

IMPORTANCIA DE LA IMPLEMENTACIÓN ESTRATÉGICA DE MARKETING DIGITAL EN LAS
EMPRESAS COLOMBIANAS

IMPORTANCE OF THE STRATEGIC IMPLEMENTATION OF DIGITAL MARKETING IN
COLOMBIAN COMPANIES

Juan Esteban Rivera Arévalo

Facultad de Negocios Internacionales,

Universidad Santo Tomás Seccional Tunja (USTA Tunja)

juan.riveraa@usantoto.edu.co

Resumen:

La manera por la cual las empresas presentan sus productos y/o servicios a los consumidores ha cambiado durante el transcurso la última década debido a la globalización y el rápido avance por medio de la tecnología y el internet.

Hace pocos años la manera ideal de las empresas para presentar los productos y/o servicios era por medios muy distintos a los que funcionan en la actualidad entre estos la radio, la televisión, el periódico entre otros.

Los medios de comunicación actuales podrían quedar obsoletos frente a la comunicación digital en un futuro no muy lejano, advirtió Rosental Alves, especialista en comunicación y nuevas tecnologías de la Universidad de Texas.

En efecto, las redes sociales y la comunicación digital han tomado un valor vital para aquellas empresas que no quieren morir en el mercado, ya sea local, nacional o internacional. El mundo ha cambiado gracias a las nuevas tecnologías, ahora, todo el mundo intercambia información por medio del celular, el internet y por su puesto las redes sociales.

Hit Data S.A.S es una empresa boyacense que ofrece un servicio de asesoría y ejecución de tácticas y estrategias para el crecimiento de las empresas en la web (redes sociales, sitios web). Con el objetivo de impulsar a las empresas en el mercado digital y aumentar las ventas para las diferentes empresas.

Dentro de esta empresa el estudiante Juan Esteban Rivera Arévalo pudo desempeñarse como Social media Manager y Trafficker Digital, pero, sobre todas las cosas, logró aportar su conocimiento como negociador internacional para que empresas boyacenses, nacionales e internacionales obtuvieran visibilidad en redes sociales.

Palabras Clave:

Marketing digital, ADS, Leads, tecnología, redes sociales, estrategia, publicidad, globalización, Digital PR.

Abstract

The way in which companies present their products and/or services has changed over the course of the last decade due to globalization through technology and the internet.

A few years ago, the ideal way for companies to present products and/or services was through very different means than those that currently work, including radio, television, newspapers, among others.

Current means of communication could become obsolete in the face of digital communication in the not too distant future, it is possible that Rosental Alves, a specialist in communication and new technologies at the University of Texas.

Indeed, social networks and digital communication have taken on a vital value for those companies that do not want to die in the market, whether local, national or international. The world has changed thanks to new technologies, now everyone is connected through cell phones, the internet and of course social networks.

Hit Data S.A.S is a company from Boyacá that offers a consulting service and execution of tactics and strategies for the growth of companies on the web (social networks, websites). With the aim of promoting companies in the digital market and increasing sales for different companies.

Within this company I was able to work as a Digital Trafficker, but, above all, I managed to get local, national and international companies to gain visibility on social networks with the aim of generating potential customers and sales for the different ventures.

Key words

Digital marketing, ADS, Leads, technology, social networks, strategy, advertising, globalization, Digital PR.

Introducción

El constante desarrollo económico de Colombia se ha fortalecido con el avance de la tecnología que ha permitido que se desarrollen nuevos modelos de negocio que las pequeñas y medianas empresas deben aprovechar, esto, ha permitido que varias empresas logren proyectarse al mercado nacional e internacional mediante el apoyo del gobierno, fortalecimiento del sector privado y aumento de los empleos y emprendimientos.

El presente informe evidencia la importancia de la implementación del marketing digital para las empresas locales, nacionales e internacionales. Asumiendo que las redes sociales son de vital importancia en la comunicación de la sociedad actual, donde la gran mayoría de la población del mundo intercambia información por medio del internet y las redes sociales según los intereses y afinidades de cada individuo. De la misma manera, las empresas y diferentes instituciones se han enfocado en mantener una relación con el cliente de manera digital, también conocido como relaciones publicas digitales ó Digital PR por sus siglas en inglés 'Digital Public Relations'. Que en otras palabras es una estrategia digital que tiene como objetivo el crear una impresión positiva de una marca en medios digitales, construir y consolidar su presencia online.

Hit Data S.A.S comprende la necesidad de las empresas locales, nacionales e internacionales de ser visibles en redes sociales y en internet, por lo tanto, la implementación de estrategias digitales se ha convertido en un pilar fundamental para el

crecimiento progresivo de esta empresa ayudando a los emprendimientos, compañías y entidades que dejan en manos de Hit Data el posicionamiento digital de sus entidades.

Asimismo, evidenciar los resultados obtenidos durante la práctica profesional en cuanto a los procesos que se desarrollaron en la oficina de Hit Data S.A.S, resaltando los aportes realizados por el estudiante durante el periodo de práctica.

Para Hit Data S.A.S. es de vital importancia la relación digital de sus clientes con los consumidores, por esto, se ha caracterizado por ser una de las agencias de marketing y publicidad digital más competentes de la región y con mejor proyección de crecimiento para los próximos años.

Reflexión:

Hit Data S.A.S. es una empresa boyacense que ofrece un servicio de asesoría y ejecución de tácticas y estrategias para el crecimiento de las empresas en la web (redes sociales, sitios web, apps etc...). El marketing digital es un reto que las empresas actuales deben afrontar, la tecnología ha avanzado a tal punto que es necesario contar con un protocolo virtual para ofrecer los productos y /o servicios de una empresa. Hit Data S.A.S. ha surgido gracias a estos cambios en la humanidad, es una empresa que asesora a las otras empresas a como ser visibles y como generar una rentabilidad por internet.

Los efectos posteriores a la pandemia sugieren un cambio en la relación de los humanos con el terreno tecnológico. Las empresas no se eximen de este cambio, por el contrario, deben adaptarse. Es por esto que las empresas al iniciar el siglo XXII se encuentran con un reto importante que es el desarrollo de su empresa en la web, las empresas deben considerar estos cambios para ser competentes, generar credibilidad y más ventas.

