online que permiten a los usuarios realizar sus pagos de manera segura, lo cual genera confianza y mejora la percepción de los compradores generando una base de datos que se puede seguir trabajando con adecuado manejo de relacionamiento con el cliente.

### **3. Revisión de literatura:**

Esta sección está dispuesta de manera que el lector relacione lo que ha implicado hoy en día el marketing digital, no es una herramienta más, que genera clientes y/o visitas a las tiendas virtuales, es la herramienta principal que mejora el servicio, optimizara los procesos e incluso mejora precios, esta herramienta brindara tiempo a los compradores evitando desplazamientos a las tiendas, este tiempo se transforma en el recurso más valioso para el comprador que lo puede invertir disfrute familiar, atención de su negocio en descanso entre otros.

#### **3.1 Teorías soporte del tema de investigación.**

En los últimos tiempos, el marketing ha evolucionado tan rápido que hoy en día amenaza cada vez más con ser la cara del marketing del futuro, ya que las herramientas actuales, la interconectividad, los diferentes medios sociales y la presencia masiva de usuarios en las redes ha hecho que los clientes potenciales vayan migrando progresivamente a estos espacios. Sin embargo, a pesar de los diferentes cambios que se han presentado, el Marketing Digital ha evolucionado muy rápidamente desde sus inicios, se han renovado sus métodos adquiriendo una madurez durante el tiempo.

De acuerdo con Kotler (2012), en su libro Dirección del Marketing ha definido que: “El marketing es la actividad o grupo de entidades y procedimientos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen valor para los consumidores, clientes, socios y la sociedad en general” (p.5).

La importancia del marketing digital para las pymes del sector comercial de la comuna 2 del municipio de Itagüí.

Según Donson (2016), en su libro *The Art of Digital Marketing*, en el capítulo 5 define el Email Marketing como: "Definición formal del marketing por correo electrónico: Un proceso estructurado y sistemático que es uno de los canales más exitosos para entregar comunicaciones de marketing altamente relevantes a los suscriptores objetivo. Definición informal de la comercialización por correo electrónico: Gratificación instantánea de la bandeja de entrada".

Según Stokes (2013), en su libro *eMarketing The essential guide to marketing in a digital world*, define el Marketing Digital como: "Si el marketing crea y satisface la demanda, el marketing digital impulsa la creación de la demanda utilizando el poder de Internet, y satisface esta demanda de formas nuevas e innovadoras. Internet es un medio interactivo. Permite el intercambio de moneda, pero más que eso, permite el intercambio de valor".(p.5).

Según Chaffey (2016) en su libro titulado *Digital Marketing*, define que "El marketing digital puede definirse simplemente como: Alcanzar los objetivos de comercialización mediante la aplicación de tecnologías y medios digitales".(p.11).

Según Wilcock (2012), en su libro titulado *Content Marketing* define que "la comercialización de contenidos se basa en la idea de que al proporcionar un contenido relevante y de valor añadido, nos posicionamos en la mente del consumidor como líderes de pensamiento y expertos en la industria en la que operamos, provocando un acercamiento a la marca y acompañando al usuario en cualquiera de las fases del proceso que conduce a nuestros objetivos".(p.5).

Cualquier estrategia digital debe ir acompañada de un gran impacto audiovisual y multimedia. Esto realza el valor de las publicaciones y genera placer, lo cual es muy importante para posicionarlo en el cerebro del consumidor.

La importancia del marketing digital para las pymes del sector comercial de la comuna 2 del municipio de Itagüí.

Monferrer (2013), en su libro de Fundamentos de Marketing definen el término marketing como “un proceso social y de gestión, a través del cual individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean, creando, ofreciendo e intercambiando productos u otras entidades con valor para los otros”.(p.5)

Pero como lo menciona Fernandez (2012), en su libro la Dirección de Marketing define que “La Dirección de Marketing trata de satisfacer los deseos y las necesidades de los consumidores, seleccionando los mercados objetivos, para conquistar, mantener e incrementar el número de clientes mediante la generación, la comunicación y la entrega de un mayor valor para el cliente.”(p.5).

De acuerdo con Fernandez (2012), para triunfar en el marketing es necesario entender la percepción de valor para los clientes, generarlo, entregarlo y desarrollarlo. Para ello, es preciso cumplir las siguientes funciones:

1. Desarrollo de las estrategias y tácticas de marketing.
2. Identificación de los cambios del entorno y de las oportunidades de negocio.
3. Conexión con los clientes.
4. Creación de marcas fuertes.
5. Definición de la oferta.
6. Entrega de valor.
7. Comunicación de valor.
8. Desarrollo de crecimiento rentable a largo plazo. (p.12)

De acuerdo con Rivera (2015), en su tesis doctoral define “El marketing de Guerrillas, es también conocido como Marketing radical, Extreme Marketing o Feet-on-the-street. Es utilizado comúnmente por las pequeñas y medianas empresas (PYMES), al no disponer de recursos financieros tan elevados como las grandes corporaciones u empresas. Su objetivo es romper las directrices tradicionales aplicadas al marketing; trata de acercarse a unos segmentos de clientes de forma directa evitando invertir cantidades de dinero en

La importancia del marketing digital para las pymes del sector comercial de la comuna 2 del municipio de Itagüí.

costosas campañas publicitarias o estudio de mercadeo; busca crear soluciones personales y creativas a las necesidades del cliente”. (p.101)

### 3.2 Revisión de Literatura

#### 3.2.1 Estudios Internacionales:

<b>LA PENETRACION DEL COMERCIO ELECTRONICO EN LATINOAMERICA</b>	
<b>PAIS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Brasil	38,3%
Argentina	22%
México	19,60%
Chile	4,70%
Colombia	4,40%
Ecuador	2,30%
Venezuela	1,90%

Tabla1. Tabla que nos muestra la penetracion del comercio electronico en Latinoamerica. Minitic ( 2018)

Según un informe de Statista “Distribution of the e-commerce market in Latin America in 2017, by country” la penetración del comercio electrónico desde una perspectiva global y desde las estadísticas de acceso público, se observa que en Latinoamérica la cultura de compra online si bien es reciente, no significa que está rezagada en comparación con la de los mercados de América del Norte, Europa Occidental y Asia. En el ranking de los principales países de América Latina en función del porcentaje de comercio electrónico, Colombia ocupa el 5° puesto de participación;

De acuerdo con Galvan (2013), realizó una investigación denominada “el marketing digital, la nueva “P” en las estrategias de mercadotecnia: gente real (real people)”, tiene como objetivo general de esta investigación fue demostrar la relevancia de las estrategias de marketing digital para una marca de productos de consumo masivo para convertirse en una

La importancia del marketing digital para las pymes del sector comercial de la comuna 2 del municipio de Itagüí.

