

**Diseño de una propuesta de medios digitales para el mejoramiento de la presencia  
digital de la empresa Extrucol S.A**

**Carlos Humberto Cruz Solano, Yesika Andrea Duran Cárdenas, Yuli Marcela Suarez**

**Bayona**

**Trabajo de investigación y propositivo para el Diplomado Negocios en Medios Digitales**

**Director**

**David Andrés Suárez Suárez**

**Magister en Dirección y Administración de Empresas**

**Universidad Santo Tomás, Bucaramanga**

**División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables**

**Especialización en Gerencia de los Negocios Internacionales**

**2024**

## Contenido

Introducción .....	8
1. Diseño de una propuesta de medios digitales .....	9
1.1 Objetivos .....	9
1.1.1 Objetivo general .....	9
1.1.2 Objetivos específicos .....	9
2. Marco referencial .....	9
2.1 Marco teórico .....	9
2.2 Marco legal.....	13
3. Diagnóstico del plan de medios digitales .....	15
3.1 Extrucol S.A. ....	15
3.2 Situación actual de los medios digitales de la página web .....	17
3.3 Publico objetivo .....	18
3.4 Análisis del ranking de la página web .....	20
3.5 Mejoras planteadas.....	23
3.5.1 Palabras claves en los motores de búsqueda: .....	23
3.5.2 Mejora en meta descripción.....	24
3.6 Análisis de redes sociales.....	25
4. Análisis de competencia digital .....	30
4.1 Competidores .....	30
4.2 Benchmarking .....	31
4.3 Plan de acción .....	34
4.3.1 Diagnóstico digital de la empresa.....	34
4.3.2 Presencia digital que tienen los competidores .....	35

4.3.3 Estrategias de marketing para mejoramiento de la presencia digital.....	36
5. Cronograma general.....	37
6. Propuesta de creación o mejoramiento del plan de medios digitales .....	37
6.1 Creación de cuenta Google Ads.....	38
6.2 Primera campaña de clientes potenciales.....	38
6.3 Segunda campaña contacto envío de formulario de clientes potenciales .....	40
6.4 Tercera campaña vistas de página – tráfico de pagino web.....	41
7. Conclusiones.....	43
Referencia .....	44

**Lista de Figuras**

<b>Figura 1.</b> <i>Productos de Extrucol S.A.</i> .....	16
<b>Figura 2.</b> <i>Sitio web de Extrucol S.A.</i> .....	18
<b>Figura 3.</b> <i>Buyer persona</i> .....	20
<b>Figura 4.</b> <i>Consulta web PageSpeed</i> .....	21
<b>Figura 5.</b> <i>Consulta en Similar Web</i> .....	22
<b>Figura 6.</b> <i>Posición palabras clave de la competencia</i> .....	23
<b>Figura 7.</b> <i>Participación y clasificación</i> .....	24
<b>Figura 8.</b> <i>Visita página Instagram</i> .....	25
<b>Figura 9.</b> <i>Visita página Facebook</i> .....	26
<b>Figura 10.</b> <i>Visita página LinkedIn</i> .....	27
<b>Figura 11.</b> <i>Busqueda en Google</i> .....	28
<b>Figura 12.</b> <i>Resultado consulta en Similar Web</i> .....	33
<b>Figura 13.</b> <i>Acciones diagnóstico digital</i> .....	35
<b>Figura 14.</b> <i>Acciones presencia digital</i> .....	35
<b>Figura 15.</b> <i>Estrategias de marketing</i> .....	36
<b>Figura 16.</b> <i>Cronograma</i> .....	37
<b>Figura 17.</b> <i>Primera campaña de clientes potenciales</i> .....	38
<b>Figura 18.</b> <i>Configuración de Google Ads</i> .....	39
<b>Figura 19.</b> <i>Vista previa Google Ads</i> .....	39
<b>Figura 20.</b> <i>Segunda campaña</i> .....	40
<b>Figura 21.</b> <i>Configuración de títulos</i> .....	41
<b>Figura 22.</b> <i>Tercera campaña vista de página - tráfico de página web</i> .....	41

<b>Figura 23.</b> <i>Vista previa Google Ads 3ra Campaña</i> .....	42
--	----

### Lista de tablas

<b>Tabla 1.</b> <i>Palabras claves a implementar</i> .....	23
<b>Tabla 2.</b> <i>Datos de redes sociales de Extrucol S.A.</i> .....	28
<b>Tabla 3.</b> <i>Análisis DOFA</i> .....	29
<b>Tabla 4.</b> <i>Análisis de competencia</i> .....	32