Es importante analizar la capacidad que tiene el internet de crear un mundo virtual, donde se puede llegar a muchas más personas en menos tiempo y con un costo menor que la forma de publicidad tradicional. Sin duda alguna la facilidad que ofrece el internet para obtener clientes potenciales y generar leads ha generado interés y ha marcado un hito en la forma en que las empresas ofrecen los productos y/o servicios a los consumidores.

El papel desempeñado por el estudiante Juan Esteban Rivera Arévalo durante la práctica profesional consistió en otorgar un impulso digital a las diferentes empresas que se adjuntaban a Hit Data S.A.S., donde implementó estrategias de publicidad, realizando segmentaciones, generando pautas publicitarias por medio de las Redes Sociales con el fin de obtener reconocimiento de marca, Leads y/o ventas para las diferentes empresas.

El objetivo principal establecido por la mayoría de los clientes es la obtención de mensajes para posteriormente generar Leads o ventas, para esto se desarrollan diferentes piezas estratégicas con un llamado a la acción. Las estrategias de publicidad digital realizadas se dividen en tres partes fundamentales, estas son; generación de pieza publicitaria, creación del 'copy' y por último la implementación de la pauta publicitaria utilizando herramientas como el administrador de anuncios de Facebook más conocido como Facebook ADS.

Internacionalización:

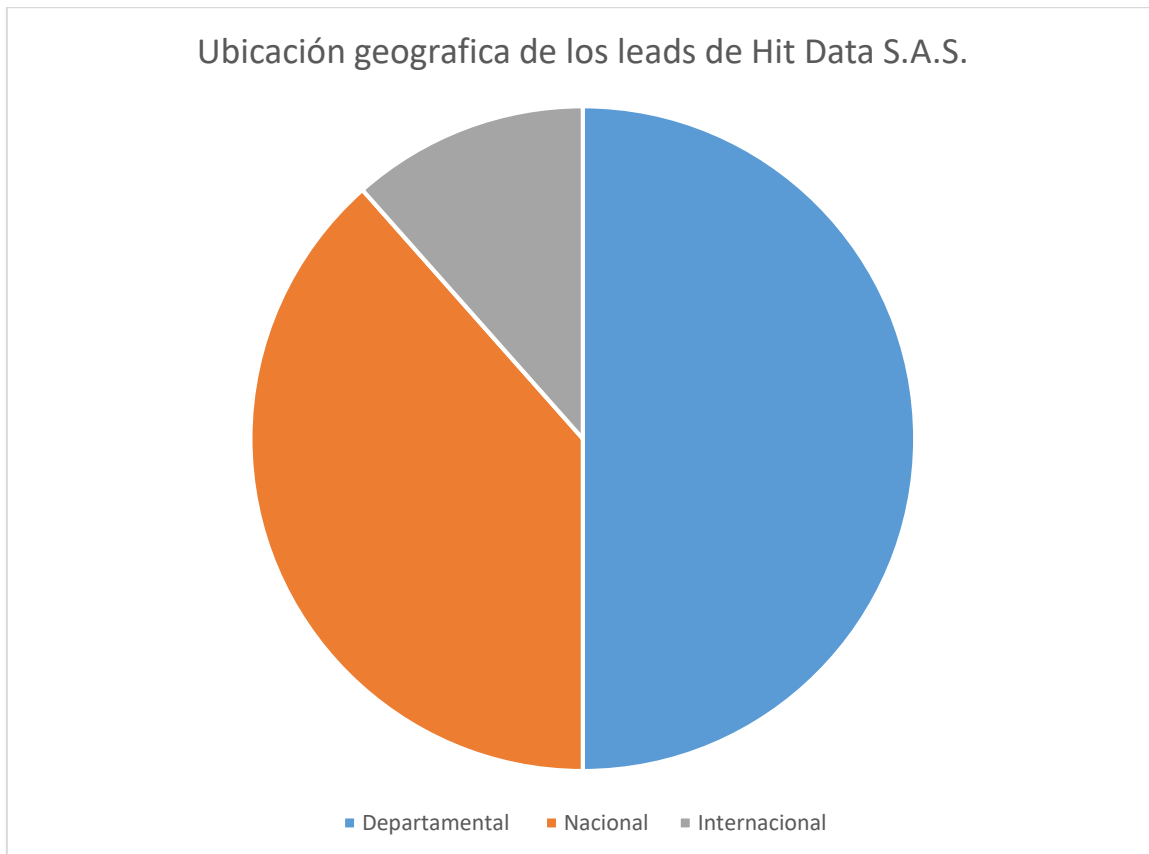
Hit Data S.A.S. es una empresa que se ha mostrado competitiva en el mercado local y nacional, algunos de sus clientes son empresas con ubicaciones en el extranjero, sin embargo, estos clientes son provenientes de Colombia, es importante para el crecimiento de Hit Data S.A.S. A nivel internacional el poder impactar directamente a empresas extranjeras generando estrategias y campañas publicitarias dirigidas solamente a este tipo de clientes con la ayuda de herramientas como Google ADS o Facebook ADS.

Hit Data S.A.S. Puede ofrecer sus servicios al mercado internacional sin la necesidad de tener que tomar un vuelo o estar en otro país.

La empresa Hit Data S.A.S. comprende la necesidad de tener clientes en el extranjero es por esto que se vienen adelantando campañas publicitarias digitales con un enfoque al extranjero, teniendo en cuenta que las campañas varían según el país pues su cultura y sus costumbres son diferentes, las alianzas con personas y empresas del extranjero son de suma importancia para Hit data S.A.S. en la búsqueda de llegar a competir en el mercado internacional.

Debido a las ventajas competitivas que contiene la empresa Hit Data S.A.S. en las cuales no presenta barreras de entrada a un mercado extranjero dentro de la misma industria de la cual forma parte, puede beneficiarse de ello. Por eso, gracias a la conectividad y globalización de la información mediante el internet, Hit Data, puede prestar sus servicios remotamente a cualquier país con conexión a internet y una laptop.

Perspectiva del estudiante de la demanda del negocio



En la figura anterior se evidencia la ubicación de los leads de Hit Data S.A.S. cumpliendo con un porcentaje del 50 % empresas departamentales, 38% empresas nacionales y un 12% empresas internacionales.

