

" MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA HIELO GLACIAL EN VILLAVICENCIO, META"

DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE MARKETING DIGITAL PARA ATRAER NUEVOS POSIBLESCLIENTES A LA EMPRESA “HIELO GLACIAL” EN VILLAVICENCIO- META.

Dayyan Jazbleydith Santos Martínez, ¹

Julián Alfonso Mariño Bastos,²

Oscar Damián Barreneche Leyton³

Nota de Autor:

La presente investigación da como agradecimientos al docente por su compromiso, gran desempeño educativo por las herramientas brindadas y por compartir sus conocimientos que a través de los años ha adquirido con mucho compromiso, a su vez se da agradecimiento a la universidad la gran Colombia por brindar una educación de alta calidad que nos permite educarnos día a día.

¹ Estudiante de Programa de Especialización en Gerencia virtual, universidad de la gran Colombia, correo electrónico: dsantosmartinez@ulagrancolombia.edu.co

² Estudiante de Programa de Especialización en Gerencia virtual, universidad de la gran Colombia, correo electrónico: jmarinobastos@ulagrancolombia.edu.co

³ Estudiante de Programa de Especialización en Gerencia virtual, universidad de la gran Colombia, correo electrónico: obarrenechel@ulagrancolombia.edu.co

RESUMEN:

" MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA HIELO GLACIAL EN VILLAVICENCIO, META"

El marketing digital es importante para todas las empresas porque gracias a sus múltiples herramientas nos permite atraer nuevos clientes y potencializar nuestras marcas y maneras de vender de manera segura a otros posibles clientes. De esta manera, la presente investigación tiene como objetivo implementar un plan de Marketing digital como herramienta estratégica para mejorar el posicionamiento de la marca Hielo Glacial en redes sociales ubicada en el municipio de Villavicencio, Meta, que permita captar nuevos clientes, incrementar la visibilidad de la marca. El estudio se realiza mediante un enfoque cuantitativo y cualitativo. Así mismo el estudio corresponde a un tipo de estudio descriptivo y explorativo que nos permite conocer a fondo nuevas perspectivas del tema o mejoras para lograr un éxito con mayor impacto en la empresa de hielo Glacial de Villavicencio meta, empleando una encuesta semiestructurada a 44 personas, los resultados evidencian que se identifican que la empresa muestra gran agrado en querer implementar la estrategia pero a su vez también, tienen en cuenta que esto representa nuevos retos, nos encontramos en un proceso muy moderno y de constantes cambios están dispuestos a aprender y mejorar su empresa para atraer nuevos clientes que les permitan acceder a comercializar su producto a muchas más partes, teniendo en cuenta que el marketing digital permite a las empresas alcanzar un público global que proporcione mejoras de manera rápida y efectiva.

Palabras claves: *Marketing Digital, Innovación, Estrategia del Producto, posicionamiento, comercialización*

" MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA HIELO GLACIAL EN VILLAVICENCIO, META"

ABSTRAC:

Digital marketing is important for all companies because thanks to its multiple tools it allows us to attract new customers and enhance our brands and ways of selling safely to other potential customers. The present research aims to implement a digital marketing plan as a strategic tool to improve the positioning of the Hielo Glacial brand on social networks located in the municipality of Villavicencio, Meta, which allows attracting new customers and increasing the visibility of the brand. The study is carried out using a quantitative and qualitative approach. Likewise, the study corresponds to a type of descriptive and exploratory study that allows us to thoroughly understand new perspectives of the subject or improvements to achieve success with greater impact on the Villavicencio Meta Glacial Ice Company, using a semi-structured survey of 44 people, the results show that they identify that the company shows great pleasure in wanting to implement the strategy but at the same time they also take into account that this represents new challenges, we are in a very modern process and of constant changes, they are willing to learn and improve their company to attract new clients that allow them to market their product to many more parts, taking into account that digital marketing allows companies to reach a global audience quickly and effectively.

Keywords: *Digital Marketing, Innovation, Product Strategy, positioning, marketing*

" MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA HIELO GLACIAL EN VILLAVICENCIO, META"

DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE MARKETING DIGITAL PARA ATRAER NUEVOS POSIBLES CLIENTES A LA EMPRESA “HIELO GLACIAL” EN VILLAVICENCIO- META.

INTRODUCCIÓN:

Las empresas en Colombia, que se dedican a la elaboración, distribución de hielo glacial perciben que este hielo es más puro y de mejor calidad que el hielo tradicional, debido a que proviene de fuentes naturales antiguas, como glaciares, que se consideran libres de contaminantes modernos, de esta manera se ha posicionado como un producto de lujo, destinado a aquellos que buscan una experiencia diferente, ya sea en la mixología, en restaurantes de alta gama, o en eventos exclusivos. Algunas marcas promueven la recolección sostenible del hielo glacial, de esta manera, facilita a la mayoría de consumidores preocupados por el medio ambiente que una u otra manera buscan productos que no contribuyan a la explotación indiscriminada de recursos.

La empresa Hielo Glacial fabricante y distribuidora de hielo está ubicada en la ciudad de Villavicencio en el Meta y se dedica a la producción y venta de hielo glacial de alta calidad. Con su compromiso constante con la excelencia y la satisfacción del cliente, la empresa decidió implementar un plan estratégico de marketing orientado a atraer nuevos clientes y ampliar su presencia en el mercado local. De esta manera tiene como objetivo capitalizar el creciente interés en productos de alta pureza y adaptarse a las necesidades específicas de una comunidad en crecimiento.

" MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA HIELO GLACIAL EN VILLAVICENCIO, META"

Por esta razón, es importante reconocer que cada empresa a través de las plataformas de marketing digital adecuadas, es posible incrementar la visibilidad y el alcance de la empresa, mejorando el aumento de ventas y en la captación de nuevos clientes con una base de clientes nacionales y comerciales y aprovechando las herramientas de marketing online y redes sociales para fortalecer la presencia digital de la empresa.

Las plataformas digitales permiten a la empresa innovar en sus productos y servicios, ofreciendo suscripciones o personalización de pedidos, y adaptarse rápidamente a las necesidades del mercado, de esta manera le permite a la empresa la recopilación y análisis de datos a través de plataformas digitales ayudando a la empresa a entender mejor el comportamiento del cliente, identificando tendencias de mercado y tomar decisiones adecuadas que le permitan a la empresa lograr su objetivo y potencializarla adecuadamente ; de esta manera esto proporciona monitorear en tiempo real el uso de recursos, como la energía necesaria para la producción de hielo, y hacer ajustes para optimizar el consumo y reducir costos.