### **Resumen**

Este estudio se centra en examinar las estrategias de medios digitales y propone una iniciativa para mejorar la presencia en línea de Extrucol S.A., una empresa que produce y distribuye tubería y accesorios de polietileno, con operaciones a nivel nacional. La propuesta abarca la identificación de las herramientas digitales utilizadas por la empresa, el análisis de la competencia, creación de campañas digitales y la formulación de estrategias de marketing digital. Inicialmente en la investigación, se observa una baja presencia en redes sociales, a pesar de contar con estrategias SEO y SEM que han posicionado su sitio web, con resultados de buen tráfico, aunque con posibles cambios en las palabras clave utilizadas.

Al analizar a la competencia, se evidencia una ventaja de algunos de estos en redes sociales y en estrategias SEO bien enfocadas. Por lo que al finalizar se propone implementar campañas publicitarias en Facebook, Instagram, LinkedIn y Google Ads, orientadas al reconocimiento de marca y conversión, acompañadas de un plan de acción con presupuesto y métricas para evaluar su rendimiento y resultados esperados en redes sociales.

*Palabras Claves: Medios Digitales, Redes Sociales, Google, Buyer Persona, Pagina Web, SEO, campañas digitales.*

### **Abstract**

This study focuses on examining digital media strategies and proposes an initiative to improve the online presence of Extrucol S.A., a company that produces and distributes polyethylene pipe and fittings, with nationwide operations. The proposal covers the identification of digital tools used by the company, analysis of competition, creation of digital campaigns and formulation of digital marketing strategies. Initially in the research, a low presence in social networks is observed, despite having SEO and SEM strategies that have positioned its website, with good traffic results, although with possible changes in the keywords used.

When analyzing the competition, it is evident that some of them have an advantage in social networks and well-focused SEO strategies. Therefore, it is proposed to implement advertising campaigns on Facebook, Instagram, LinkedIn and Google Ads, oriented to brand recognition and conversion, accompanied by an action plan with budget and metrics to evaluate their performance and expected results in social networks.

**Keywords:** Digital Media, Social Media, Google, Buyer Person, Website

## **Introducción**

En la actualidad la presencia digital es fundamental para el éxito de cualquier empresa, sin importar su sector económico o tamaño. La empresa Extrucol S.A., dedicada a la extrusión de plásticos y distribución de tuberías de polietileno enfrenta un desafío significativo en su presencia en línea tanto en su página web como en redes sociales. Esta problemática afecta no solo su capacidad para atraer y retener clientes, sino también su competitividad en un mercado cada vez más digitalizado.

Para abordar esta problemática, se propone un diseño de medios digitales enfocado en mejorar la presencia digital de Extrucol S.A., para lo cual se plantea la necesidad de realizar un análisis exhaustivo de los medios digitales utilizados por la empresa, dicho análisis se realiza por medio de las herramientas de medición SEO (Search Engine Optimization), las cuales nos permiten identificar las áreas de mejora en términos de visibilidad y posicionamiento en los motores de búsqueda y en las plataformas de redes sociales.

A partir de este diagnóstico, se establecen estrategias específicas enfocadas en el desarrollo y optimización a través de campañas en Google Ads, así como en la gestión y dinamización de las redes sociales de la empresa. Las estrategias planteadas buscan no solo incrementar la visibilidad de Extrucol S.A., sino también mejorar su posicionamiento en el mercado y la interacción en las redes sociales, creando una comunidad más sólida y fiel en torno a la marca.

## **1. Diseño de una propuesta de medios digitales**

Diseño de una propuesta de medios digitales para el mejoramiento de la presencia digital de la empresa Extrucol S.A.

### **1.1 Objetivos**

#### ***1.1.1 Objetivo general***

Diseñar una propuesta de medios digitales que permita el mejoramiento de la presencia Digital de la empresa Extrucol S.A. en la ciudad de Bucaramanga.

#### ***1.1.2 Objetivos específicos***

- Realizar un diagnóstico digital que permita la identificación del estado del y la presencia de la marca Extrucol S.A. en el contexto digital
- Determinar la presencia digital que tienen los competidores de la empresa Extrucol S.A.
- Formular estrategias de marketing que permitan el mejoramiento de la presencial digital de la empresa Extrucol S.A.