Tabla 1.

Diagrama de Gantt

	MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEP			
ACTIVIDADES	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
Gestión de redes sociales	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█
Generación de pauta en Facebook ADS	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█
Planeación estratégica (reunion)				█				█				█				█				█
Analisis organizacional por empresa				█				█				█				█				█
Aumento de seguidores en redes sociales	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█
Desarrollo de informe publicitario			█				█				█				█				█	

La Tabla 1 evidencia un calendario organizado en las semanas de los meses en los cuales el estudiante realizó la práctica profesional, se observan las funciones y responsabilidades asignadas con el objetivo de responder a las necesidades digitales de las compañías con las que trabaja Hit Data S.A.S.

Gestión de redes sociales

Gestión de seguidores en redes sociales para empresas locales, nacionales e internacionales con el objetivo de obtener de manera orgánica seguidores de acuerdo a una estrategia planteada.

Generación de pauta publicitaria utilizando la herramienta de Facebook ADS

Creación de pauta publicitaria en empresas nacionales e internacionales con diferentes objetivos según el interés de la empresa. De acuerdo al objetivo de la empresa se realiza la pauta publicitaria en algunos casos se realiza la pauta publicitaria para reconocimiento de marca y generar un recuerdo en las personas, en otros casos la pauta publicitaria es dirigida directamente a mensajes de WhatsApp, también puede ser dirigida hacia el sitio web de la empresa, estos objetivos son seleccionados por el cliente.

Planeación estratégica & Análisis organizacional

Antes de la creación de piezas para la generación de pautas publicitarias se realiza una reunión en la cual participa un comunicador social y el administrador de social ADS donde se hace una contextualización de la empresa para la creación de estrategias que sean efectivas y no generen pérdidas económicas y en los resultados de la pauta publicitaria.

Desarrollo de informe publicitario

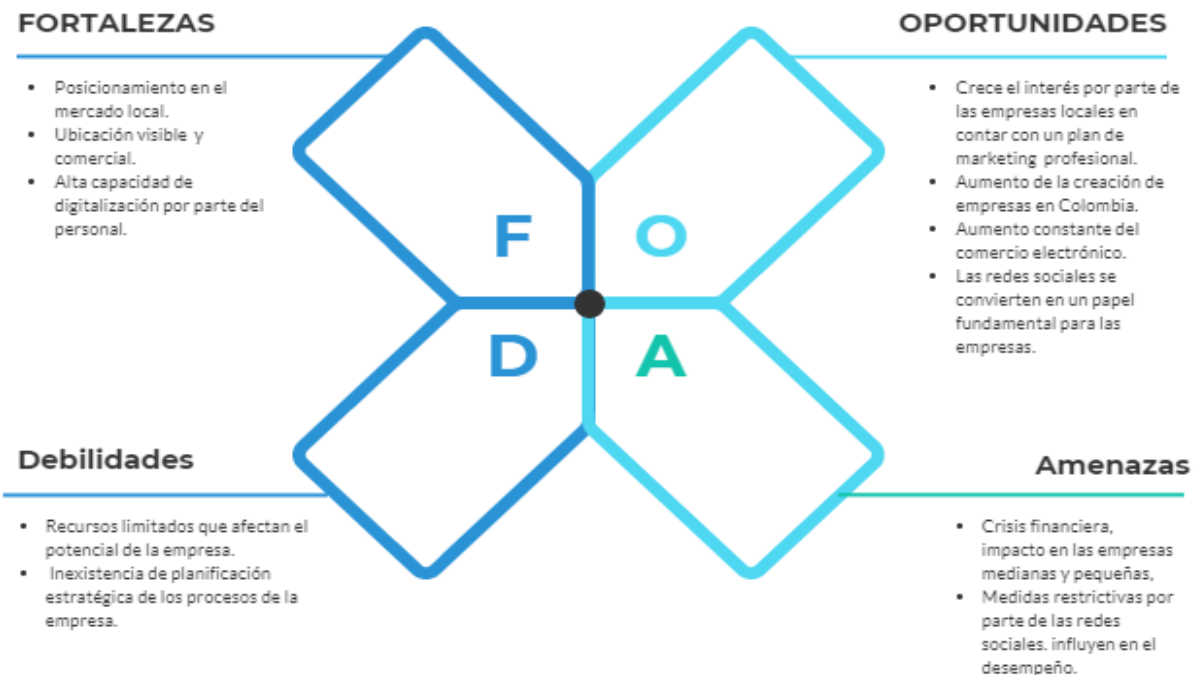
Se desarrolla un informe publicitario para entregar al cliente que evidencie los costos, resultados, piezas pautadas y estrategias desarrolladas que se desarrollaron durante el mes.

Análisis interno y externo

El análisis FODA busca determinar internamente el funcionamiento de la compañía, su posición frente a la competencia, el ámbito externo busca identificar los factores del entorno que pueden afectar positiva o negativamente el funcionamiento de la empresa.

Figura 2.

FODA



El análisis FODA permite analizar el contexto e identificar esas situaciones que son de gran relevancia para la compañía, es de suma importancia determinar cuáles son las situaciones que están afectando positiva y negativamente la empresa, se conoce el escenario en el cual la empresa se desarrolla además de identificar las fortalezas y debilidades del proceso.

En el entorno local Hit Data S.A.S. cuenta con más fortalezas y oportunidades que debilidades y amenazas, esto debido a que la empresa ya tiene un recorrido bastante amplio en el entorno del marketing digital, es una empresa relativamente joven, sin embargo, Hit Data S.A.S. Se anticipó y logró obtener posicionamiento en el mercado local y nacional gracias a su rápida creación y crecimiento.

Las debilidades de Hit Data S.A.S. Son internas, por lo tanto, es importante el aspecto de la organización y perfeccionamiento a través de los años, donde la empresa buscará planificar los procesos y estrategias de tal forma que se genere una sistematización y un servicio más óptimo y automatizado.