La implementación de plataformas digitales en la Empresa de hielo glacial es crucial para mejorar la eficiencia operativa, optimizar la logística y ofrecer un mejor servicio al cliente que contribuya a traer nuevos clientes; estas plataformas permiten automatizar procesos, gestionar pedidos y recursos de manera más efectiva, y proporcionar un análisis detallado de datos que facilita información detallada de la alta demanda de productos. Además, mejoran la visibilidad y el marketing digital.

" MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA HIELO GLACIAL EN VILLAVICENCIO, META"

permitiendo una presencia en línea más fuerte y campañas publicitarias más dirigidas para el reconocimiento del lugar incrementando la competitividad y adaptabilidad de la empresa en un mercado cada vez más digitalizado.

De esta manera el documento tiene como objetivo: Implementar una estrategia de Marketing digital como herramienta esencial para mejorar la postura de la marca Hielo Glacial en redes sociales ubicada en el municipio de Villavicencio, Meta, que permita captar nuevos clientes, incrementar la visibilidad de la marca, así mismo se plantea los objetivos específicos, Realizar una evaluación de la presencia online de Hielo Glacial, incluyendo un análisis detallado de sus perfiles en redes sociales, identificando fortalezas, debilidades y oportunidades de mejora, Desarrollar un plan de contenido integral y atractivo para las redes sociales y una página web, que incluya la creación de publicaciones informativas, visuales de alta calidad, videos y contenido interactivo que resuene con el público objetivo, Diseñar y ejecutar campañas de publicidad pagada altamente segmentadas en plataformas como Google Maps , WhatsApp business, Facebook, e Instagram , utilizando análisis de datos para optimizar el alcance, la relevancia y la conversión de cada campaña.

" MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA HIELO GLACIAL EN VILLAVICENCIO, META"

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:

Actualmente, la competencia en el mercado de bienes de consumo obliga a las empresas a adaptarse a las nuevas tecnologías para seguir siendo competitivas, la empresa de hielo glacial de Villavicencio- Meta; dedicada a la producción y comercialización de hielo glacial carece de una presencia significativa en las plataformas digitales y enfrentaba varios desafíos. Estos desafíos incluyen una expansión limitada del mercado, falta de visibilidad y comunicación con los consumidores. Por otra parte, estos factores tienen como dificultad atraer nuevos clientes y retener a los existentes, lo que puede resultar el impacto negativo y menores ventas y pérdida de relevancia en comparación con los competidores que han adoptado estrategias digitales.

A pesar de la creciente importancia del marketing digital, la empresa en cuestión ha implementado plataformas, pero carece de comercio electrónico, redes sociales potencializadas y actualizadas del mercado digital o estrategias de marketing en línea. Esto ha limitado su competencia para poder lograr llegar a un público más amplio y así poder responder de manera efectiva a la alta demanda del mercado global. Según (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019) nos dicen, que la ausencia de una alta presencia digital también reduce la capacidad de la empresa para obtener datos valiosos sobre sus clientes, lo que a su vez podría mejorar la personalización de sus ofertas y aumentar la lealtad del cliente.

Según datos de Statista (2023), el 63% de los consumidores del mercado global desarrollan varias compras en línea de manera regular y de manera recíproca, de esta manera se relaciona la importancia de tener y crear estrategias digitales bien establecidas con el fin de incentivar y llamar la atención de un gran público al mercado. por otra parte, la presencia en redes sociales es crucial para la construcción de marca y para la interacción con los consumidores, lo que puede generar un mayor compromiso y lealtad (Kaplan & Haenlein, 2010).

" MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA HIELO GLACIAL EN VILLAVICENCIO, META"

Por consiguiente, la empresa necesita mejorar y enfocarse en aprender a través de la comunicación y servicio al cliente y los canales digitales nos ayudan a que esto sea posible y así mejorar aspectos relevantes de la empresa. por otra parte, Un estudio de McKinsey (2022) encontró que las empresas que utilizan de manera efectiva el comercio electrónico y los canales digitales de servicio al cliente pueden aumentar sus ingresos en un 20-40%. Esta estadística nos proporciona información detallada donde se resalta la oportunidad perdida por la empresa de hielo glacial al no estar presente en plataformas digitales. Nos encontramos en un mundo donde surgen muchos cambios de esta manera los clientes se encuentran observando de manera detallada las marcas que les den confiabilidad para adquirir el producto, sin embargo, las propias marcas no han logrado adaptarse, y muchas asignan menos de su gasto de marketing discrecional a iniciativas de reconocimiento de marca en la parte superior (un promedio del 40%) y más a la generación de demanda (un promedio del 56%). Para seguir siendo competitivas en 2024 y más allá, las marcas deben reorientar sus estrategias hacia los roles fundamentales que desempeñan el conocimiento de la marca, la confianza y la transparencia en el proceso de toma de decisiones del comprador". Como se menciona anteriormente, su trayectoria y reputación en la región es de gran impacto. Sin embargo, la empresa necesita modernizar sus prácticas de marketing para mantenerse relevante y maximizar su alcance.

" MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA HIELO GLACIAL EN VILLAVICENCIO, META"

La implementación de métodos sofisticados de marketing digital es esencial para adaptarse a las expectativas y conductas variables de los consumidores contemporáneos. La ausencia de digitalización en las transacciones comerciales restringe la habilidad de la compañía para recolectar y examinar información acerca del comportamiento del cliente, lo que resulta crucial para realizar decisiones estratégicas fundamentadas (Davenport & Harris, 2017). Sin estos datos, existe el peligro de que la compañía se quede atrás en un mercado cada vez más propulsado por la información y la tecnología.

Por lo anteriormente expuesto, se plantea la siguiente pregunta de investigación:

La pregunta de investigación que se plantea en este plan de marketing es: ¿Cómo una herramienta digital proporciona a través de un plan de Marketing Digital lograr mejorar el posicionamiento de la marca Hielo Glacial en las redes sociales, atraer nuevos clientes en Villavicencio- Meta y la visibilidad en las plataformas digitales en el 2024?

" MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA HIELO GLACIAL EN
VILLAVICENCIO, META"

MARCO TEORICO

Hoy en día, el marketing digital se ha convertido en una herramienta crucial para las empresas que aspiran a incrementar sus ventas y captar nuevos clientes. Por lo tanto, los avances tecnológicos y el acceso a Internet suelen ser más comunes en la vida cotidiana, en regiones como Villavicencio-Meta las sociedades deben adaptarse a las tendencias actuales para mantener su competitividad. Este fenómeno afecta no sólo a las grandes empresas crediticias, sino también a las empresas locales dedicadas a la Producción y Distribución de hielo congelado. infraestructura técnica y regulatoria. Debido al embargo, la implementación de estas estrategias en las empresas locales tiene algunas deficiencias tanto en términos de infraestructura técnica como de cumplimiento normativo. En Colombia, la mirada puesta en la protección de datos personales y el comercio electrónico es un aspecto importante a considerar para cualquier negocio que le permita integrarse al entorno digital.

EL CONCEPTO DE MARKETING

Se puede citar a Arquez-Salvador (2006) explica que marketing tiene como objetivo inicial incentivar a elementos publicitarios y promocionales, basándose en una situación que rara vez se traduce en precios de productos no cuantitativos y precios mínimos. y con innovaciones. En ese momento, los mercados capturados eran monopolios y no se establecieron leyes para proteger al consumidor o a los consumidores.

Como otro importante autor, Kotler (2000), quien lo define como “un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean intercambiando bienes de valor con otros, ofrecer y cambiar” (p. 13). En esta línea, Kotler y Armstrong (2008) sostienen que hoy en día los servicios, al igual que los productos, utilizan el marketing para incrementar las ventas en un mercado competitivo.

" MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA HIELO GLACIAL EN VILLAVICENCIO, META"

FUNDAMENTOS MARKETING EN LÍNEA:

Es la promoción de las marcas que quieren dar a conocer y llegar a conectar con nuevos posibles clientes usando internet y otras formas de comunicación digital. Según Solomon "Social Media Marketing" (2023) profundiza en cómo las redes sociales pueden utilizarse para conectar con los consumidores y aumentar las ventas, ofreciendo un marco ideal para empresas locales. De esta forma es crucial para ampliar el alcance de los clientes, especialmente en industrias como la de alimentos y bebidas, donde los productos perecederos del hielo Glacial requieren ventas rápidas y eficientes.

NORMATIVA LEGAL Y POLÍTICAS EN COLOMBIA:

Para operar dentro del ámbito digital en Colombia, las empresas deben cumplir con varias regulaciones, especialmente se debe tener en cuenta el proceso de manipulación de datos personales del cliente como políticas de la empresa en guardar la confidencialidad y el comercio y bienes electrónicos de la empresa , por otra parte es de gran importancia la implementación ética y legal del marketing digital en cada una de las empresas asegurando su calidad y la seguridad de cada uno de los productos.

LEY 1581 DE 2012 (PROTECCION DE DATOS PERSONALES)

Según Min Ambiente (2019), Da a conocer que todo sujeto tiene derecho a saber, obtener información y sobre todo a actualizar sus datos personales que están escrito en las bases de datos y archivos que son procesados por entidades públicas y privadas. Columbia gestiona información personal relacionada con sus programas de marketing digital. La información del cliente y las capacidades de gestión de clientes, el gobierno corporativo se puede utilizar de acuerdo con los requisitos necesarios.

" MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA HIELO GLACIAL EN VILLAVICENCIO, META"

Es importante conocer que el Artículo 15 de la constitución portica de Colombia. Permite actualizar y corregir, proporcionando que se le respeten sus derechos y así el estado debe respetarlos y hacer que se cumplan y se respeten los derechos de confidencialidad del cliente y de la misma empresa a su vez la constitución política de Colombia, con relación al artículo 20 incluye el acceso político a la información, la consulta permitiendo el acceso a cualquier información. Sin embargo, lo importante es que todas las doctrinas de culturas vitales e ideologías únicas incluyen las direcciones de las funciones de respetar los derechos.

LEY 527 - 1999 (COMERCIO ELECTRÓNICO):

Establece condiciones para el uso de medios electrónicos en transacciones comerciales, lo cual es relevante si una empresa decide implementar servicios como ventas o pedidos en línea a través de su sitio web o redes sociales Por otro lado, esta ley regula y ofrece información de cualquier tipo en forma de mensaje de datos, a excepción de los siguientes casos: en las obligaciones asumidas por el Estado colombiano.

a través de convenios o tratados internacionales, y las advertencias escritas que, por mandato legal, deben ser impresas en determinados tipos de productos debido al peligro que conlleva su venta, uso o consumo.

TENDENCIAS RECIENTES EN MARKETING DIGITAL

El marketing digital sigue progresando, adquiriendo relevancia tendencias como la personalización, el marketing basado en datos y la automatización. Es esencial que las compañías locales se ajusten a estas tendencias para potenciar la experiencia del cliente y maximizar los recursos. De acuerdo con Lipman (2023) describe la influencia de los datos en la generación de campañas más eficaces y personalizadas, un método que podría ser beneficioso para segmentar de manera más efectiva el mercado en Villavicencio.

" MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA HIELO GLACIAL EN VILLAVICENCIO, META"

Por otro lado, Kingsnorth (2023) enfatiza cómo la automatización del marketing digital puede asistir a las pequeñas empresas a incrementar su competitividad sin requerir grandes inversiones.

HERRAMIENTAS PARA INCENTIVAR LAS PLATAFORMAS DIGITALES EN LAS EMPRESAS

Blanchard (2018) sostiene que las demandas de las empresas son tan variadas y tan competitivas que exigen a las empresas a tomar decisiones asertivas que les permita implementar técnicas y herramientas para ajustarse a estos contextos variables y circunstanciales de la situación actual de comercio y economía global. Esto se refleja en la búsqueda de innovar en áreas como el marketing mediante la aplicación de herramientas y procesos de marketing digital, con el fin de proporcionar respaldo a la dimensión estratégica.

" MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA HIELO GLACIAL EN VILLAVICENCIO, META"

ESTADO DEL ARTE

ARTICULOS INTERNACIONALES

Una investigación realizada por Augusto Ramírez (2020) propone un plan de marketing para la compañía Sandy Agua de Vida en el municipio de la Dorada Caldas. La investigación quiere llegar a buscar y alcanzar un aumento del 26% en las ventas generales alcanzando de esta manera un elevado grado de sostenibilidad y rentabilidad económica. Esto permitirá a la empresa responder a los desafíos económicos que supone un mercado cada vez más cambiante, competitivo y global. Finalmente, en términos generales, concluimos que para aumentar las ventas y crear un flujo de productos dinámico, las compañías necesitan poner en marcha estrategias de fidelización de clientes que fusionen elementos de calidad y precio, dado que estos elementos en su totalidad constituyen cerca del 60 % del valor que influye en las decisiones de compra, de esta manera esto permite crear espacios para lograr satisfacer a los clientes a poder consumir agua potable tratada para el consumo diario.