## **2. Marco referencial**

### **2.1 Marco teórico**

El marketing (o mercadotecnia) es un proceso empresarial que consiste en implementar técnicas y estrategias para promover e incrementar las ventas, investigar el mercado, detectar necesidades y publicitar los productos y servicios. Se enfoca en conocer a los consumidores y clientes para ofrecerles lo que necesitan y desean, de la manera en que más les gustaría adquirirlo. El marketing busca conservar a los actuales clientes y mantenerlos

satisfechos, así como captar a nuevos y potenciales clientes. Su objetivo es ofrecer a los consumidores los productos que satisfagan sus necesidades y deseos. Para ello, siempre está buscando ofrecer un valor diferencial que pueda satisfacer deseos individuales (Azkue, 2024, págs. 1-3).

El marketing digital tiene sus raíces en la década de 1990, cuando el auge de Internet comenzó a cambiar el panorama de los negocios. Con el advenimiento de la World Wide Web, las empresas vieron una oportunidad sin precedentes para llegar a una audiencia global y establecer relaciones directas con los consumidores.

En sus primeras etapas, el marketing digital se centraba principalmente en la presencia en línea de las marcas a través de sitios web estáticos. Sin embargo, con el tiempo, surgieron nuevas formas de promoción digital que revolucionaron la industria.

Uno de los avances más significativos fue el surgimiento del marketing por correo electrónico. Esta técnica permitía a las empresas llegar directamente a la bandeja de entrada de los usuarios, proporcionando información relevante y promociones especiales. El correo electrónico se convirtió rápidamente en una herramienta poderosa para generar leads y mantener una comunicación constante con los clientes (Ridge B. , 2023, pág. 1).

Otro factor que aportó al marketing en sus inicios fue a partir del año 1979 donde:

Michael Aldrich trabajaba en conectar un televisor de 14 pulgadas a un microprocesador, mediante una línea telefónica. El sistema fue bautizado por Aldrich como “Teleputer” y permitió por primera vez realizar transacciones comerciales en línea.

Aunque el Teleputer (que luego pasó a llamarse “Videotex”) había sido diseñado como un sistema casero para la compra de productos, solo en mayo de 1984 empezó a funcionar realmente, cuando Jane Snowball, una señora de 72 años, envió a Tesco por la línea telefónica un pedido de margarina, huevos y cereales Corn Flakes, usando solo el control remoto de su televisor. Estos inicios marcaron la ruta de lo que hoy conocemos como el comercio electrónico o e-commerce (Instituto de Postgrados Forum, 2022, pág. 2).

En la evolución del marketing digital fue el surgimiento de los motores de búsqueda (1993). Con la popularización de Google y otros motores de búsqueda, las empresas comenzaron a darse cuenta del poder de aparecer en los primeros resultados de búsqueda. El SEO (Search Engine Optimization) se convirtió en una estrategia fundamental para aumentar la visibilidad en línea y atraer tráfico cualificado (Ridge B. , 2023, pág. 5).

Dicho esto, las redes sociales desempeñan un papel vital en el marketing digital actual. Plataformas como Instagram, Facebook, TikTok y otras aplicaciones populares se han vuelto esenciales para promocionar nuestros productos y servicios. A través de estrategias publicitarias inteligentes, podemos llegar a diferentes grupos de personas, aprovechando las características únicas de cada plataforma para llegar a más usuarios y conectar con ellos.

Otra parte importante es el uso estratégico de los influencers en las redes sociales. Estas personas, con su gran número de seguidores y credibilidad, pueden influir en las decisiones de compra de sus seguidores. Colaborar con influencers relevantes en nuestra industria nos permite aprovechar su influencia para promocionar nuestros productos de manera auténtica y efectiva. Además de llegar a una audiencia más amplia, asociarse con influencers también puede ayudar a

construir una mayor confianza con los consumidores, ya que tienden a valorar las recomendaciones personales más que la publicidad tradicional.

Según Kotler (2001), uno de los maestros más reputados en el campo del marketing, la definición de marketing es la siguiente: "Marketing es el proceso social y administrativo por el cual los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios" (Dirección de Mercadotecnia, pág. 14).