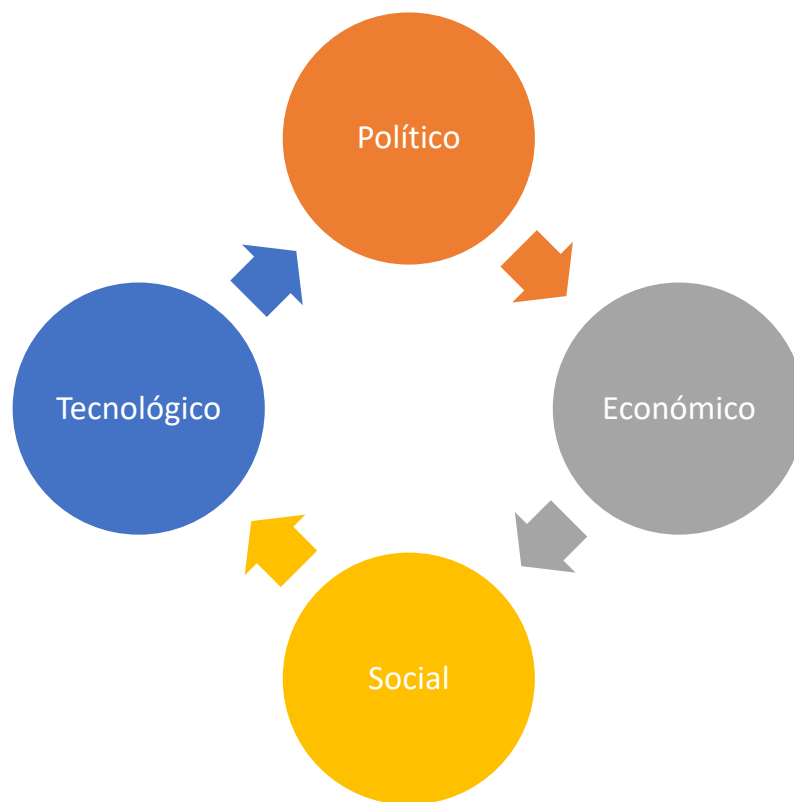
Figura 3.*CAME*

Con la matriz CAME la empresa logra identificar cuáles son esos aspectos que debe corregir, afrontar, mantener y explorar con el objetivo de perfeccionar el modelo de negocio, mantener el liderazgo y competitividad en el mercado buscando la manera de

convertir las debilidades en fortalezas, afrontar las amenazas con un previo análisis, mantener las fortalezas y explorar las oportunidades que se presentan de cara al futuro.

Figura 4.

PEST



Entorno Político

El desarrollo de las actividades de marketing y publicidad digital, enfrenta diferentes retos a la hora de aplicar o desarrollar la estrategia, respecto a las normativas legales.

A nivel internacional, se vienen adelantando diferentes leyes relacionadas con publicidad y marketing digital; por ello, es necesario para las empresas e individuos el ser más cuidadoso con el desarrollo de las acciones y revisar con mayor profundidad el marco legislativo.

En Colombia, se tienen distintas leyes, normas o estatutos que regulan las acciones que se adelantan en los canales digitales para los segmentos de adultos, niños y jóvenes. De allí que, es importante revisar los aspectos legales más relevantes en publicidad y marketing digital.

El *Código de Autorregulación Publicitaria*, en su reciente actualización, trae un capítulo dedicado a publicidad en medios digitales e interactivos: Capítulo octavo. En sus artículos, se contemplan normas especiales para publicidad en medios digitales, mensajes comerciales digitales, para niños, niñas y adolescentes, disposiciones sobre mensajes comerciales basados en hábitos de navegación, uso de cookies, entre otros.

El *Estatuto del consumidor*, contempla el capítulo 5: La protección al consumidor en el comercio electrónico. En este capítulo, define lo que es comercio electrónico, deber de la información, derecho de retracto, protección a niños, niñas y adolescentes, medidas cautelares para proteger a los consumidores, entre otros.

La *Ley de Habeas Data* «tiene por objeto desarrollar el derecho constitucional que tienen todas las personas a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bases de datos o archivos, y los demás derechos, libertades y garantías constitucionales».

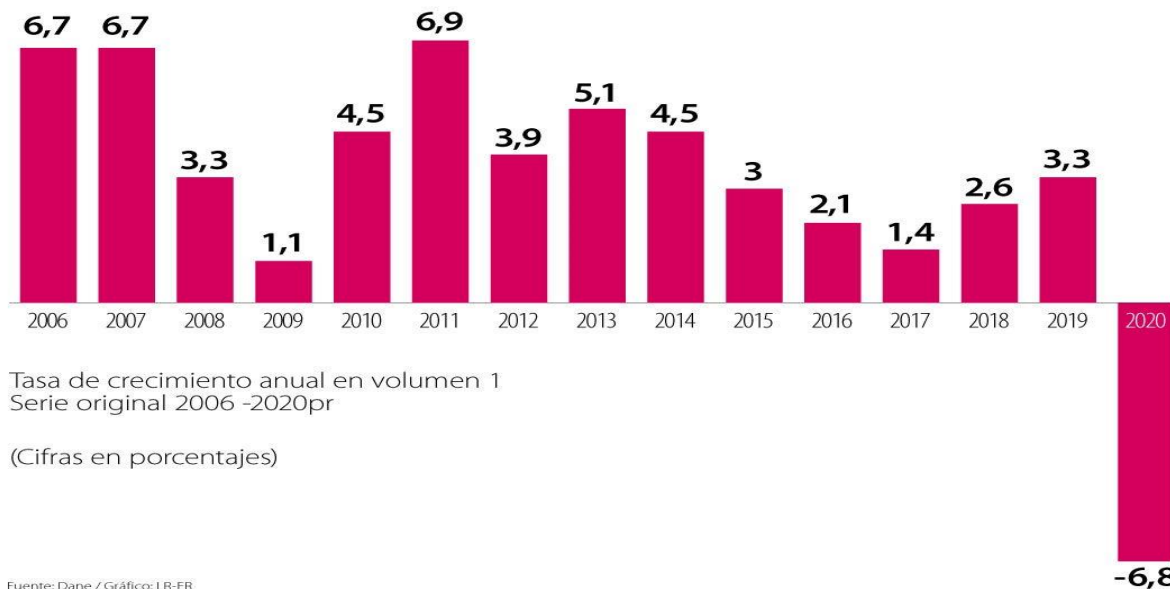
Esta ley, define lo relacionado con datos y en especial el tipo de datos: sensibles, privados, semi-privados y públicos; además, su ámbito de aplicación, los fines con los cuales pueden ser recolectados y los derechos como titular de la información personal.