“P” indispensable en una estrategia de marketing. Se llegó a la conclusión que las marcas estudiadas no desarrollaban una estrategia robusta de marketing digital y limitaban a tener presencia en algunos canales digitales, desconociendo el potencial de construir comunidades digitales donde los consumidores tuvieran contacto constante con la marca y pudieran establecer diálogos que fidelicen a las clientes con la marca. El proyecto de investigación ofreció las pautas para el desarrollo de estrategias de marketing a través de canales digitales, donde los usuarios formen parte de redes de retroalimentación con la organización.

De acuerdo con Cortés (2011), en su tesis: “Marketing digital, Como Herramienta de Negocios para Pymes”, tiene como objetivo hacer del conocimiento, las herramientas de Marketing Digital, especialmente en el perímetro de las pequeñas y medianas empresas en Chile para que estas puedan conservarse modernas compitiendo adecuadamente en los mercados nacionales e internacionales, incrementando la ganancia de sus negocios, el tipo fue descriptivo, la población la constituyó las Pymes chilenas, se usaron instrumentos de Marketing Digital; se concluye que el marketing a escala internacional ha avanzado de forma rápida en los últimos tiempos, diferenciando sus técnicas, enfoques y herramientas. Esto es uno más de los ejemplos en la actualidad que las empresas exitosas y en crecimiento le apuestan al marketing digital, que no solo le da oportunidad de vender más si no de darse a conocer a nivel mundial.

Uribe (2014), realizó una tesis doctoral denominado “Uso de las redes sociales digitales como herramienta de marketing”, tiene como objetivos establecer cómo y por qué son usadas las redes sociales digitales como herramientas de marketing en las empresas, determinar la intensidad en el uso de las redes sociales como herramienta de marketing que modera a relación entre la orientación al mercado, la orientación emprendedora y desempeño empresarial. Se realizaron estudios de caso y se llegó a la conclusión que los comentarios negativos hechos en redes sociales por los consumidores influyen directamente en la decisión de compra, y disminuyen la confianza entre los consumidores, mientras que los comentarios positivos no afectan directamente la decisión de compra. Esta tesis doctoral es relevante para la investigación ya que permitió crear estrategias que de comunicación y retroalimentación

La importancia del marketing digital para las pymes del sector comercial de la comuna 2 del municipio de Itagüí.

con los clientes actuales de la organización y los mercados potenciales; y de estrategias para el manejo de las inconformidades de los clientes que lleguen a hacerse públicas y afecten la marca.

El buen manejo de las redes incluye estar pendiente de todos los comentarios que realicen sus seguidores u consumidores, ya que esto define en gran medida el crecimiento de usuarios que nos recomiendan o en su defecto no lo hacen, todo aquello es muy importante para impulsar de buena manera las estrategias digitales.

García (2019), en su tesis “ Propuesta de estrategias de marketing digital para mejorar el posicionamiento de la marca Romero Coffe, San Ignacio – 2016” tiene como objetivo general proponer estrategias de marketing digital para mejorar el posicionamiento de la marca Romero Coffe en los consumidores de la ciudad de San Ignacio, tuvieron una metodología empleada de tipo cuantitativo, diseño no experimental descriptivo propositivo, para la recolección de datos se utilizó la encuesta con 26 items, Los resultados encontrados demostraron que se debe otorgar mayor importancia a la mejora del posicionamiento de la marca Romero Coffe.

### **3.2.2 Estudios Nacionales:**

La importancia del marketing digital para las pymes del sector comercial de la comuna 2 del municipio de Itagüí.



Figura 2: Gráfico que permite mostrar las principales estrategias para incrementar las ventas. Minitic (2019)

Para 2019, 40% de los empresarios buscarán incrementar sus ventas mediante el acceso a nuevos mercados y puntos de venta; así como el aumento en su capacidad de producción. Para ellos será importante implementar estrategias de marketing digital y tecnología para que los procesos sean más eficientes.



La importancia del marketing digital para las pymes del sector comercial de la comuna 2 del municipio de Itagüí.

Metas a 2018	Logros a 2018
70% de MiPymes conectadas a internet	75% de MiPymes conectadas a internet
30% de Mipymes realizando transacciones mediante comercio electrónico	8% de Mipymes realizan ventas y 26% realizan compras vía Internet
50% de Mipymes con presencia Web	36% de Mipymes tienen presencia Web
54% de Mipymes con presencia en redes sociales	38% de Mipymes usan redes sociales

**Figura 3.** Figura que muestra las Metas y Logros de las Pymes. Minitic.(2018)

En la figura número 3 se puede evidenciar la planeación y ejecución de las metas y logros planteados para el 2018 en cuanto a conectividad de las empresas a internet, uso de las redes sociales en las Pymes durante el 2018, se aprecia un gran logro en conexión a internet de las Pymes, este primer paso es muy importante, sin embargo, se observa una gran oportunidad en cuanto a las ventas que estas realizan a través de esta alternativa.

Uno de los ítems que debe crecer es la presencia de las Pymes en el área digital como Web Sites y Redes Sociales.

Hernandez (2013), realizó un trabajo de investigación denominado “Importancia del marketing digital para las pymes colombianas orientadas a los negocios internacionales”, tiene como objetivo identificar con carácter global, los efectos transformativos, positivos e innovadores del marketing digital en las pequeñas y medianas empresas colombianas enfocadas a negocios internacionales. El primer paso fue dar a conocer el estado actual y aplicación del marketing digital en las pymes colombianas enfocadas a los negocios internacionales, posteriormente se desarrolló una guía de prácticas integrales de gestión, que orientan al marketing digital de las pymes colombianas en los negocios internacionales. El principal hallazgo del estudio fue que el marketing digital favorecía los negocios internacionales de forma relevante, sin embargo, su aplicación real es desigual entre los diferentes sectores estudiados. Este estudio investigativo es relevante para la investigación

La importancia del marketing digital para las pymes del sector comercial de la comuna 2 del municipio de Itagüí.

ya que permitió establecer estrategias que promuevan la expansión de la organización a mercados internacionales.

El marketing digital es una tendencia que abarca más del 50% de los negocios a nivel mundial esto es una avalancha de nuevos procesos de venta, y es obligatorio para generar la internacionalización de las compañías con objetivos grandes.