Como se señala Kotler (1967) el "Marketing es un proceso social por el que los individuos y los grupos obtienen lo que ellos necesitan y desean a través de la creación e intercambio de productos y su valoración con otros" (Administración de Marketing, pág. 27)

Para concluir, el marketing implica satisfacer las necesidades y deseos de las personas mediante la creación, oferta e intercambio de productos y servicios que aporten valor. Kotler destaca la importancia de entender el marketing como un proceso integral que va más allá de la simple venta de productos, involucrando aspectos sociales, administrativos y de generación de valor.

Para Kotler (2001) "la creación conjunta en los negocios actuales es la mejor alternativa para las empresas. Él defiende que los clientes formen parte del proceso creativo y de desarrollo de los productos, como lo hacen marcas como Lego y Harley Davidson" (Dirección de Mercadotecnia, pág. 7)

Así mismo, Kotler (1967) expone que: "No es suficiente probar un producto. Llama al consumidor para participar en su creación. Harley Davidson, Lego, GM y Lexus son algunos exponentes en esta línea. Lego, incluso, pide ayuda a los niños para desarrollar sus nuevos productos" (Administración de Marketing, pág. 15)

## 2.2 Marco legal

En cuanto al marketing digital en Colombia, es importante tener en cuenta el marco legal que protege esta actividad en el país. Desde la llegada del internet, las leyes colombianas se han ido adaptando para regular el comercio electrónico, la publicidad y el marketing de manera efectiva. Hoy en día, Colombia cuenta con una de las regulaciones más completas en América del Sur en este campo.

Una de las leyes clave, es la Ley 527 establecida en 1999, también conocida como Ley de Comercio Electrónico establece: “Por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones. (República de Colombia, 1999, pág. 1).

Esta ley sienta las bases para el comercio electrónico en Colombia, definiendo el uso de mensajes de datos, firmas digitales y estableciendo un marco regulatorio para el e-commerce en el país. En el contexto del marketing digital, las empresas deben crear entornos respetuosos en sus interacciones digitales con los clientes, especialmente en las redes sociales donde se realizan ventas y se interactúa con los usuarios.

En cuanto a la publicidad, el Código Colombiano de Autorregulación Publicitaria establece normas para garantizar la autenticidad y honestidad en la publicidad, incluyendo capítulos específicos para publicidad en medios digitales e interactivos. Es esencial para las empresas respetar estas normativas para asegurar una publicidad ética y responsable. ( Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria, 2013, pág. 4)

Por otro lado, de acuerdo a la protección de los derechos de los consumidores, el Estatuto del Consumidor establece que: “La protección de los consumidores frente a los riesgos para su salud y seguridad. El acceso de los consumidores a una información adecuada de acuerdo con los

términos de esta Ley que les permita hacer elecciones bien fundadas” (Estatuto del Consumidor, 2011, pág. 1).

Dicha ley busca proteger los derechos de los consumidores en el comercio electrónico, abordando temas como el derecho de retracto, la protección de datos y las medidas cautelares para proteger a los consumidores.

En el ámbito de la protección de datos personales, la Ley 1581 de 2012 Habeas Data consagra: “Protege el derecho que tienen todas las personas a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bases de datos o archivos que sean susceptibles de tratamiento por entidades de naturaleza pública o privada” (República de Colombia, 2012, pág. 2).

De acuerdo a la página de Función Pública, la ley 1266 de 2008 está encaminada a regular el uso de esa información y por tanto otro tipo de datos (por ejemplo, aquellos mantenidos en un ámbito exclusivamente personal o doméstico o los que se incluyen en una historia clínica) se encuentran excluidos de la aplicación de esta norma. (Congreso de la Republica, 2008, pág. 3)

Estas leyes establecen los derechos de las personas a conocer, actualizar y rectificar la información recopilada sobre ellos en bases de datos o archivos. Las empresas deben cumplir con estas leyes al manejar información personal de los usuarios en sus plataformas digitales.

Por otro lado, para proteger la propiedad intelectual, existen leyes como la Ley 23 de 12 Sobre los Derechos de Autor, modificada por la Ley 1915 de 2018 que “regula los derechos morales y patrimoniales que la ley concede a los autores, por el solo hecho de la creación de una obra literaria, artística o científica, ya sea que esté publicada o inédita” (Congreso de la Republica, 2018, pág. 1)

Estas leyes protegen los derechos de los creadores de contenido y las marcas comerciales, garantizando que no se infrinja el copyright en el contenido digital.