Entorno Económico

La pandemia causada por el Covid 19 que afecto la economía de centenares de países a nivel mundial debido a la poca afluencia en los diferentes sectores comerciales, además de las restricciones preventivas influidas por las organizaciones internacionales como la ONU y la OMS se pauso el crecimiento y el fluir de la economía, según datos del Banco Mundial la pandemia de Covid- 19 ha sido la peor recesión desde la segunda guerra mundial.

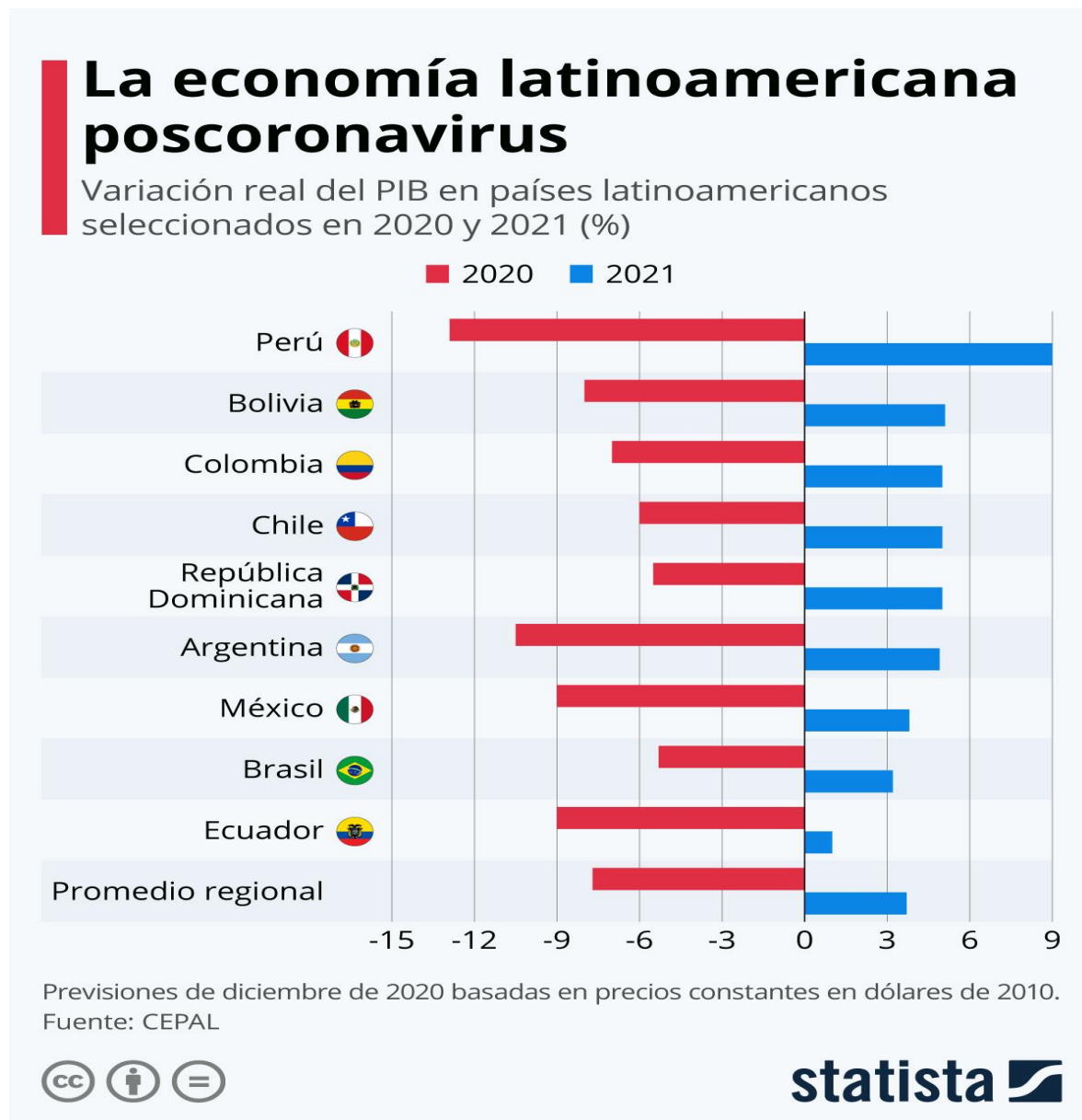
LA EVOLUCIÓN DE LA ECONOMÍA EN 2020

PRODUCTO INTERNO BRUTO



Fuente: DANE.

En la gráfica anterior se evidencia el impacto en el PIB del país colombiano debido a la crisis sanitaria ocurrida en el año 2022



Fuente: STATISTA.

En la gráfica anterior se evidencia la variación del PIB de varios países latinoamericanos en el periodo de 2020 y 2021

Posteriormente a la pandemia del covid-19 se llegó a un importante incremento en la economía de los países, en el caso de Colombia, se logra observar una recuperación económica acelerada, esto, debido a la reactivación económica que realizaron los gobiernos en conjunto durante los años de la pandemia.

La reactivación económica de Colombia tras el año negro de la pandemia superó las expectativas y llevó al país a crecer el 10,6 % en 2021, una cifra celebrada por los mercados y el sector público.

Actualmente en el año 2022 el factor económico se ha estabilizado a comparación de un par de años atrás con una proyección a futuro de crecimiento.

Para Hit Data S.A.S es de alta importancia este incremento, ya que, si hay más empresas, emprendimientos y empleos de la misma manera existe una mayor posibilidad de que la empresa obtenga más leads y clientes potenciales.

Entorno Social y Tecnológico

Las últimas décadas han marcado un hito en la historia de la humanidad, desde la aparición y expansión de los teléfonos celulares el comportamiento de la sociedad ha cambiado en muchos aspectos, la comunicación es uno de los más impulsados por la tecnología.

En los últimos 20 años la sociedad adopto una nueva manera de comunicarse que se ha expandido a nivel mundial a causa del acelerado crecimiento de la tecnología, el internet y las facilidades que ofrece.