Soto (2015), en el trabajo de grado “Estudio de viabilidad para creación de empresa, que venda a las Pymes una solución para posicionamiento en internet y sitio web” desarrolló un prototipo de sitio web con características enfocadas en el posicionamiento SEO, Search Engine Optimization, “optimización para los motores de búsqueda” con el objetivo de ofrecer una solución apropiada para el correcto y efectivo posicionamiento de internet de las Pymes, en el proceso de la investigación se implementó una prueba piloto para observar el comportamiento del mercado de las Pymes por medio de encuestas a un total de 30 empresas de los sectores: industrial, comercio y entretenimiento, arrojando resultados referentes a que el 57% de la empresas encuestadas conocen y desarrollan el posicionamiento SEO en sus organizaciones y el restante de las empresas afirman estar dispuestas a implementarlo, sin embargo, se dificultó la comunicación sobre el tema con las Pymes que no conocen de entornos digitales debido a que 15 no entendían en su totalidad algunos términos y la metodología a utilizar, no obstante, desean hacerlo efectivo para sus empresas con una ayuda externa.

Marcelo (2014), en su tesis la cual titula: “plan de marketing digital para Pyme”, tiene como objetivos realizar un análisis y evaluación de la implementación de un plan de marketing digital con la finalidad de aumentar las ventas de Ingemar, Pyme b2b. Ya que hoy las pymes en general no tienen claridad de como participar en las publicidades online. Siguen invirtiendo en publicidades tradicionales, que además de ser más costosas, muchas veces son difíciles de medir sus resultados e incluso a veces son poco productivas. Utilizando un tipo de investigación descriptiva con un enfoque cuantitativo. Algunos medios tradicionales no

La importancia del marketing digital para las pymes del sector comercial de la comuna 2 del municipio de Itagüí.

ofrecen la forma de segregar y mostrar la publicidad a una audiencia específica como lo pueden realizar las herramientas que hoy en día se aplican a través de internet.

Hoy debemos hablar de reingeniería de la venta y tenemos que capacitar a los empresarios para que apuesten a este modelo de negocio que está en auge, si no será un inminente decrecimiento y posible fracaso ya que los nuevos compradores se orientan y toman la decisión de compra otra vez del influenciamiento de las redes.

Ortegon (2018), en su tesis de grado “Plan de marketing digital para promover el posicionamiento de la marca celta en la web”, su autor tiene como objetivo de abrir el sitio web, con el fin de tener presencia en internet, para evitar las duplicaciones o fraudes de la marca. En cuanto a estrategias comunicativas digitales o marketing on line, no hay registros de ello. Lo que se ha logrado, ha sido a través del marketing orgánico, esto ha permitido acceder a la zona atlántica, lugar en el cual es se da su mayor reconocimiento utilizando material p.o.p como: camisetas, esferos, pendones, gorras, bolsas, relojes, vallas publicitarias, anuncios en distribuidoras, entre otros.

Bosenberg (2019), en su tesis “Pertinencia de la utilización del Marketing Digital En las empresas de consultoría de Negocios Internacionales” su autor, tiene como objetivo llegar a los clientes Pymes y ofrecer los servicios de Consultoría Especializada de Negocios Internacionales usando los canales del Marketing Tradicional y las plataformas del Marketing Digital. Se realizó una investigación orientada a la aplicación del Marketing Digital y las aplicaciones del mix de consultoría presencial y consultoría digital utilizando el Marketing Digital entre otros, en una empresa de consultoría de negocios.

Una gran oportunidad de negocio hoy en día es especializarse en marketing digital y liderazgo en redes sociales, esto apoyara el sector empresarial y generara nuevos canales de ingresos. Todo aquel empresario o emprendedor tendrá un presupuesto asignado al crecimiento de ventas atreves de un canal nuevo.

### **3.2.3 Estudios Locales:**

Monsalve (2018), en su tesis “Impacto de las estrategias de marketing digital en el sector de la confección en la ciudad de Medellín”, tiene como objetivo de esta investigación partió de crear una estrategia de marketing digital para las empresas del sector estudiado, tomando como punto de partida todo el análisis recogido durante el estudio realizado. En la siguiente investigación se busca conocer el impacto del marketing digital en las empresas en el sector de la confección de la ciudad de Medellín. Este proyecto se desarrolla a nivel exploratorio y es de carácter mixto, implementado métodos de investigación como el estudio de diferentes autores relacionados con el tema y de teorías planteadas del marketing digital.

Es de vital importancia tener presente todos los metodos de recoleccion de información como podemos leer en el anterior proyecto esto da un punto de,partida para impulsar el sector textil por medio de la tecnologia digital.

Londoño (2018), en su artículo científico” Modelos estadísticos sobre la eficacia del marketing digital” tienen como objetivo analizar los factores que inciden en la probabilidad del conocimiento y uso de estrategias del marketing digital. Para ello se aplica una encuesta en el centro de Medellín-Colombia, tanto a almacenes como a usuarios y la información recolectada se convierte en insumo de un análisis descriptivo e inferencial, para establecer la relación entre diversas variables asociadas al usuario, como la ocupación y el uso de las redes sociales, con el conocimiento y uso de las estrategias del marketing digital de prendas de vestir, así como la incidencia sobre barreras observadas para ello.

Después de tener claro el mercado objetivo y las necesidades de los clientes se aprovechan para generar la segmentación a través de las herramientas digitales y así poder llevar acabo la dispersión de la publicidad.

La importancia del marketing digital para las pymes del sector comercial de la comuna 2 del municipio de Itagüí.

Sánchez (2014), en su artículo en la revista de la Universidad del Norte Colombia “Un aporte a la competitividad de las pequeñas empresas del sector servicios en Medellín” tienen como objetivo analizar el aporte de la gestión del mercadeo a la competitividad de las pequeñas empresas de servicio en Medellín. Este trabajo tiene un enfoque cuantitativo en el que se emplea el método deductivo en las fases de interpretación de resultados y construcción teórica. La oferta de servicios en Medellín, en ocasiones, no logra responder de manera efectiva a las necesidades y deseos de un mercado que es cada día más exigente, y eso se configura como un problema asociado al mercadeo.