En cuanto a la publicidad a través de influencers, si bien aún se están desarrollando regulaciones específicas, existe una guía de buenas prácticas en la publicidad a través de Influenciadores que busca garantizar la transparencia y veracidad en la actividad publicitaria de los influencers en el mundo digital.

### **3. Diagnóstico del plan de medios digitales**

En este proceso, se lleva a cabo un análisis de la situación actual de la presencia en línea de la empresa Extrucol S.A., así como de su desempeño en comparación con la competencia. Este diagnóstico permite identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas en el panorama digital, proporcionando una base sólida para la formulación de estrategias efectivas. Además, se logra identificar el uso de las herramientas digitales utilizadas, el posicionamiento en buscadores, la actividad en redes sociales y otros aspectos relevantes. De esta manera, el diagnóstico del plan de medios digitales sirve como punto de partida para la toma de decisiones informadas y la implementación de acciones orientadas a potenciar la presencia y el rendimiento de la empresa en línea.

#### **3.1 Extrucol S.A.**

Extrucol S.A. en Colombia desde hace más de 34 años se ha ido forjando una de las empresas más representativas de la industria del polietileno. Ha sido pionera y líder en la extrusión e inyección del polietileno para aplicaciones especiales, brindando soluciones a las necesidades de los colombianos. Nuestro Sistema Integrado de Gestión está conformado y avalado por la

certificación ISO 9001, ISO 14001, la acreditación del laboratorio ISO/IEC 17025 y los sellos de conformidad para los diferentes productos.

**Figura 1.** *Productos de Extrucol S.A.*



Tomado de instalaciones de Extrucol S.A. (2024)

La capacidad financiera de la empresa es óptima, siendo Extrucol S.A. una compañía con amplia experiencia y trayectoria en el mercado, además ser referente a nivel nacional en el suministro de tuberías de polietileno. Debido al crecimiento anual que exige la junta directiva Extrucol S.A. es necesario buscar nuevos mercados y estrategias una de ellas es buscar una internacionalización adecuada.

- Ubicación: Parque Industrial 1 de Bucaramanga Km 3 vía Palenque – Café Madrid (Bucaramanga Santander).
- Representación legal: el representante legal es el presidente quien tendrá dos Suplentes que lo reemplazarán en su orden en las faltas absolutas, temporales o accidentales con las mismas facultades.
- Producto o servicio a exportar: tubería para conducción de agua potable y alcantarillado, tubería para transporte y distribución de gas, tubería para redes contra incendios.

- **Productos líderes:** los tres productos líderes en el mercado son la tubería para agua potable, tubería para conducción de gas y tubería para redes contra incendio, adicional a ello Extrucol S.A. cuenta con las normas de calidad internacional que solicitan para vender en cualquier país de Latinoamérica.
- **Producto más utilizado:** Estos productos en especial la tubería de gas natural en polietileno es la más utilizada en Colombia desde hace 33 años que se decidió gasificar el territorio colombiano. Gracias a ello Extrucol S.A. se convirtió en el mayor proveedor de estas tuberías, y 33 años después sus primeras tuberías aún siguen operando lo cual ayuda a confirmar su calidad y experiencia al momento de ampliar nuevos mercados.
- **Capacidad instalada y de producción (mensual):** Extrucol S.A. cuenta con 7 líneas de Extrusión las cuales tienen una capacidad de producir 1100 Toneladas al mes en diámetros desde 16mm (1/2 pulg) hasta 800mm (32 pulg), para un récord anual de 13000 Toneladas aproximadamente, dicho dato fue validado con los resultados de producción con corte a 2022.

### **3.2 Situación actual de los medios digitales de la página web**

Al analizar cómo Extrucol S.A. utiliza las herramientas digitales para mejorar su presencia en los medios en línea, podemos comenzar mencionando que dispone de un sitio web que se encuentra alojado en el dominio <https://extrucol.com/>, por medio del cual se encuentra acceso directo a redes sociales, Facebook, Instagram, LinkedIn con la información de productos y contacto de la empresa.

**Figura 2.** Sitio web de Extrucol S.A.

Tomado de página web Extrucol S.A. (2024)

### 3.3 Publico objetivo

Para recrear la imagen del Buyer Persona de la empresa, comenzamos por entender los detalles clave del cliente ideal, incluyendo su perfil, características demográficas, señales distintivas, desafíos metas e intereses. Esta información fue extraída de acuerdo a base de datos clientes actuales e información brindada por colaboradores de la empresa Extrucol S.A. basándonos en esto, pudimos identificar el Buyer Persona.

