

XI Congreso de Administración del Centro de la República. VII Congreso de Ciencias Económicas del. Instituto Académico Pedagógico de Ciencias Sociales de la UNVM, Villa María, 2022.

Aportes de la planeación de marketing digital a la competitividad de las MiPymes del sector textil, en la localidad de Usaquén (Bogotá, Colombia).

Acevedo Gómez, Felipe, Prias Bejarano, Miyer Arley y Mejía Henao, Paula Andrea.

Cita:

Acevedo Gómez, Felipe, Prias Bejarano, Miyer Arley y Mejía Henao, Paula Andrea (2022). *Aportes de la planeación de marketing digital a la competitividad de las MiPymes del sector textil, en la localidad de Usaquén (Bogotá, Colombia). XI Congreso de Administración del Centro de la República. VII Congreso de Ciencias Económicas del. Instituto Académico Pedagógico de Ciencias Sociales de la UNVM, Villa María.*

Dirección estable:

<https://www.aacademica.org/xi.congreso.de.administracion.del.centro.de.la.republica.vii.congreso.de.ciencias.economicas.del/114>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/er0M/XXM>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.

Para ver una copia de esta licencia, visite

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.



VII Congreso de Ciencias Económicas
 XI Congreso de Administración
 VIII Encuentro Internacional de Administración
DEL CENTRO DE LA REPÚBLICA

La investigación en las Ciencias Económicas, sus aportes a la sostenibilidad de las organizaciones.

APORTES DE LA PLANEACIÓN DE MARKETING DIGITAL A LA COMPETITIVIDAD DE LAS MIPYMES DEL SECTOR TEXTIL EN LA LOCALIDAD DE USAQUEN EN BOGOTA



Eje de Trabajo

Identificación de los **aportes** que ha realizado la **Planeación Estratégica en Marketing Digital** a la **competitividad** de la **Mipymes** que hacen parte del sector textil.

El gobierno y numerosas agremiaciones han dado impulso a la **capacitación e implementación de herramientas digitales** en las Mipymes.



Objetivos

Objetivo general: Identificar los aportes de la planeación estratégica de Marketing Digital a la competitividad de las MiPymes del sector textil (Usaquén, Bogotá).

Objetivos específicos:

- Diagnóstico de la aplicación de Marketing Digital en las MiPymes del sector textil.
- Determinar los factores de éxito y riesgo en la implementación del Marketing Digital.
- Analizar la relación del Marketing Digital y competitividad en las MiPymes.



Propuesta Teórica | Metodológica

Tipo de investigación: corte “mixto”

Fuentes de información primaria y secundaria: Artículos científicos (Q1 y Q2), libros y estudios (gobierno y agremiaciones), Encuestas (Mipymes).

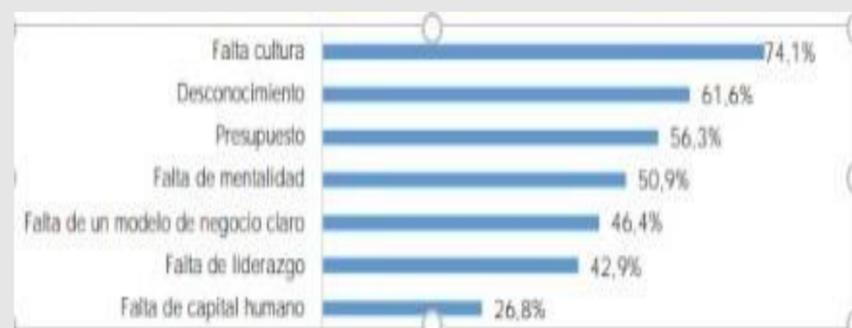
Diseño de la investigación: DEXPLIS, transversal, no experimental.

Población: Mipymes del sector textil (2.720 industrias, localidad de Usaquén, Bogotá)

Muestreo: aleatorio para poblaciones finitas (nivel de confianza del 90%)

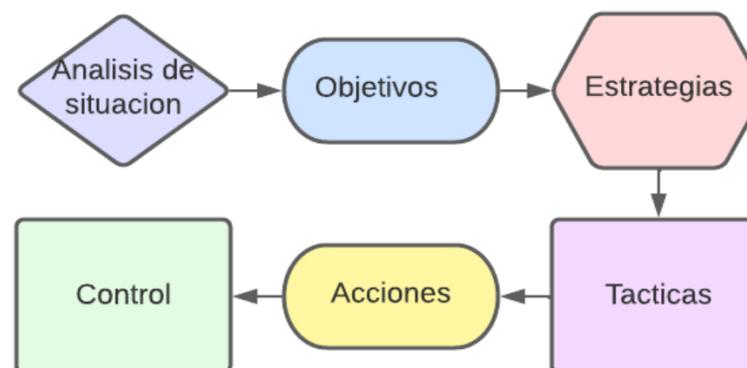
Muestra Bogotá: 68 industrias

Barreras y desafíos de las empresas para la transformación digital exitosa



Fuente: DNP, "Encuesta de Transformación Digital (ANDI, 2017).

Planeación estratégica en marketing digital según Chaffey



Fuente: (Chaffey & Smith, 2013)

Bibliografía

- Azadi, S., & Rahimzadeh, E. (2012). Developing Marketing Strategy for electronic. Emerging markets journal, 50-51
- Chaffey, D. & Smith, P. (2013). E-Marketing excellence. Nueva York: RoutledgeStriedinger, M. (2018). El Marketing Digital transforma la gestión de las Pymes en Colombia. Universidad del Rosario, 4-5. Xie, Y. M. (2019). Marketing digital. Navegando en aguas digitales. Ediciones de la U.

Conclusiones | resultados hallazgos

Investigación en desarrollo. Ante la **evolución tecnológica** que ha sido posible por la aparición del internet, se han abierto nuevas formas para que las **MiPymes puedan planear e implementar estrategias digitales** para competir y, llegar a clientes actuales y potenciales. Es importante que las **MiPymes conozcan los beneficios del Marketing Digital**.

Felipe Acevedo Gómez y Miyer Arley Prias Bejarano

| Universidad de San Buenaventura, Programa Administración de Empresas

Paula Andrea Mejía Henao | Tutora Semillero GYCE