#### **4. Materiales y Métodos.**

La investigación tiene una metodología descriptiva, ya que esta metodología permite realizar la descripción de fenómenos en un momento determinado. La idea central es observar la oportunidad de crear una estrategia de Marketing Digital orientada a las pequeñas y medianas empresas del sector comercial del municipio de Itagüí de la comuna número 2, con el fin de dar un gran paso a esta nueva forma de vender, empresas cuyos enfoques no son la parte de ventas online y así mejorar los indicadores de ventas. Esto genera una posibilidad de generar la implementación de este medio a los productos y servicios en una nueva era digital, por medio del posicionamiento SEO, páginas Web, implementación de estrategia social.

La muestra se le realizó a través de 120 encuestas realizadas a las Pymes del sector comercial de la comuna 2 del municipio de Itagüí.

La importancia del marketing digital para las pymes del sector comercial de la comuna 2 del municipio de Itagüí.

## **5. Análisis y discusión de los resultados.**

En el trabajo de investigación se enviaron 120 encuestas a través de Google Forms para tener una base del panorama actual del marketing digital ya que, a su vez, este representa una ventaja y fortalecimiento de las Pymes del sector comercio de la comuna 2 en el municipio de Itagüí. Se analizó los resultados que arrojó la encuesta de las ciento veinte (120) Pymes; como era predecible es muy baja la participación de los comerciantes en las plataformas digitales, de manera que se puede plantear esta nueva metodología de ventas, por la gran oportunidad que hay sin explotar, adicionalmente se cuenta en su gran mayoría con lo necesario para iniciar un proyecto digital a bajo costo.

En la encuesta se pueden medir varios aspectos como el cubrimiento de las redes sociales en este tipo de negocios, cuantas Pymes han tomado la decisión de estar en el comercio electrónico a través de las redes sociales, esto nos ayudará a saber el mercado potencial para llevar la innovación del marketing digital a las Pymes del sector comercio de la comuna 2 en el municipio de Itagüí, ya que esto va incrementar el número de clientes que van a abarcar mejorando el ingreso y asegurando la sostenibilidad en el tiempo.

Se puede analizar que la mayor oportunidad de mejora son el desconocimiento de las herramientas digitales y la creación de publicaciones. Hoy en día, debido al auge de Internet y el marketing online, existen multitud de herramientas que nos ayudan a medir los resultados de nuestra estrategia digital, en definitiva, es preciso un análisis de resultados una vez se implemente la estrategia de marketing online y así poder ver el nivel de retorno de la inversión.

Otra de las variables que juegan un valor fundamental, son las herramientas que se necesitan para iniciar con un plan de marketing digital y esto en a las pymes del sector comercio de la comuna 2 en el municipio de Itagüí, no es un problema porque hoy en día se cuenta con el hardware necesario.

La importancia del marketing digital para las pymes del sector comercial de la comuna 2 del municipio de Itagüí.

A continuación se presentan los resultados que arrojan las preguntas.

### 5.1 Resultados.

#### 1. ¿Su empresa cuenta con dispositivos electrónicos pc, portátil, tabla, teléfono inteligente?

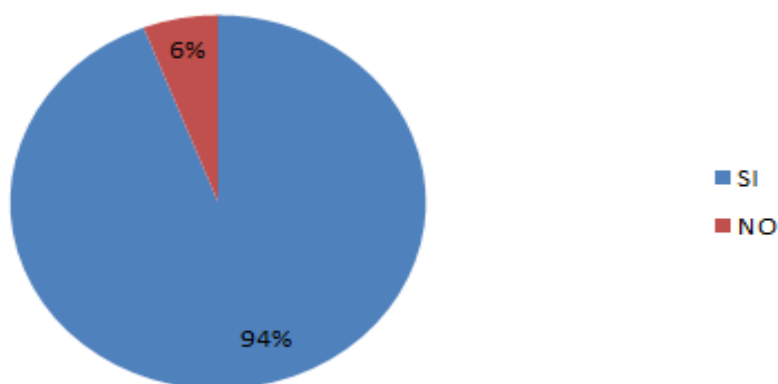


Figura 4. Empresas que cuenta con dispositivos electrónicos  
Elaboración propia, 2020.

El 94% de las Pymes del sector comercial de la comuna # 2 del municipio de Itagüí manifestaron que, si cuentan con dispositivos electrónicos Pc, portátiles, tablas, teléfonos inteligentes y el 6 % de las Pymes del sector comercial de la comuna # 2 del municipio de Itagüí manifestaron que no cuentan con dispositivos electrónicos Pc, portátiles, tablas, teléfonos inteligentes.

La importancia del marketing digital para las pymes del sector comercial de la comuna 2 del municipio de Itagüí.

**2. ¿Cuenta usted con conocimientos y / o personal capacitado para el manejo de estas plataformas digitales?**

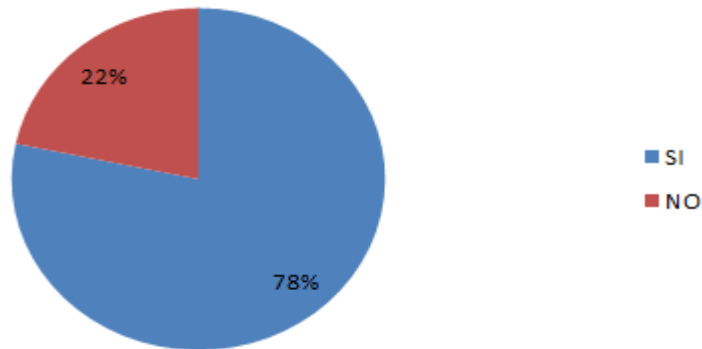


Figura 5. Personal capacitado para el manejo de estas plataformas digitales. Elaboración propia, 2020.

El 78% de las Pymes del sector comercial de la comuna # 2 del municipio de Itagüí manifestaron que, cuentan con conocimiento y/o personal capacitado para el manejo de las plataformas digitales. Y el 22% de las Pymes del sector comercial de la comuna # 2 del municipio de Itagüí manifestaron que, no cuentan con conocimientos y/o personal capacitado para el manejo de las plataformas digitales.

**3. ¿Tiene usuario en redes sociales?**

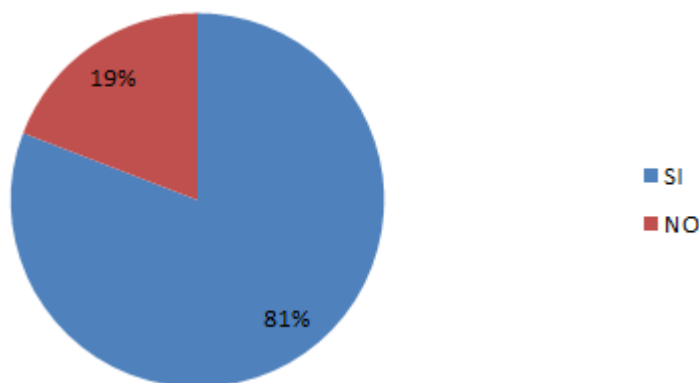


Figura 6. Usuarios que se tiene en las redes sociales. Elaboración propia, 2020.