En el dinámico competitivo mercado de la construcción y la infraestructura en Latinoamérica, conectar con el cliente correcto es más crucial que nunca. Nuestra empresa, líder en la fabricación de tubería de polietileno, se encuentra en una posición única para expandir sus horizontes y forjar relaciones duraderas más allá de las fronteras colombianas. Sin embargo, para lograr esto, necesitamos comprender profundamente a quienes servimos: nuestros clientes.

Entre estos, emerge una figura central: el gerente de compras o director de proyectos. Este profesional no solo busca proveedores; busca socios confiables que entiendan las exigencias de

sus proyectos puedan contribuir significativamente a su éxito. En países como El Salvador, República Dominicana, Perú, Argentina, donde la industria de la construcción la infraestructura ve un crecimiento sostenido, las necesidades de estos profesionales son tanto específicas como exigentes.

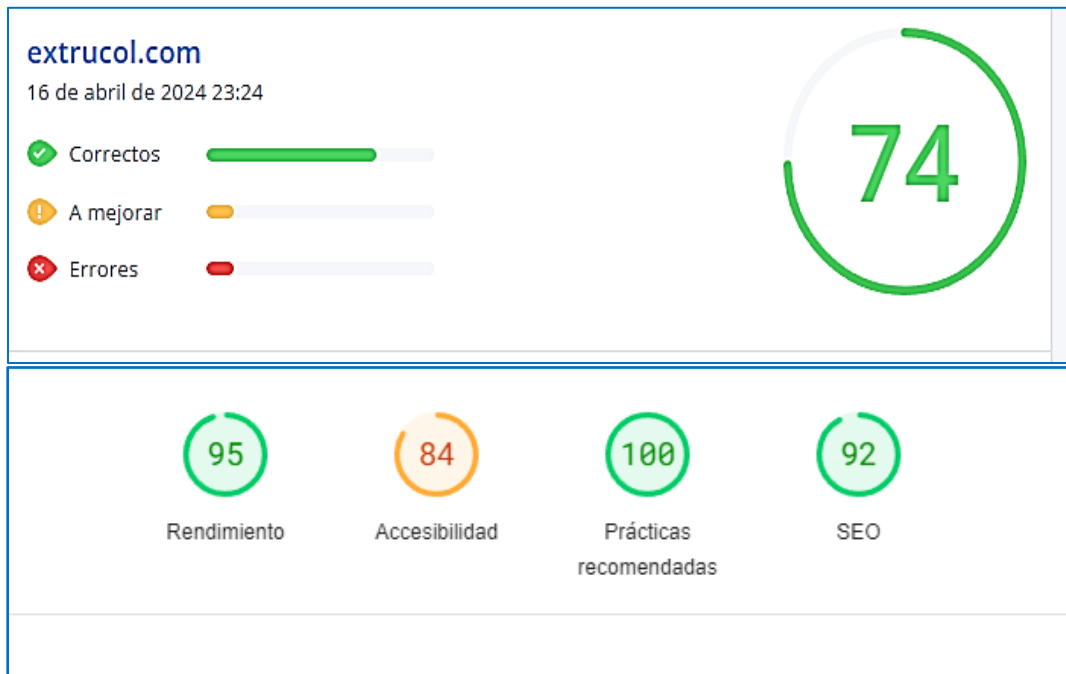
El cliente ideal, a quien nos referiremos como Pepito Perez, simboliza el puente entre la necesidad y la solución. Con más de una década de experiencia en el sector un rol decisivo en la elección de materiales proveedores, Carlos enfrenta el reto diario de balancear calidad, costo sostenibilidad. Su objetivo no es solo cumplir con las expectativas de su proyecto, sino superarlas, asegurando que cada decisión contribuya a un resultado final exitoso, duradero, respetuoso con el medio ambiente. Entender a Pepito Perez, sus desafíos, sus objetivos sus preferencias, es el primer paso para adaptar nuestro enfoque asegurar que nuestra tubería de polietileno no solo sea vista como una opción, sino como la elección predilecta. A través de este entendimiento, podemos diseñar estrategias de marketing ventas que resuenen con él con muchos otros profesionales similares en la región, estableciendo las bases para una expansión exitosa en el mercado latinoamericano.