El uso más común que se le da al internet es para encontrar información, comunicarse y mantenerse actualizado con noticias y eventos esto por medio de las aplicaciones o

directamente desde la web, las aplicaciones más utilizadas a nivel mundial son Google, WhatsApp, YouTube, Facebook, Instagram, Tik Tok y Wikipedia.

Colombia es el cuarto país en el mundo en el que las personas pasan más tiempo utilizando redes sociales con un registro promedio de tres horas y cuarenta y seis minutos por día, mientras que la media mundial es de dos horas y veintisiete minutos.

El aspecto tecnológico ha llegado más allá, afectando directamente nuestros comportamientos como individuos y como sociedad. Hacia el futuro la tendencia de utilizar estas plataformas es casi irreversible, en efecto, el aspecto tecnológico y social es una oportunidad para el crecimiento de las agencias digitales.

Figura 5**Marketing Mix para la empresa CONDUSAN**

El marketing mix se realizó con el objetivo de obtener clientes potenciales para la empresa Condusan, analizar el comportamiento por medio de las redes sociales de los consumidores con el servicio ofrecido, generar competitividad y reconocimiento de la empresa Condusan, ofrecer el servicio de licencias de conducción en las ciudades de

Bucaramanga y Floridablanca por medio de una planeación estratégica dirigida a la pauta publicitaria en redes sociales, en este caso Facebook e Instagram.

La aplicación del marketing mix fue importante para la obtención de Leads y clientes potenciales para la empresa, se observó un interés por parte de los consumidores gracias a la activación de la pauta publicitaria en redes sociales, se concluyó que la estrategia publicitaria que incluye imagen gráfica, copy para la publicación, estrategia de contenidos y pauta publicitaria fue efectiva y generó los resultados esperados durante su implementación.

El análisis del mercado y la correcta aplicación del marketing mix permitieron una mejor toma de decisiones para la empresa Conduzan, gracias a la aplicación de una estrategia antes de la generación de la pauta publicitaria.

**ESTRATEGIA PLANTEADA DE PAUTA PUBLICITARIA POR MEDIO DE REDES SOCIALES
PARA LA EMPRESA CONDUSAN**

1. Creación de estrategia publicitaria (imagen gráfica, copy)

Condusan
Publicado por Hit Data · 29 de junio

📍 Bucaramanga, Floridablanca y Girón 📍 Gran oportunidad para obtener tu licencia de conducción wa.me/573138514933, nos reinventamos para poderte cuidar y cuidarnos mediante un estricto control de bioseguridad.

👉 Puedes ver nuestro catalogo en el siguiente link wa.me/c/573138514933

Matricúlate en Condusan, contáctanos.

Nuestros números de atención son: 6183837-3138514933
#Bucaramanga

¿Carro o Moto?
Obtén tu licencia de conducción
Ahora

CONDUSAN
313 851 4933

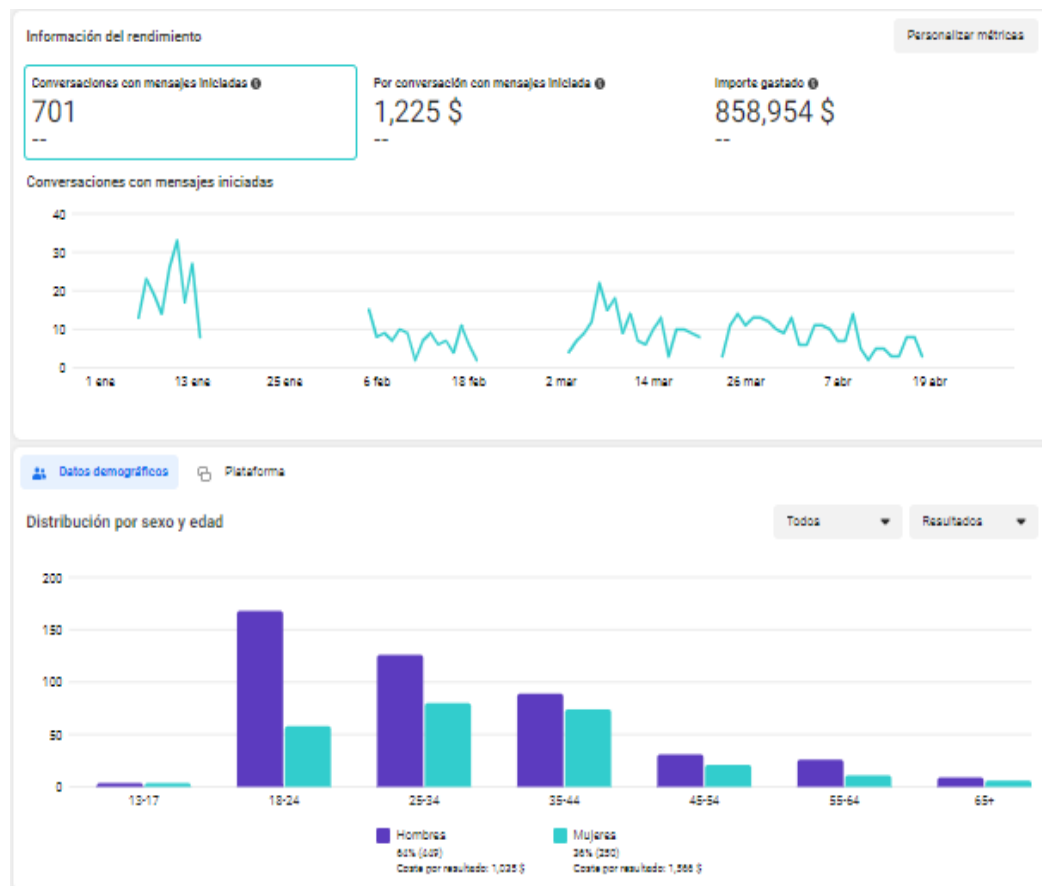
Contáctanos
313 851 4933

WHATSAPP
Chatea con nosotros
(Matricúlate ahora!)

Tu y 476 personas más
183 comentarios, 74 veces compartida

La imagen anterior es la estrategia planteada para la creación de la pauta publicitaria por medio de las redes sociales para la publicidad digital de la empresa Condusan, se generó una pieza publicitaria y un copy (texto superior) especialmente para captar la atención de los clientes y obtener mensajes de la pauta publicitaria.