Por otra parte, de acuerdo a Torres, Rivera (2021), la eficacia del empleo del marketing digital como táctica para la presencia de las pequeñas y medianas empresas en el sector comercial de la ciudad de Barranquilla, este artículo detalla el desarrollo y proceso de la investigación, que se origina a partir de la siguiente interrogante problemática. ¿Es factible que las pequeñas y medianas empresas del sector comercio en la ciudad de Barranquilla mejoren su posición en el mercado mediante la aplicación de estrategias de marketing digital? En este documento se logró identificar las ventajas de la aplicación de este proceso de marketing estratégico en el ámbito digital, las cuales facilitan la evaluación de la eficacia en el posicionamiento de las pequeñas y medianas empresas.

" MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA HIELO GLACIAL EN VILLAVICENCIO, META"

Además, se mostrarán las técnicas existentes en relación a la herramienta, los procedimientos a implementar y los distintos medios digitales donde se lleva a cabo el marketing digital, donde se fomentan más las campañas de publicidad digital y la comercialización de los productos proporcionados por las Pymes que de una o otra manera son un proceso por el cual toda empresa debe pasar para llegar a lograr sus objetivos planteados. Por otra parte, se detalla mediante resultados y estadísticas la eficacia del marketing digital aplicado como estrategia incremental y potencial en las Pymes del sector comercial en la ciudad de Barranquilla.

Según bedoya, Gonzales (2023) La alteración del marketing digital en el desarrollo de empresas emergentes: la nueva era, Tecnológica de Antioquia, Institución Universitaria el marketing digital ha sido capaz de cambiar la forma en que las empresas emergentes comercializan sus bienes y servicios. Este artículo se logra evidenciar algunos factores del marketing digital donde se destacan algunos beneficios, como los bajos costos, la personalización de una amena experiencia del usuario, incentivando de la visibilidad de la presentación y el aumento de la fidelización de los clientes. Por otro lado, se habla sobre las limitaciones que enfrentan al implementar su marketing digital, como la falta de recursos y la falta de experiencia en marketing digital

Gazca, L., Mejía, C., y Ramos, J. (2022). Análisis del marketing digital versus marketing tradicional estudio de caso: empresa tecnológica. Cuadernos Latinoamericanos de gestión tecnológica. El propósito del artículo de investigación es llevar a cabo evaluaciones sobre la aplicación del marketing digital en comparación con el marketing convencional para establecer su nivel de impacto donde se llevó a cabo un análisis de caso en una compañía de venta de tecnologías.

" MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA HIELO GLACIAL EN VILLAVICENCIO, META"

basándose en la utilización de instrumentos validados, con el objetivo de captar la percepción de los empleados y clientes respecto a la estrategia de aplicación del marketing digital. La dificultad reside en que la compañía no había estudiado el efecto del marketing utilizado, por lo que desconocía que el marketing digital podría ser el instrumento esencial para mantener su viabilidad en el mercado y poder lograr grandes impactos a corto y largo plazo en las empresas.

Por otra parte, según Medina, Meneses (2021) Implementación del plan de marketing digital para la exportación de productos de la empresa diseños Nene Lu en el Caribe La incursión en los mercados digitales en la actualidad se determina por ser uno de los procedimientos más importantes para el crecimiento en las ventas, situación que ha sido direccionada a causa de las diferentes problemáticas a nivel mundial, entre ellas, la declaración de pandemia para el año 2020, el propósito principal de este documento es la entrada de Diseños Nenelu en el mercado caribeño a través del uso de medios digitales, un momento adecuado para incursionar en el aumento de las ventas de sus productos.

" MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA HIELO GLACIAL EN VILLAVICENCIO, META"

ARTICULOS INTERNACIONALES:

Según la revista ciencia e investigación (2019) El marketing digital en las empresas de Ecuador El objetivo del presente estudio científico es descubrir nuevas estrategias de marketing. La web 2.0 es una plataforma que facilitó y dio paso a la transición del marketing convencional al marketing digital, donde posibilitó que los sitios web actúen como medios de comunicación globales, satisfaciendo la aspiración de los usuarios de ser "escuchados", un atributo distintivo de las generaciones actuales. Hoy en día, las compañías están realizando inversiones en el sector de la telecomunicación digital, tales como adquirir ordenadores, contratar servicios de internet y adquirir software de soporte, con el objetivo de proporcionar productos o servicios de superior calidad a sus clientes. Hoy en día, las empresas emplean el marketing digital como medio para alcanzar a un mayor número de individuos a escala nacional e internacional con sus productos a través de la calidad de sus productos y ecológicos. Las empresas se inclinan gradualmente hacia el marketing digital debido a su alto nivel de ventajas, incluida la reducción de costos de publicidad, la comunicación personal con los clientes y la comunicación instantánea de los nuevos productos de la empresa.

De acuerdo con el enfoque de Muñoz, Navarrete (2017), en la obra marketing digital para los consumidores del siglo XXI Artículo de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco-México. Su objetivo esencial es reconocer cada una de las herramientas digitales más utilizadas de la empresa que emplean para llegar y que resultados obtienen con sus consumidores. En tanto el método que se utilizó es el cuantitativo no experimental con diseño transeccional, de acuerdo Hernández, Fernández y Baptista (2006) "la investigación es de tipo no experimental que les permitió a través de una investigación cuantitativa, con diseño descriptivo transeccional, les permitió captar y recolectar datos durante un tiempo específico para reflejar la situación.

" MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA HIELO GLACIAL EN VILLAVICENCIO, META"

con el fin de conocer una única variable, en este caso la variable se compone de las herramientas digitales utilizadas por la empresa.

Según Monge, Ramos (2023) Marketing digital para la internacionalización de pequeñas y medianas empresas: una revisión de la literatura sobre marketing digital para pequeñas y medianas empresas (PYMES) y la internacionalización de empresas para descubrir grandes medidas. impacto significativo en la investigación. Se da gracias a que la era global, las TIC deben ser utilizadas por cualquier tipo de empresa para su desarrollo y expansión comercial, así como para la internacionalización de estas pymes. En primer lugar, ha surgido el concepto de Marketing Digital, donde Hasbi (2021) implica que facilita el acceso a nuevos mercados, superando barreras que antes obstaculizaban el crecimiento empresarial, como el tiempo, las herramientas de comunicación y el alto recorrido.