**Figura 3.** *Buyer persona*

Adaptado de: Buyer persona

### 3.4 Análisis del ranking de la página web

Identificar el grado de posicionamiento de SEO es fundamental al momento de realizar el análisis de utilización, estado actual y optimización para mejorar el ranking del sitio web. Para realizar dicho análisis, utilizaremos las siguientes herramientas: Similar Web, Pages Peed, Woorank, Urtrends, SEM Rush, las cuales nos permiten identificar el estado actual y mejoras, para este caso y según la consulta realiza se puede determinar que la página web de Extrucol S.A. tiene una carga rápida y buena accesibilidad, buen SEO con puntaje del 92 según se muestra en las siguientes imágenes, así mismo se evidencian posibles mejoras aplicables como la modificación de la meta descripción, adicionar palabras claves, y mejorar la vista previa.

**Figura 4.** Consulta web PageSpeed

Tomado de PageSpeed (2024)

El análisis de rendimiento SEO para la empresa es fundamental con el propósito de optimizar nuestra presencia en línea. Mediante herramientas especializadas, como las que utilizamos, podemos identificar áreas de mejora clave, como la velocidad de carga del sitio web, la calidad de la meta descripción y la selección adecuada de palabras claves. Además, evaluamos la accesibilidad del sitio y su capacidad para mejorar el SEO, y un porcentaje de rebote adecuado, lo que indica una experiencia positiva del usuario y un potencial de conversión optimizado.

**Figura 5.** Consulta en Similar Web

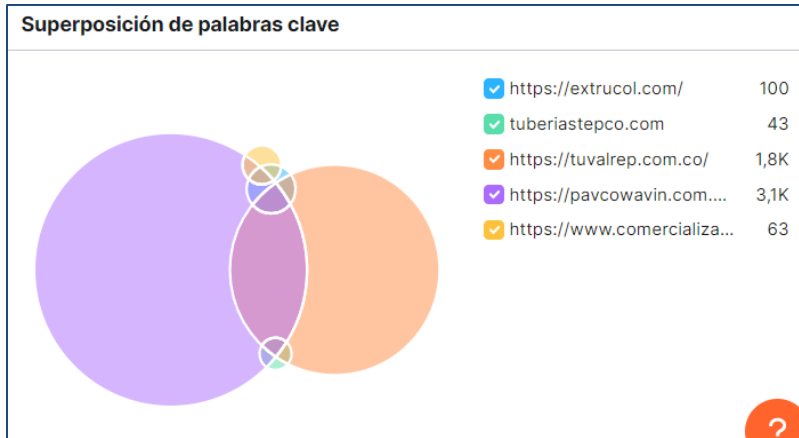
Tomado de consulta en Similar Web (2024)

En cuanto a los resultados de las consultas realizadas se evidencia un buen rendimiento en las búsquedas orgánicas y la capacidad de atraer las vistas de forma natural así mismo se identifican mejoras en la lista de palabras claves para el aumento de la visibilidad en los motores de búsqueda.

### 3.5 Mejoras planteadas

#### 3.5.1 Palabras claves en los motores de búsqueda

**Figura 6.** Posición palabras clave de la competencia



Tomado de página SEM Rush (2024)

Según el resultado en el análisis se identifican palabras clave utilizadas por la competencia que significan aumento de tráfico en línea. Por lo que es importante establecerlas para la empresa Extrucol S.A.

**Tabla 1.** Palabras claves a implementar

Tubería polietileno	Pead tubería
Ficha técnica	Tubería de polietileno de alta densidad
Familia contraincendios	Gas polietileno
Norma ISO 14064	Accesorios Pead
Polietileno	Termofusión de tubería

*Nota:* Esta tabla demuestra las palabras claves a utilizar para mejorar el resultado en los motores de búsqueda.

### 3.5.2 Mejora en meta descripción

Descubre la solución confiable y duradera para tus proyectos de infraestructura en Colombia con nuestras tuberías de polietileno. En Extrucol S.A. ofrecemos una amplia gama de productos de alta calidad, diseñados para satisfacer tus necesidades en sistemas de agua, gas y más. Confía en nuestra experiencia y compromiso con la excelencia para garantizar la eficiencia y durabilidad en cada proyecto. ¡Contáctanos hoy para obtener soluciones de tuberías confiables y eficientes para tu próximo proyecto en Colombia!