La importancia del marketing digital para las pymes del sector comercial de la comuna 2 del municipio de Itagüí.

El 81% de las Pymes sector comercial de la comuna # 2 del municipio de Itagüí dijeron que, tiene usuarios en las redes sociales. Y el 19% de las Pymes sector comercial de la comuna # 2 del municipio de Itagüí dijeron que, no tienen usuarios en las redes sociales.

#### 4. ¿Conoce Facebook?

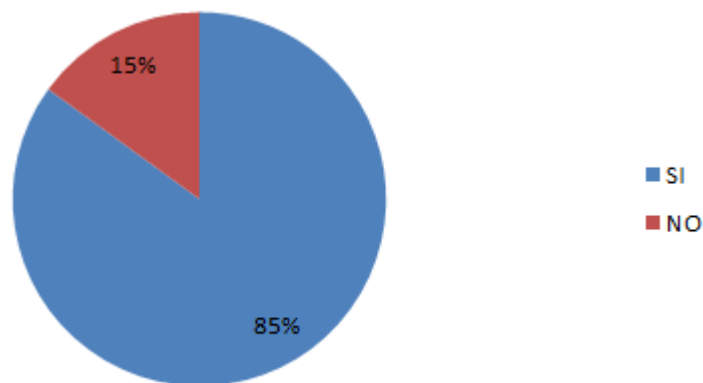


Figura 7. Conocimiento que se tiene de Facebook  
Elaboración propia, 2020.

El 85% de las Pymes sector comercial de la comuna # 2 del municipio de Itagüí manifestaron que, conocen Facebook. Y el 15% de las Pymes sector comercial de la comuna # 2 del municipio de Itagüí manifestaron que, no conocen a Facebook.

La importancia del marketing digital para las pymes del sector comercial de la comuna 2 del municipio de Itagüí.

**5. ¿Conoce YouTube?**

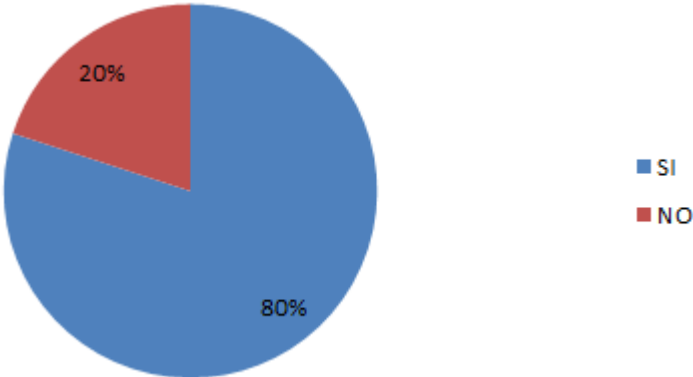


Figura 8. Conocimiento que se tiene de YouTube  
Elaboración propia, 2020.

El 80% de las Pymes sector comercial de la comuna # 2 del municipio de Itagüí dijeron que, conocen a YouTube. Y el 20% de las Pymes sector comercial de la comuna # 2 del municipio de Itagüí dijeron que, no conocen a YouTube.

**6. ¿Tiene usuario en Gmail?**

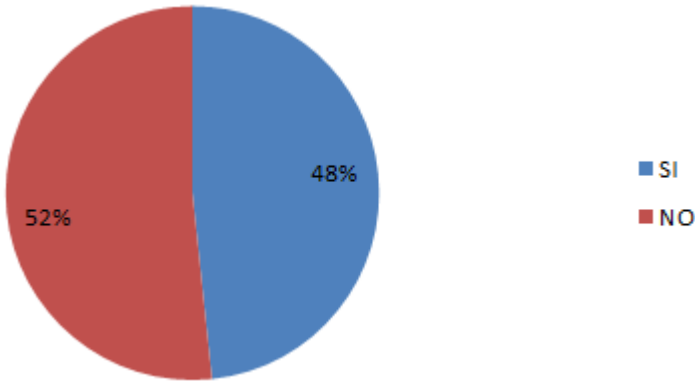


Figura 9. Usuario que manejan Gmail  
Elaboración propia, 2020.

La importancia del marketing digital para las pymes del sector comercial de la comuna 2 del municipio de Itagüí.

El 52% de las Pymes sector comercial de la comuna # 2 del municipio de Itagüí manifestaron que, tienen usuarios en Gmail. Y el 48% de las Pymes sector comercial de la comuna # 2 del municipio de Itagüí manifestaron que, no tienen usuarios en Gmail.

### 7. ¿Compra a través de plataforma digital?

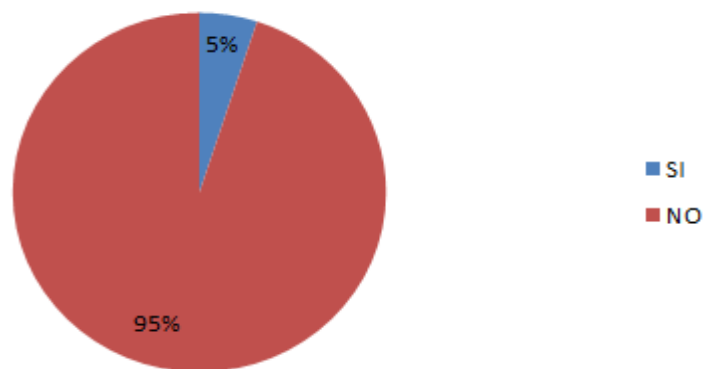


Figura 10. Compra que se hacen a través plataforma digital  
Elaboración propia,2020.

El 95% de las Pymes sector comercial de la comuna # 2 del municipio de Itagüí manifestaron que, no compran por plataformas digitales. Y el 5% de las Pymes sector comercial de la comuna # 2 del municipio de Itagüí manifestaron que, si compran por plataformas digitales.

La importancia del marketing digital para las pymes del sector comercial de la comuna 2 del municipio de Itagüí.