2. Creación de pauta publicitaria con el objetivo de obtener mensajes.



Nota: En la gráfica anterior se evidencian los resultados y costos de la pauta publicitaria realizada.

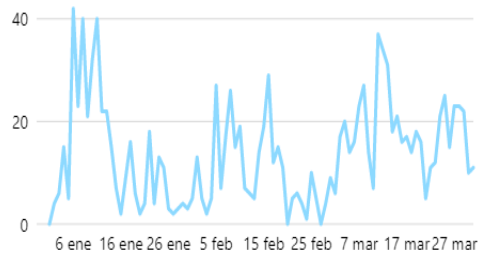
La imagen anterior evidencia el presupuesto gastado (858.954 \$), un importe de 1,225 \$ por cada conversación iniciada dirigida hacia WhatsApp y un total de 701 conversaciones iniciadas gracias a la planeación estratégica de la pauta publicitaria.

3. Alcance en redes sociales

Visitas a la página y al perfil

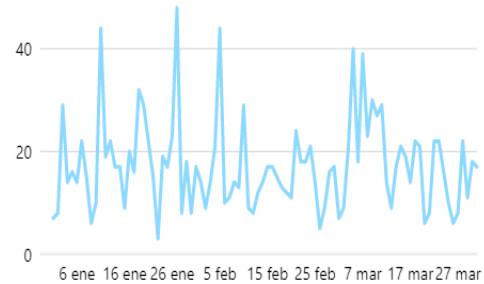
Visitas a la página de Facebook ⓘ

1,241 ↑ 12.9%



Visitas al perfil de Instagram ⓘ

1,559 ↑ 24.7%



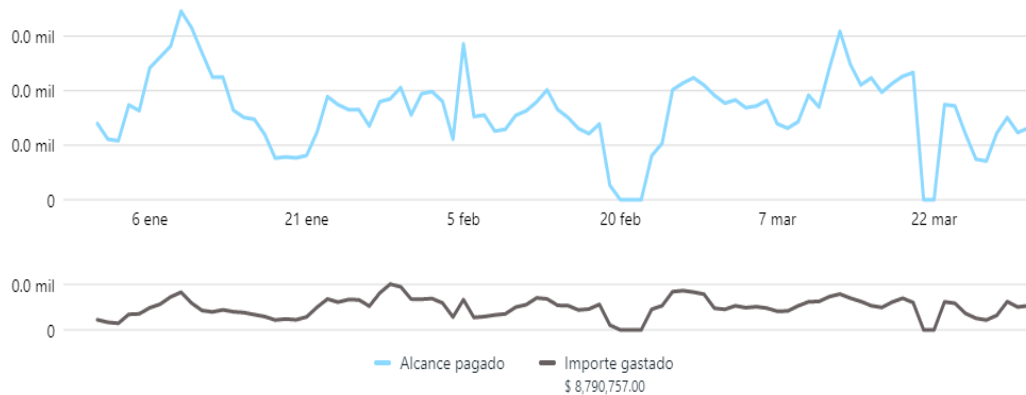
Tendencias publicitarias

Alcance pagado ⓘ

942,246 ↑ 17.9%

Impresiones pagadas ⓘ

3,600,267 ↑ 33.7%



Las imágenes anteriores evidencian el alcance en redes sociales durante el tiempo de activación de pauta publicitaria, se observa un gran incremento en las visitas al perfil de Instagram y de Facebook durante la activación de la pauta en Facebook ADS.

Tal manera que la implementación de la publicidad digital con estrategia fue efectiva y generó un reconocimiento especial en las ciudades donde se encuentra ubicada la empresa Conduzan.

Conclusiones

La tecnología ha generado un cambio en la forma en que la sociedad intercambia información, el rápido aumento del uso de la tecnología en los individuos ha creado nuevas formas de comunicación tanto en las personas como en las empresas y entidades públicas y privadas.

Es de vital importancia para las empresas que quieran tener una comunicación asertiva con los clientes adaptarse a estas situaciones para ser competentes en el mercado actual y de cara a futuro mantenerse fuerte ante las nuevas tecnologías y adaptarse a los cambios que puedan suceder.

La forma en la cual las empresas se dirigen a los consumidores ha cambiado durante los últimos 20 años, la creciente expansión y adaptación de la tecnología en la sociedad han logrado cambios importantes en la manera en la cual las empresas quieren comunicarse con sus clientes.

El marketing digital es una nueva necesidad y un modelo de negocio que en cara a futuro tiene mucho camino por recorrer. El estudiante de Negocios Internacionales de la Universidad Santo Tomas Juan Esteban Rivera Arévalo lleva consigo el conocimiento del funcionamiento de las nuevas tecnologías aplicado en el entorno publicitario digital, es sumamente importante por el impulso empresarial que se genera en un mundo tan globalizado donde las redes sociales impactan de manera contundente en la forma por la cual las compañías se muestran al consumidor.

Bibliografía

Ainsworth, J. (2020). *The Beginner's Guide to FB Advertising: How to create effective ads, generate leads and increase your ROI*. Pendragon Consulting.

Alvarez, M. G. (s/f). *Colombia, uno de los países donde más utilizan redes sociales*.

Portafolio.co. Recuperado el 16 de agosto de 2022, de

[https://www.portafolio.co/tendencias/colombia-uno-de-los-paises-donde-mas-](https://www.portafolio.co/tendencias/colombia-uno-de-los-paises-donde-mas-utilizan-redes-sociales-561100)

[utilizan-redes-sociales-561100](https://www.portafolio.co/tendencias/colombia-uno-de-los-paises-donde-mas-utilizan-redes-sociales-561100)

Padovesi, L. (2019). *Marketing Digital: Manual operativo a la comercializacion estrategica en linea con la guia de comunicacion, correo electronico, redes sociales*.

Independently Published.

Regulaciones del Marketing Digital en Colombia. (2019, septiembre 8). Clarauribe.co.