Por consiguiente, según Ortiz (2020) Estrategias de marketing digital utilizadas por empresas de deportivas, este artículo Universidad Europea Miguel de Cervantes con el fin de determinar qué tan efectivas son en la actualidad las estrategias de marketing en buscadores digitales utilizados por empresas deportivas, esta investigación ha tomado como caso de estudio las tiendas multideportiva Decathlon y Sprinter por la importancia que ambas marcas tienen en el sector deportivo. La técnica utilizada para realizar este estudio ha sido un análisis detallado a través del estudio de varios elementos vinculados al marketing digital, tales como el posicionamiento en diferentes buscadores nacionales e internacionales dándole mayor usabilidad en las páginas web y la elaboración de campañas publicitarias que proporcione mayor impacto en las marcas de la empresa.

" MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA HIELO GLACIAL EN VILLAVICENCIO, META"

Finalmente, Según los Autores Buelna Tokushima, Ermidelia Pérez Álvarez, Vélez (2023) Artículo de la Universidad Autónoma de Occidente de En este estudio, se establece la implicación de las compañías en las redes sociales como medio para la venta de sus productos y/o servicios, donde tienen gran impacto hacia la puesta en marcha de un plan estratégico, con un único propósito de uso adecuado de las redes sociales y los beneficios comerciales que esto puede llegar a involucrar, es así que aplicaron un enfoque cuantitativo descriptivo, empleando a través de la técnica de conveniencia con un grupo de 82 empresas ubicadas en las áreas de mayor actividad económica en la ciudad, colonia Centro, plazas comerciales y vías internacionales, donde como finalidad tienen llegar a una alta población para establecer lo que esto puede mejorar y darle viabilidad a sus productos.

" MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA HIELO GLACIAL EN VILLAVICENCIO, META"

METODOLOGIA

La presente investigación tiene un enfoque cuantitativo y cualitativo la cual son un método de investigaciones que son técnicas de investigación que se emplean como instrumentos de análisis matemático y estadístico para describir, interpretar y anticipar fenómenos a través de datos Matemáticos y estadísticos.

Según reswell y Creswell (2017), el enfoque cuantitativo se centra en el “uso de instrumentos estructurados para recolectar datos cuantificables y obtener resultados que se puedan generalizar a poblaciones amplias”. Este enfoque es útil para estudios que requieren precisión y buscan establecer relaciones causales o correlacionales.

La investigación cuantitativa se distingue por su objetividad y su estructura sistemática, y es ampliamente utilizada en ciencias sociales, económicas y de la salud debido a su capacidad para proporcionar datos empíricos. Como explica Bell (2020), “la fortaleza del enfoque cuantitativo radica en su capacidad para generar resultados concretos y generalizables mediante el uso de estadísticas y datos numéricos” De esta manera según Hernández Sampieri(2018) explica que “el enfoque cualitativo explora, describe y comprende los fenómenos, las experiencias y los significados, enfocándose en la profundidad y la riqueza de los datos más que en la cantidad” (Este enfoque permite al investigador obtener una visión más profunda y detallada del contexto y las experiencias subjetivas de los participantes.

" MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA HIELO GLACIAL EN VILLAVICENCIO, META"

En este caso nos permite identificar información detallada para la puesta en marcha de una estrategia de marketing digital para la compañía de hielo glacial en la ciudad de Villavicencio. De una u otra manera esto nos permitió darle como objetivo, destinada a la empresa de hielo glacial en Villavicencio. Esto implica que el propósito del documento para la presente investigación es: Desarrollar una estrategia de Marketing digital como instrumento estratégico para el posicionamiento y mejorar sus redes sociales de la marca Hielo Glacial en redes sociales ubicada en el municipio de Villavicencio, Meta, que permita captar nuevos clientes, incrementar la visibilidad de la marca.

Así mismo el estudio corresponde a un tipo de estudio descriptivo y explorativo que nos permite conocer a fondo nuevas perspectivas del tema o mejoras para lograr un éxito con mayor impacto en la empresa de hielo Glacial de Villavicencio meta, por otra parte, el estudio descriptivo tiene como finalidad principal detallar y caracterizar fenómenos o poblaciones sin modificar el entorno o las variables. Según Dankhe, los estudios descriptivos buscan “especificar propiedades, características y perfiles de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Dankhe, 1986).

Lo anterior tiene concordancia con los objetivos específicos, Realizar una evaluación de la presencia online de Hielo Glacial, incluyendo un análisis detallado de sus perfiles en redes sociales, identificando fortalezas, debilidades y oportunidades de mejora.

" MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA HIELO GLACIAL EN VILLAVICENCIO, META"

El estudio de tipo exploratorio permite investigar un tema o fenómeno sobre el cual existe poco conocimiento previo, permitiendo al investigador obtener una visión inicial que le ayude a formular preguntas o hipótesis para estudios posteriores. Según Dankhe (1986), el propósito de los estudios exploratorios es “incrementar la familiaridad del investigador con el fenómeno que desea estudiar y descubrir ideas o patrones significativos.

Las fuentes de información para la presente investigación son de manera primarias porque en primera parte contamos con el personal de trabajo de la empresa quienes son las personas a las cuales se les va a implementar una encuesta semiestructurada con el fin de determinar si cuentan o no con las plataformas digitales, pero por otra parte las personas compradoras, distribuidores y clientes potenciales si actualmente les gustaría que la empresa se modernizara en el mercado global

A la luz de lo anterior, el muestreo para el enfoque cualitativo, corresponde al muestreo por conveniencia que nos permite utilizarla Se utiliza frecuentemente para crear muestras basándose en la facilidad de acceso, la disponibilidad de individuos para formar parte de la muestra, en un periodo de tiempo específico o cualquier otra característica práctica de un elemento específico. Esto se debe a su rapidez, facilidad y compromiso, Además, los participantes suelen estar disponibles para formar parte de la muestra y así obtener información y elementos significativos que generen impacto en la investigación. La herramienta empleada en este ejercicio es una encuesta semiestructurada y una DOFA, con el objetivo de detectar las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas con las que la compañía se enfrenta de hielo glacial de la ciudad de Villavicencio meta.

" MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA HIELO GLACIAL EN VILLAVICENCIO, META"

Por otra parte, la entrevista semiestructurada, cuenta con 10 preguntas de selección múltiple, de elaboración propia que nos permite identificar si la empresa cuenta o no actualmente con todas las plataformas digitales y que recursos manejan para la optimización y comercialización de su producto y como esto influye en las ventas de sus productos, a su vez esta nos permitirá identificar las necesidades y los comportamientos digitales de los

De esta manera, para el objetivo específico 2: Desarrollar un plan de contenido integral y atractivo para las redes sociales y una página web, que incluya la creación de publicaciones informativas, visuales de alta calidad, videos y contenido interactivo que resuene con el público objetivo, para este se quiere logra potencializar las páginas de la empresa que ya están pero que necesitan un toque llamativo para proporcionar la venta de más productos de hielo glacial de la empresa.

De esta manera, para el objetivo específico 3: - Diseñar y ejecutar campañas de publicidad pagada altamente segmentadas en plataformas como Google Maps, Facebook, Instagram y WhatsApp business, utilizando análisis con datos para optimizar el alcance, la relevancia y la conversión de cada campaña. A su vez para que esta sea posible se implementa la encuesta semiestructurada para identificar y a su vez nos permite diseñar una publicidad o rasgos importantes porque no todos los consumidores están familiarizados con el uso de las plataformas digitales.

" MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA HIELO GLACIAL EN VILLAVICENCIO, META"

RESULTADOS:

En este momento de la investigación se ilustran las imágenes de las respuestas de la encuesta semiestructurada diseñada para clientes y trabajadores de la empresa con el fin de conocer un poco más , acerca de la importancia de potencializar el uso de plataformas digitales en la empresa de hielo glacial en la ciudad de Villavicencio meta, donde su nivel de impacto es mejorar a través de la implementación de esta para posicionamiento de la empresa y para atraer nuevos clientes, incentivados por la calidad de su producto .

ILUSTRACION 1: Encuesta semiestructurada: “Diseño e Implementación de Marketing Digital para Atraer Nuevos Clientes



Es así, que se logra identificar a partir de la encuesta que fue contestada por 44 personas por lo cual el 40.9 % no dicen que no cuentan con equipos avanzados si no que equipos tradicionales de trabajo, nos ayuda a observar que es importante el uso de esta estrategia de manera inmediata en la empresa.

" MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA HIELO GLACIAL EN VILLAVICENCIO, META "



Por otra parte, como aspecto relevante se logra observar que a través de la pregunta el 41.9 % dicen que al implementar las nuevas tecnologías los ayudaría a optimizar la producción de más producto de hielo glacial y atraería nuevos clientes

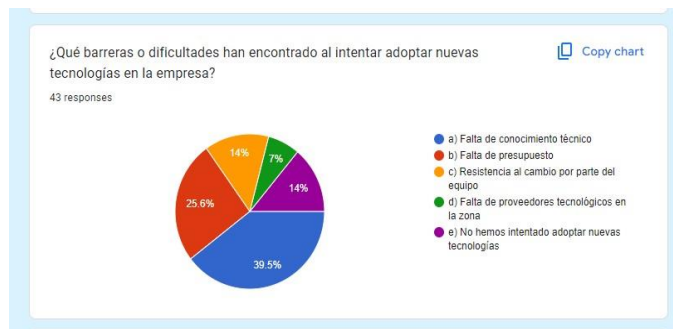


El 76.7 de manera remota en el trabajo de las ventas del producto, solo utilizan un software básico, y no han implementado el uso de nuevas herramientas digitales que hagan que sea más fácil y rápido el proceso de pedidos para los clientes



" MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA HIELO GLACIAL EN VILLAVICENCIO, META"

Esta pregunta con mayor incidencia en los clientes de la empresa con el 79.1% , se identifica que tienen presencia limitada en las plataformas en plataformas como Google Maps, Facebook, Instagram y WhatsApp business.



Algunos conocimientos que proporcionan el acompañamiento de la estrategia proporciona el proceso de constante cambios tecnológicos en uno de los causantes por lo cual la empresa con el 39.5 % han tenido dificultades para adoptar nuevas tecnologías en la empresa.



En esta pregunta se identifica algo curioso y es que 60.5% dice que baja la probabilidad de inversión para la incorporación de la estrategia de marketing, pero uno de los causantes es que se desconocer mucho de las ventajas que trae implementar este proceso en la empresa para el mejoramiento de la empresa.

" MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA HIELO GLACIAL EN VILLAVICENCIO, META "



El 81.4% han considerado Utilizar el análisis de datos para entender la mejora que supone el procesamiento de datos sin procesar para transformarlos en información útil y nueva que contribuye a la transformación de los negocios, impulsar la innovación y anticipar futuros eventos de la empresa se quiere lograr obtener buenos futuros resultados.



Con el 72.1% de los clientes la empresa, dan prioridad a las respuestas de que están atrasados tecnológicamente y da continuidad a nuestro proceso de investigación para posibles mejoras.

" MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA HIELO GLACIAL EN VILLAVICENCIO, META "



El 55.8% dice que reduciría costos porque se venderían más producto de hielo glacial pero no mejoraría la calidad porque el producto a pesar de la implementación de marketing siempre será categorizado por un producto sostenible y de alta calidad.



Este formulario tuvo como objetivo identificar el nivel de adopción tecnológica actual de la empresa de hielo glacial en Villavicencio, Meta, y explorar cómo la implementación de nuevas tecnologías podría optimizar sus operaciones, mejorar su competitividad en el mercado local y reducir costos. A través de preguntas de opción múltiple, se buscó obtener información sobre el uso de herramientas digitales en la gestión de inventarios, la producción, la distribución, y las estrategias de marketing. Además, se indaga sobre las barreras percibidas para la incorporación de tecnologías, el interés en analizar datos del mercado y las prioridades tecnológicas para los próximos años. La información recolectada permitió realizar un análisis detallado que impulsa el crecimiento y la innovación dentro de la empresa.

" MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA HIELO GLACIAL EN VILLAVICENCIO, META"

Como otro resultado se logra identificar que, si se implementa esta estrategia de marketing digital para atraer nuevos clientes de manera digital, sus clientes actuales están aptos para recibir capacitaciones o someterse al mundo de constante cambio pero que la calidad del producto siga siendo la misma donde sea sostenible y ecológica para ayudar al gran impacto ambiental

Se proporciona que la empresa en un lapso de 1 a dos años ya allá empezado a implementarla y sus ventas mejoren y allá la posibilidad de abrir más puntos que proporcione empleo y más ingresos adicionales. El 70% de las personas encuestadas de la ciudad de Villavicencio meta , tanto como clientes como las personas que trabajan en la empresa, teniendo en cuentas los objetivos específicos se identifican que las personas muestran ese agrado de poder implementar la estrategia pero a su vez también, representa que a pesar que es un proceso muy moderno están dispuestos a aprender y mejorar su empresa para atraer nuevos clientes que les permita comercializar su producto a muchas más partes , teniendo en cuenta que El marketing digital permite a las empresas alcanzar una audiencia global de manera rápida y efectiva, lo que es fundamental en un entorno de mercado cada vez más globalizado” (Ryan, 2016). A través de plataformas digitales, incluso las pequeñas y medianas empresas pueden competir en el mercado global, a su vez “El marketing digital permite medir y analizar los resultados en tiempo real, algo que no es posible con los métodos tradicionales” (Patterson, 2019). Con herramientas como Google Analytics, las empresas pueden identificar qué funciona y qué no, optimizando las campañas de manera continua para maximizar su efectividad

" MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA HIELO GLACIAL EN VILLAVICENCIO, META"

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES:

La presente investigación tiene como propósito de este estudio fue poner en marcha un plan de Marketing digital como instrumento estratégico para potenciar la presencia de la marca Hielo Glacial en las redes sociales situadas en Villavicencio, Meta, con el fin de atraer a nuevos consumidores e incrementar la notoriedad de la marca.

Frente a los hallazgos del estudio se logra identificar que el 41.9 % dicen que al implementar las nuevas tecnologías los ayudaría a optimizar la producción de más producto de hielo glacial y atraería nuevos clientes y así mismo, poder lograrla implementarla generaría un gran impacto para la empresa a su vez potencializar las páginas de la empresa de hielo glacial permitiría que el producto tenga mayor viabilidad a la hora de comercializarlo. Al atraer nuevos clientes genera gran compromiso para proporcionar mayor impacto en las ventas y el aumento de nuevos clientes.

Otro factor importante es que el 72.1% de los clientes de la empresa logran observar que la empresa está atrasada tecnológicamente en las plataformas y en la comercialización del producto es así que muestran grandes intereses que se pueda implementar esta estrategia para satisfacción y mejoras de todos.

A la luz de lo anterior se hace necesario tener en cuenta todos los puntos de vista tanto de los clientes o como de los trabajadores quienes son una base fundamental de la empresa a su vez se hace necesario proporcionar esta estrategia que tiene como finalidad abarcar el posicionamiento de la marca y potencializarla en redes sociales, que les permita captar nuevos clientes de esa manera también es importante capacitar al personal de la empresa que

" MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA HIELO GLACIAL EN VILLAVICENCIO, META"

desconoce que las empresas para ser más grandes a través del proceso de la tecnología se han implementado como una herramienta digital para que los negocios tengan mayor viabilidad es atraer nuevos clientes de diferentes lugares para lograr un mayor éxito.

Frente a las sugerencias, este estudio propone llevar a cabo un análisis detallado de otra estrategia viable para que las compañías implementen o se capaciten en el posicionamiento de marketing de contenidos. Esta estrategia se centra en la generación y difusión de contenidos pertinentes, tales como artículos, libros electrónicos y publicaciones en redes sociales. La intención es no solo poner en marcha un único producto, sino que también se descubran más productos que puedan ser vendidos para beneficios de todos.

Otro estudio serio lograr analizar a los clientes que les gustaría que se implementara más en la empresa o tener en cuenta la mejora del empaque del producto que proporcione un empaque biodegradable para ayudar al medio ambiente y así reducir costos elevados en el producto.

" MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA HIELO GLACIAL EN VILLAVICENCIO, META"

REFERENCIAS:

Alfaro Ramos, AE, & Monge Segura, F. (2023). Marketing digital para la internacionalización en pequeñas y medianas empresas: una revisión. *RAN - Revista Academia & Negocios*, 10 (2), 280-294. <https://doi.org/10.29393/RAN10-18MDIA20018>

Barroso, C. y Martín, E. (1999): Marketing Relacional. Esic Editorial, Madrid.
Berenguer, G.; (2015): Comportamiento del consumidor [Recuperado de https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/49394/s74.pdf](https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/49394/s74.pdf)

Buelna-Takashima, R., Pérez-Álvarez, F. E., & Vélez-Vázquez, M. G. (2022). Redes sociales herramientas para la comercialización de productos y/o servicios empresas de Guamúchil, Sinaloa, México. *Vinculatégica EFAN*, 9(4), 8–28. [Recuperado de https://doi.org/10.29105/vtga9.4-387](https://doi.org/10.29105/vtga9.4-387)

Castañón J. C., Baca J. R., Macías J. C., y Villanueva V. (2021). Redes social Facebook como herramienta de marketing en micro, pequeñas y medianas empresas. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*, 26(95), 882-897. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.95.27>
DOI: https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.95.27

Fuentes de información - Qué son, tipos y ejemplos. (s/f). Recuperado el 28 de octubre de 2024, de <https://concepto.de/fuentes-de-informacion/>

González, B., & David, J. (2023). IMPACTO DEL MARKETING DIGITAL EN EL DESARROLLO DE EMPRESAS EMERGENTES: LA NUEVA ERA. Tecnológico de Antioquia, Institución Universitaria, [Recuperado de https://dspace.tdea.edu.co/handle/tdea/3491](https://dspace.tdea.edu.co/handle/tdea/3491)

" MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA HIELO GLACIAL EN VILLAVICENCIO, META"

Gazca, L., Mejía, C., y Ramos, J. (2022). Análisis del marketing digital versus marketing tradicional estudio de caso: empresa tecnológica. Cuadernos Latinoamericanos de Administración. 18(35). [Recuperado de https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v18i35.3773](https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v18i35.3773)

González, B., & David, J. (2023). impacto del marketing digital en el desarrollo de empresas emergentes: la nueva era. Tecnológico de Antioquia, Institución Universitaria, [Recuperado de https://dspace.tdea.edu.co/handle/tdea/3491](https://dspace.tdea.edu.co/handle/tdea/3491)