**8. ¿Venden a través de plataformas digitales?**

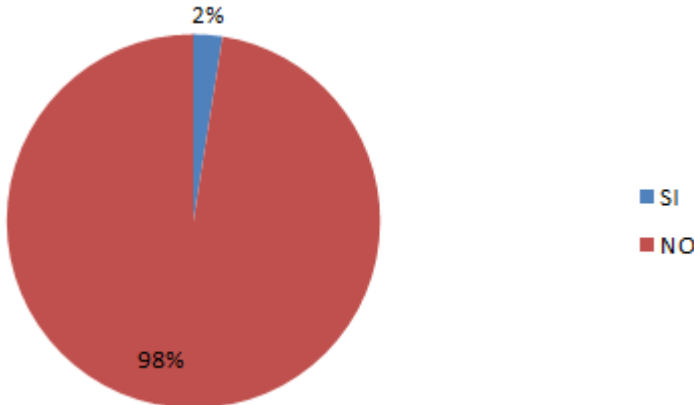


Figura 11. Ventas que se realizan a traves de plataformas digitales  
Elaboración propia, 2020.

El 98% de las Pymes sector comercial de la comuna # 2 del municipio de Itagüí manifestaron que, no venden por plataformas digitales. Y el 5% de las Pymes sector comercial de la comuna # 2 del municipio de Itagüí manifestaron que, si venden por plataformas digitales.

**9. ¿Tiene servicio a domicilio?**

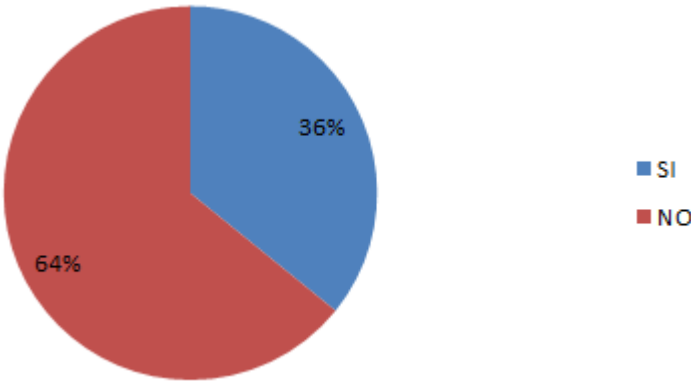


Figura 12. Pymes que prestan el servicio a domicilio  
Elaboración propia, 2020.

La importancia del marketing digital para las pymes del sector comercial de la comuna 2 del municipio de Itagüí.

El 64% de las Pymes sector comercial de la comuna # 2 del municipio de Itagüí manifestaron que, no prestan servicio a domicilio. Y el 5% de las Pymes sector comercial de la comuna # 2 del municipio de Itagüí manifestaron que, si prestan servicio a domicilio.

#### 10. ¿Tiene cuenta de ahorros o corriente en un banco?

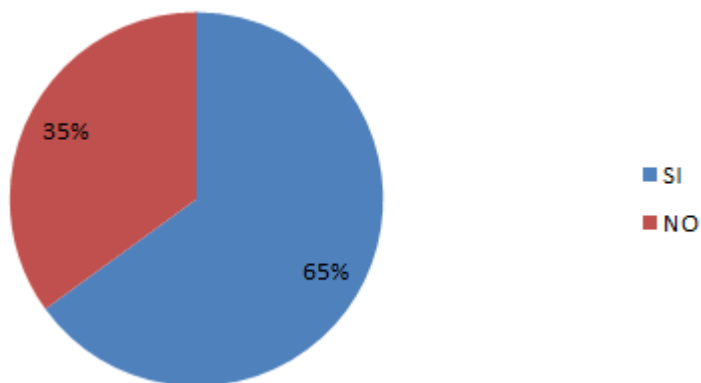


Figura 13. Pymes que cuentan con cuentas de ahorros o corriente en un banco  
Elaboración propia, 2020.

El 65% de las Pymes sector comercial de la comuna # 2 del municipio de Itagüí manifestaron que, si tienen con una cuenta de ahorros o corriente en un banco. Y el 35% de las Pymes sector comercial de la comuna # 2 del municipio de Itagüí manifestaron que, no cuentan con una cuenta de ahorros o corriente en un banco.

#### 5.2 Discusión de resultados.

Teniendo en cuenta que el sector comercio es la base fundamental de la economía, se evidencia que tienen las herramientas para iniciar un proyecto de comercio electrónico por medio del marketing digital esto es bueno porque reduce de manera inmediata las inversiones requeridas, siguiendo este razonamiento los usuarios que respondieron las encuestas y son los

La importancia del marketing digital para las pymes del sector comercial de la comuna 2 del municipio de Itagüí.

propietarios tienen conocimiento de lo que es una red social es más conocen las diferentes redes sociales como Facebook, Instagram, YouTube entre otros y aprovechando que ya en su gran mayoría tienen usuarios personales en las redes esto da un inicio por los seguidores y/o amigos con los que ya se cuentan, se deben fortalecer los complementos de esta estrategia que son fundamentales, estamos hablando que los resultados en la pregunta si cuenta con servicio de domicilio es muy baja con lo que realmente se esperaba , pero esto no es un obstáculo, se soluciona en un principio con alianzas estratégicas con empresas como Rappi, ahora tenemos una ventaja en cuanto a otra pregunta fundamental como lo es la forma de pago que se realiza por las pasarelas de pago.

Aplicar estas herramientas de mercadeo a las Pymes sector comercial de la comuna # 2 del municipio de Itagüí es de gran importancia para sobrevivir y más aún con la situación actual y los grandes competidores avanzando de manera exponencial.

## **6. Conclusiones, recomendaciones y limitaciones.**

### **Conclusiones:**

Teniendo en cuenta los objetivos planteados inicialmente lo primero que se realizó fueron una profunda investigación acerca del marketing digital y sus herramientas, tratando de entender y analizar cada una, para qué sirven, cómo se aplican y qué resultados traen. Una vez listo el análisis general se eligió objetivamente las herramientas que iban a ser de mayor utilidad y en función de ellas se estableció un plan de marketing a aplicar.

Encontramos que la elección de las soluciones tecnológicas es determinante y que tomar decisiones al respecto no siempre resulta fácil. En este sentido, la mentalidad innovadora es la que debe marcar siempre el camino del comercio electrónico. Ahora bien,

La importancia del marketing digital para las pymes del sector comercial de la comuna 2 del municipio de Itagüí.

cuando hablamos de tecnología es importante dejarse acompañar por un asesor tecnológico con experiencia será clave.