<https://www.clauribe.co/regulaciones-del-marketing-digital-en-colombia/>

Riaño, N. C. (s/f). *Estos son algunos de los efectos económicos que ha dejado el covid-19 en*

Colombia. Diario La República. Recuperado el 16 de agosto de 2022, de

[https://www.larepublica.co/especiales/encuesta-empresarial-2021-i/estos-son-](https://www.larepublica.co/especiales/encuesta-empresarial-2021-i/estos-son-algunos-de-los-efectos-economicos-que-ha-dejado-el-covid-19-en-colombia-3125811)

[algunos-de-los-efectos-economicos-que-ha-dejado-el-covid-19-en-colombia-](https://www.larepublica.co/especiales/encuesta-empresarial-2021-i/estos-son-algunos-de-los-efectos-economicos-que-ha-dejado-el-covid-19-en-colombia-3125811)

[3125811](https://www.larepublica.co/especiales/encuesta-empresarial-2021-i/estos-son-algunos-de-los-efectos-economicos-que-ha-dejado-el-covid-19-en-colombia-3125811)

Statista - El portal de estadísticas. (s/f). Statista. Recuperado el 16 de agosto de 2022, de

<https://es.statista.com/>

- Antioquia, C. F. (2021, febrero 26). *Conozca la Ley de Habeas Data y evite sanciones para su empresa*. Fenalco Antioquia. <https://www.fenalcoantioquia.com/blog/conozca-la-ley-de-habeas-data-y-evite-sanciones-para-su-empresa/>
- Carbonell, A. M., & Carbonell, P. A. (2019). *Las Redes Sociales: Revolucion de Marketing Y Ventas*. Independently Published.
- Castells, M. (s/f). *El impacto de internet en la sociedad: una perspectiva global*. OpenMind. Recuperado el 31 de agosto de 2022, de <https://www.bbvaopenmind.com/articulos/el-impacto-de-internet-en-la-sociedad-una-perspectiva-global/>
- Ch, S. (2022, febrero 15). *La reactivación tras la pandemia lleva a Colombia a crecer el 10,6 % en 2021*. swissinfo.ch. https://www.swissinfo.ch/spa/colombia-econom%C3%ADa_la-reactivaci%C3%B3n-tras-la-pandemia-lleva-a-colombia-a-crecer-el-10-6---en-2021/47351450
- Ciencia, tecnología, sociedad y medios de comunicacion social, algunas perspectivas para su análisis*. (s/f). The Communication Initiative Network. Recuperado el 31 de agosto de 2022, de <https://www.comminit.com/la/content/ciencia-tecnolog%C3%ADa-sociedad-y-medios-de-comunicacion-social-algunas-perspectivas-para-su>
- Código Colombiano de Autorregulación Publicitaria*. (s/f). UCEP. Recuperado el 31 de agosto de 2022, de <https://www.ucepcol.com/codigo-autorregulacion>

Creativedog Agency. (2000, julio 10). *¿Mueren los medios de comunicación?* Revista Mercado. <https://mercado.com.ar/tecnologia/mueren-los-medios-de-comunicacion/>

de La Garza Talavera, R. (2001). Modernidad, globalización y política: algunas consideraciones con respecto al impacto de Internet en las relaciones entre Estado y sociedad. *Estudios políticos*, 26.
<https://doi.org/10.22201/fcpys.24484903e.2001.26.37485>

Godin, G., & Kennedy, A. (2021). *MARKETING EN LA REDES SOCIALES Para Principiantes 2021 3 LIBROS EN 1 Como convertirse en un experto en SEO y Google ADS, aprender las estrategias avanzadas para construir un negocio exitoso*. Gary Godin and Allan Kennedy.

Kotler, P., Hollensen, S., & Opresnik, M. O. (2020). *El marketing en redes sociales: Una guía practica*. Independently Published.

Ley 1480 de 2011 - Gestor Normativo. (s/f). Gov.co. Recuperado el 31 de agosto de 2022, de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=44306>

Market Finder de Google - Encuentra nuevas oportunidades internacionales para tu empresa. (s/f). Thinkwithgoogle.com. Recuperado el 31 de agosto de 2022, de https://marketfinder.thinkwithgoogle.com/intl/es_419/guide/international-google-ads-campaign/

Martínez Sáez, J., Amiguet Esteban, J. M., & Visiedo Claverol, R. (2014). Presencia de las redes sociales en las campañas publicitarias transmedia más premiadas. *Historia y comunicacion social*, 19(0). https://doi.org/10.5209/rev_hics.2014.v19.45134

MD Marketing Digital. (s/f). *MD marketing digital - Agencia de marketing online*. MD Marketing Digital - Agencia de Marketing Online. Recuperado el 31 de agosto de 2022, de <https://www.mdmarketingdigital.com/publicidad-online>

Mundial, B. (2022, enero 14). *La COVID-19 (coronavirus) hunde a la economía mundial en la peor recesión desde la Segunda Guerra Mundial*. Banco Mundial. <https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2020/06/08/covid-19-to-plunge-global-economy-into-worst-recession-since-world-war-ii>

Pinto, X. (2018, octubre 4). Guía para la internacionalización de empresas con Google Ads. *Agencia de Performance Marketing | VIVA! Conversion*. <https://www.vivaconversion.es/blog/publicidad-digital/guia-internacionalizacion-de-empresas-con-google-ads>

Quijandría, E. A. (2020). Análisis de publicidad nativa en redes sociales y su influencia en el branding. *Redmarka. Revista de Marketing Aplicado*, 24(1), 17–37. <https://doi.org/10.17979/redma.2020.24.1.5839>

Rosa Moreno Company. (2021). *Aprende facebook ads paso a paso: Todo lo que necesitas saber para poner en marcha Facebook Ads desde cero y captar clientes y leads*. Independently Published.

(S/f). Amazon.com. Recuperado el 31 de agosto de 2022, de

<https://advertising.amazon.com/es-mx/library/guides/what-is-digital->

[advertising#:~:text=La%20publicidad%20digital%20se%20refiere,%2C%20imagen%](https://advertising.amazon.com/es-mx/library/guides/what-is-digital-advertising#:~:text=La%20publicidad%20digital%20se%20refiere,%2C%20imagen%2C%20audio%20y%20video.)

[2C%20audio%20y%20video.](https://advertising.amazon.com/es-mx/library/guides/what-is-digital-advertising#:~:text=La%20publicidad%20digital%20se%20refiere,%2C%20imagen%2C%20audio%20y%20video.)