López, J. M. (2015, noviembre 27). Estrategias de ventas para superar a tu competencia. Blog; Semrush. [Recuperado de: https://es.semrush.com/blog/estrategia-ventas-superar-competencia/](https://es.semrush.com/blog/estrategia-ventas-superar-competencia/)

Luque-Ortiz, Sergio, Estrategias de marketing digital utilizadas por empresas del retail deportivo (17 de noviembre de 2020). Revista CEA, vol. 7, No. 13, 2021, Disponible en SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3788414>

La efectividad del uso del marketing digital como estrategia para el posicionamiento de las pymes para el sector comercio en la ciudad de barranquilla, el 13 de septiembre de 2021, Recuperado <file:///C:/Users/USER/Downloads/lperez,+La++efectividad+del+uso+de+l+marketing+digital+como+estrategia+para+el+posicionamiento+de+las+pymes++par+a+el+sector+comercio.pdf>

López, J. M. (2017, noviembre 12). Estrategias de ventas para un mercado competitivo. Blog; Semrush. [Recuperado de: https://es.semrush.com/blog/estrategia-ventas-superar-competencia/](https://es.semrush.com/blog/estrategia-ventas-superar-competencia/)

" MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA HIELO GLACIAL EN VILLAVICENCIO, META"

Macias, A. B. (2021). Metodología de la Investigación Cualitativa. México: Benessere. Centro de Intervención para el Bienestar Físico y Mental A.C. recuperado de. http://www.biblioteca.cij.gob.mx/archivos/materiales_de_consulta/drogas_de_abuso/articulos/metodologiainvestigacionnaupas.pdf

Más, V. (2024, agosto 21). Estadísticas de Marketing Digital para 2024. *Vendemas-mkt.com*. [Recuperado de: https://www.vendemas-mkt.com/blog/estadisticas-de-marketing](https://www.vendemas-mkt.com/blog/estadisticas-de-marketing)

Medina, S. F. (2021). Implementación del plan de marketing digital para la exportación de productos de la empresa diseños Nene Lu en el Caribe. [Recuperado de: http://hdl.handle.net/20.500.12749/15155](http://hdl.handle.net/20.500.12749/15155)

Más, V. (2024, agosto 21). Estadísticas de Marketing Digital para 2024. *Vendemas-mkt.com*. [Recuperado de: https://www.vendemas-mkt.com/blog/estadisticas-de-marketing](https://www.vendemas-mkt.com/blog/estadisticas-de-marketing)

Marketing digital. (s/f). MailChimp. [Recuperado el 27 de enero de 2022, de https://mailchimp.com/es/marketing-glossary/digital-marketing/](https://mailchimp.com/es/marketing-glossary/digital-marketing/)

Muñoz Cuchca, E., & Solís Trujillo, B. P. (2021). Enfoque cualitativo y cuantitativo de la evaluación formativa. *Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales (ReHuSo)*, 6(3), 1-16. recuperado de: <http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/rehuso/v6n3/2550-6587-rehuso-6-03-00001.pdf>

MUNOZ CUCHCA, Edward y SOLIS TRUJILLO, Beymar Pedro. Enfoque Cualitativo y Cuantitativo de la Evaluación Formativa. *ReHuSo* pg.1-16. [Disponibile en: http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S25506587202100030001&lng=es&nrm=iso](http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S25506587202100030001&lng=es&nrm=iso).

" MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA HIELO GLACIAL EN VILLAVICENCIO, META"

Marketing Digital. (s/f). RD Station. Recuperado el 21 de julio de 2024, de <https://www.rdstation.com/es/marketing-digital/>

Plan de marketing para un negocio de fabricación de hielo. (s/f). Finmodelslab.com. el 18 de agosto de 2022, [Recuperado de https://finmodelslab.com/es/products/ice-makingmarketing-plan](https://finmodelslab.com/es/products/ice-makingmarketing-plan)

Peçanha, V. (2021, enero 10). ¿Qué es el Marketing Digital o Marketing Online? Descubre cómo impulsar tu marca con esta estrategia. Rock Content - ES; Rock Content. [Recuperado de : https://rockcontent.com/es/blog/marketing-digital/](https://rockcontent.com/es/blog/marketing-digital/)

Pursell, S. (2023, mayo 29). *Qué es el marketing digital, sus ventajas y tipos*. Hubspot.es. [Recuperado de: https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-marketing-digital](https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-marketing-digital)

Plan de marketing para un negocio de fabricación de hielo a nivel mundial. (s/f). Finmodelslab.com. el 21 de agosto de 2022, [Recuperado de https://finmodelslab.com/es/products/ice-makingmarketing-plan](https://finmodelslab.com/es/products/ice-makingmarketing-plan)

PERDIGÓN LLANES, Rudibel; VILTRES SALA, Hubert y MADRIGAL LEIVA, Ivis Rosa. Estrategias de comercio electrónico y marketing digital para pequeñas y medianas empresas. *Rev cuba cienc informat* [en línea]. 2018, vol.12, n.3 [citado 2024-11-09], págs. 192-208. [Disponible en: <http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2227-18992018000300014&lng=es&nrm=iso>. ISSN 2227-1899.](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2227-18992018000300014&lng=es&nrm=iso)

(S/f). Uba.ar. el proceso de investigación y los enfoques cuantitativos y cualitativos hacia un modo integral. Recuperado de <https://metodos-comunicacion.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/219/2014/04/Hernandez-Sampieri-Cap-1.pdf>.

" MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA HIELO GLACIAL EN VILLAVICENCIO, META"

(S/f-b). Uba.ar. tipos de muestra, Recuperado de

<https://tsmetodologiainvestigaciondos.sociales.uba.ar/wpcontent/uploads/sites/175/2014/03/3-Sampieri-Collado-y-Lucio-u3.pdf>

Santes Sosa, R. M., Navarrete Torres, M. D. C., & García Muñoz Aparicio, C. (2017).marketing digital para los consumidores del siglo xxi. *Hitos de ciencias económico administrativas*, pag23 (65), Recuperado de

<https://revistahitos.ujat.mx/index.php/hitos/article/view/1819>

Selman, H. (2017). *Marketing Digital*. Ibukku. Obtenido de:

<https://books.google.es/books?id=kR3EDgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=twopage&q&f=false>

Viteri Luque, F. E., Herrera Lozano, L. A., & Basurto Quiroz, A. F. (2018). Importancia de las Técnicas del Marketing Digital. *RECIMUNDO*, 2(1), 764–783.

Recuperado a partir de <https://www.recimundo.com/index.php/es/article/view/161>