En todo caso, las Pymes del sector comercial de la comuna # 2 del municipio de Itagüí que quieran mejorar su competitividad, incluso, aquellas que solo apuesten por su conservación deberán promover sus procesos de transformación digital. Ahora bien, cualquier derrotero de digitalización debe empezar por un profundo análisis interno que ayude a identificar oportunidades de mejora frente a la competencia y qué herramientas pueden potenciar esa diferenciación y dar cobertura a esas necesidades

El marketing digital no es solo tener presencia en internet y/o en las redes sociales y estar a la progreso con estas tendencias, se puede observar cómo los consumidores van innovando de manera acelerada con el uso de estas herramientas digitales, de cómo se toma decisiones y participa, es hacerle entender a los propietarios y/o administradores de las Pymes del sector comercial de la comuna # 2 del municipio de Itagüí las condiciones de cómo se mueve el marketing digital y de cómo se notará los resultados de una manera positiva sabiendo sacar provecho a las herramientas que ofrece.

Es conveniente subrayar que se debe generar cultura y más formación que se hable desde el punto de vista informativo y tecnológico a los propietarios y administradores, ya que es necesario que las Pymes del sector comercial de la comuna # 2 del municipio de Itagüí deben poseer una gran innovación y/o evolución en las tecnologías digitales para así poder llevar a cabo una adecuada estrategia de Marketing Digital para el crecimiento de estas.

En conclusión la utilización en conjunto de las herramientas de marketing digital seleccionadas bajo la estrategia planificada busca, eficiencia en el uso de los recursos, generar mayor comunicación, mayor cantidad con los clientes.

La importancia del marketing digital para las pymes del sector comercial de la comuna 2 del municipio de Itagüí.

### **Recomendaciones:**

Como recomendación en todo inicio de cambio es escuchar y comprender las necesidades que plantea el mercado. Cambiar la cultura de venta en las Pymes del sector comercial de la comuna # 2 del municipio de Itagüí es un reto que debemos llevar hasta lo más alto, porque esto significa la continuidad de muchos negocios comerciales de los cuales se desprenden, empleos sustento de muchas familias; entonces, no solo es mejorar las ventas; si no mejorar la calidad de vida de las familias que viven de las Pymes sector comercial de la comuna # 2 del municipio de Itagüí, gracias al conocimiento y aprovechamiento de la nueva era tecnológica.

La evolución con la que ha venido creciendo en estos últimos tiempos el Marketing Digital, se alcanza a considerar que cada vez más personas, más empresas están haciendo parte de esta herramienta tecnológicas, pero para que estos instrumentos sea efectivamente práctico para las Pymes del sector comercial de la comuna # 2 del municipio de Itagüí, debe poseer el conocimiento necesario de cómo va a impactar y como deben comprender este progreso tecnológico que se ha venido obteniendo, ya que va en un cambio constantemente en el mercado, en las necesidades y las formas de cómo los clientes van cambiando su modo de pensar.

### **Limitaciones:**

Son pocas las limitaciones que arrojó la encuesta, por el contrario, se puede afirmar, que al tratarse de un tema actual y de factible aplicabilidad, fue posible encontrar información que permitió tener una visión de lo que debemos ajustar para iniciar.



La importancia del marketing digital para las pymes del sector comercial de la comuna 2 del municipio de Itagüí.

Esto hace posible que los propietarios de las Pymes sector comercial de la comuna # 2 del municipio de Itagüí estén en esa búsqueda de tener cada vez más contribución en el mercado a bajo costo, y este sencillo plan puede ser una herramienta, complemento o un buen comienzo para lograrlo.

La importancia del marketing digital para las pymes del sector comercial de la comuna 2 del municipio de Itagüí.

## Referencia

Alegsa, L. (05 de 12 de 2010). *Definición de Comercio electrónico*. Obtenido de Definición de Comercio electrónico: [http://www.alegsa.com.ar/Dic/comercio\\_electronico.php](http://www.alegsa.com.ar/Dic/comercio_electronico.php)

Alegsa, L. (17 de 07 de 2016). *DICCIONARIO DE INFORMÁTICA Y TECNOLOGÍA*. Obtenido de DICCIONARIO DE INFORMÁTICA Y TECNOLOGÍA: [http://www.alegsa.com.ar/Dic/herramientas\\_digitales.php](http://www.alegsa.com.ar/Dic/herramientas_digitales.php)

Alles, M. T. (2012). *TEMAS DE DIRECCION DE MARKETING*. CADIZ: Grupo Anaya. Obtenido de <https://rodin.uca.es/xmlui/bitstream/handle/10498/14887/libro%20dir%20mk%20en%20espa%C3%B1ol.pdf?sequence=1>

Bosenberg, R. E. (2019). *Pertinencia de la utilización del Marketing Digital*. Obtenido de Pertinencia de la utilización del Marketing Digital.

Castaño, A. M. (2018). *IMPACTO DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL EN EL*. Obtenido de IMPACTO DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL EN EL: <http://dspace.tdea.edu.co/bitstream/tda/363/1/MARKETING%20DIGITAL%20EN%20EL>

La importancia del marketing digital para las pymes del sector comercial de la comuna 2 del municipio de Itagüí.

%20SECTOR%20CONFECCION%20DE%20LA%20CIUDAD%20DE%20MEDELLIN.pdf

Cortes, F. (9 de 10 de 2019). *QUE ES EL MARKETING 4.0*. Obtenido de QUE ES EL MARKETING 4.0.

Cortés, S. (2011). *MARKETING DIGITAL*. Obtenido de MARKETING DIGITAL: [http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/116571/ec-cortes\\_v.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/116571/ec-cortes_v.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

DIGITAL, E. D. (29 de 06 de 2018). *Qué es Instagram, para qué sirve y cómo se utiliza [2019]*. Obtenido de Qué es Instagram, para qué sirve y cómo se utiliza [2019]: <https://escuela.marketingandweb.es/que-es-instagram-para-que-sirve/#Que-es-Instagram>

Fernandez, M. (2012). TEMAS, LA DIRECCIN DEL MARKETING. En M. Fernandez, *TEMAS, LA DIRECCION DEL MARKETING* (pág. 7). CADIZ, ESPAÑA.

Fernandez, M. (2012). TEMAS DIRECCION DE MARKETING. En M. T. Alles, *TEMAS DIRECCION DE MARKETING* (pág. 12). CADIZ, ESPAÑA.

Galvan, E. (2013). *EL MARKETING DIGITAL, LA NUEVA "P" EN LA ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNIA*. Obtenido de EL MARKETING DIGITAL, LA NUEVA "P" EN LA

La importancia del marketing digital para las pymes del sector comercial de la comuna 2 del municipio de Itagüí.

ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNIA:

<http://www.bib.uia.mx/tesis/pdf/015666/015666.pdf>

Garcia, M. (2019). *Propuesta de estrategias de marketing digital para mejorar el posicionamiento de la marca Romero Coffe, San Ignacio – 2016*. Obtenido de Propuesta de

estrategias de marketing digital para mejorar el posicionamiento de la marca Romero Coffe,

San Ignacio – 2016:

<http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/5555/Garcia%20Caucha.pdf?sequence=1>

&isAllowed=y

Hernandez, D. Y. (2013). *IMPORTANCIA DEL MARKETING DIGITAL PARA LAS PYMES*.

Obtenido de IMPORTANCIA DEL MARKETING DIGITAL PARA LAS PYMES:

<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/11579/TesisFinalMANRI.pdf;jsessionid=B60A731E5A941DC9D978D7DDBB870390?sequence=1>

Kotler, P. (2012). DIRECCION DEL MARKETING. En P. KOTLER, *DIRECCION DEL MARKETING* (pág. 5). MEXICO: PEARSON EDUCACIÓN.

Lo, G. Y. (JUNIO de 2018). *MODELOS ESTADISTICOS SOBRE LA EFICIENCIA DEL MARKETING DIGITAL*. Obtenido de MODELOS ESTADISTICOS SOBRE LA

EFICIENCIA DEL MARKETING DIGITAL:

[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0120-81602018000100167](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-81602018000100167)

La importancia del marketing digital para las pymes del sector comercial de la comuna 2 del municipio de Itagüí.

MADURGA, J. (s.f.). *Diccionario de Marketing Online*. Obtenido de Diccionario de Marketing Online: [https://neoattack.com/diccionario-de-marketing-online/#Redes\\_sociales](https://neoattack.com/diccionario-de-marketing-online/#Redes_sociales)

MARCELO, M. (2014). *PLAN DE MARKETING DIGITAL*. Obtenido de PLAN DE MARKETING DIGITAL: <http://pa.bibdigital.uccor.edu.ar/1379/2/TESIS%20ARCHIVO%20FINAL%20Martinez%20C%20Marcelo.pdf>

(s.f.). *Medellín impulsa el comercio electrónico*. (27 de Febrero de 2019). Obtenido de <https://naranjamarketing.com/2015/02/27/medellin-y-el-comercio-electronico/>

MONFERRER, D. (2013). FUNDAMENTOS DE MARKETING. En D. MONFERRER, *FUNDAMENTOS DE MARKETING* (pág. 18). ESPAÑA: Col·lecció Sapientia, 74.

MONSALVE, A. (2018). *IMPACTO DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL EN EL*. Recuperado el 24 de 09 de 2019, de *IMPACTO DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL EN EL*: <http://dspace.tdea.edu.co/bitstream/tda/363/1/MARKETING%20DIGITAL%20EN%20EL%20SECTOR%20CONFECCION%20DE%20LA%20CIUDAD%20DE%20MEDELLIN.pdf>

La importancia del marketing digital para las pymes del sector comercial de la comuna 2 del municipio de Itagüí.

ORTEGÓN, J. A. (2018). *PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA PROMOVER EL*.  
Obtenido de PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA PROMOVER EL:  
file:///C:/Users/grestrepoa/Downloads/2018jennifersilva.pdf

PINO, N. R. (07 de 2018). *¿Qué es Facebook, para qué sirve y cómo funciona esta red social?* Obtenido de ¿Qué es Facebook, para qué sirve y cómo funciona esta red social?:  
<https://webescuela.com/facebook-que-es-como-funciona/>

Rivera, M. (18 de 12 de 2015). *LA EVOLUCIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING EN EL*. Obtenido de LA EVOLUCIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING EN EL:  
[https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/22498/rosario\\_rivera\\_tesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/22498/rosario_rivera_tesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

SÁNCHEZ, R. Y. (JULIO-DICIEMBRE de 2014). *UN APORTE A LA COMPETITIVIDAD DE LAS PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS EN MEDELLIN*. Obtenido de UN APORTE A LA COMPETITIVIDAD DE LAS PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS EN MEDELLIN:  
<https://www.redalyc.org/pdf/646/64632634008.pdf>

SOTO, J. D. (2015). *ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA CREACIÓN DE EMPRESA, QUE VENDA A LAS*. Obtenido de ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA CREACIÓN DE EMPRESA, QUE VENDA A LAS:  
<http://repositorio.ucp.edu.co/bitstream/10785/2883/1/CDMIST113.pdf>

La importancia del marketing digital para las pymes del sector comercial de la comuna 2 del municipio de Itagüí.

URIBE, A. F. (05 de 2014). *USO DE LAS REDES SOCIALES DIGITALES COMO HERRAMIENTAS DE MARKETING*. Obtenido de USO DE LAS REDES SOCIALES DIGITALES COMO HERRAMIENTAS DE MARKETING:  
<https://www.tdx.cat/handle/10803/284129#page=1>

WILCOCK, M. (2012). *MARKETING DE CONTENIDOS*. MADRID,ESPAÑA:  
DIVISADERO.

**Anexos**

La importancia del marketing digital para las pymes del sector comercial de la comuna 2 del municipio de Itagüí.

<b>ENCUESTA LA IMPORTANCIA DEL MARKETING DIGITAL PARA LAS PYMES DEL SECTOR COMERCIAL DE LA COMUNA 2 DEL MUNICIPIO DE ITAGÜÍ. 120 encuestas.</b>		<b>Si</b>	<b>No</b>
<b>1.</b>	¿Su empresa cuenta con dispositivos electrónicos pc, portátil, tabla, teléfono inteligente?	113	7
<b>2.</b>	¿Cuenta usted con conocimientos y / o personal capacitado para el manejo de estas plataformas digitales?	94	26
<b>3.</b>	¿Tiene usuario en redes sociales?	97	23
<b>4.</b>	¿Conoce Facebook?	102	18
<b>5.</b>	¿Conoce YouTube?	96	24
<b>6.</b>	¿Tiene usuario en Gmail?	58	62
<b>7.</b>	¿Compra a través de plataformas digitales?	6	114
<b>8.</b>	¿Venden a través de plataforma digital?	3	117
<b>9.</b>	¿Tiene servicio a domicilio?	43	77
<b>10.</b>	¿Tiene cuenta de ahorros o corriente en un banco?	78	42