**Figura 7.** Participación y clasificación



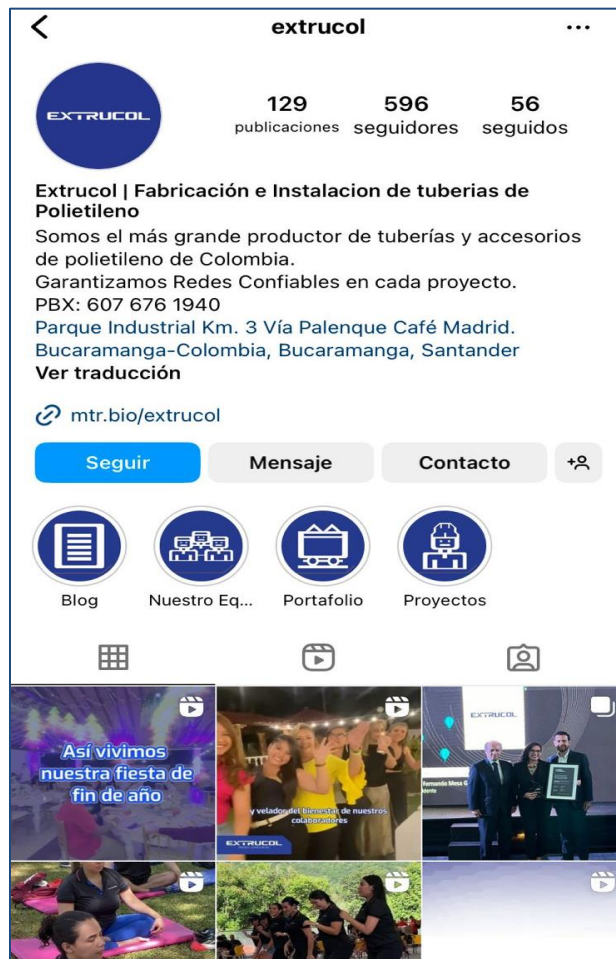
Tomado de la página Similar Web (2024)

### 3.6 Análisis de redes sociales

En el análisis de las estrategias de social media, consideramos que Facebook, Instagram y LinkedIn son las redes más importantes para visualizar el rendimiento que tiene la empresa frente a identificar qué información útil se puede extraer de los competidores para mejorar la presencia de la empresa en los medios. A continuación, relacionamos la información de las redes sociales.

Se observa según la validación de cuentas en redes sociales de la empresa Extrucol S.A. que se deben reforzar las estrategias de marketing digital ya que se evidencia falta de presencia, pocos seguidores y pocas publicaciones.

**Figura 8.** Visita página Instagram



Tomado de página oficial de Extrucol S.A. en Instagram

**Figura 9.** *Visita pagina Facebook*

Tomado de página oficial de Extrucol S.A. en Facebook

**Figura 10.** Visita página LinkedIn

The image shows a screenshot of the LinkedIn profile page for Extrucol S.A. The header features a banner with a woman in a hard hat and a blue background. The banner includes the text "33 AÑOS" and "DESARROLLANDO SOLUCIONES EN TUBERÍAS DE POLIETILENO." Below the banner is the company logo "EXTRUCOL" and a notification bell icon. The main profile section displays the company name "Extrucol S.A." followed by the description "Somos el más grande productor de tuberías y accesorios de polietileno de Colombia." Below this, it lists "Fabricación de productos de plástico • Bucaramanga, Santander • 702 seguidores" and "Nathalia y 59 contactos más siguen esta página". A "Siguiendo" button with a checkmark is visible, along with a menu icon. The navigation bar includes "Inicio", "Acerca de", "Publicaciones", "Empleos", and "Pers". The "Acerca de" section contains two paragraphs of text describing the company's history and current status. At the bottom, there is a "Sitio web" link to "extrucol.com".

**EXTRUCOL**

**33 AÑOS**

DESARROLLANDO SOLUCIONES EN TUBERÍAS DE POLIETILENO.

**Extrucol S.A.**

Somos el más grande productor de tuberías y accesorios de polietileno de Colombia.

Fabricación de productos de plástico • Bucaramanga, Santander • 702 seguidores

Nathalia y 59 contactos más siguen esta página

✓ Siguiendo

Inicio Acerca de Publicaciones Empleos Pers

**Acerca de**

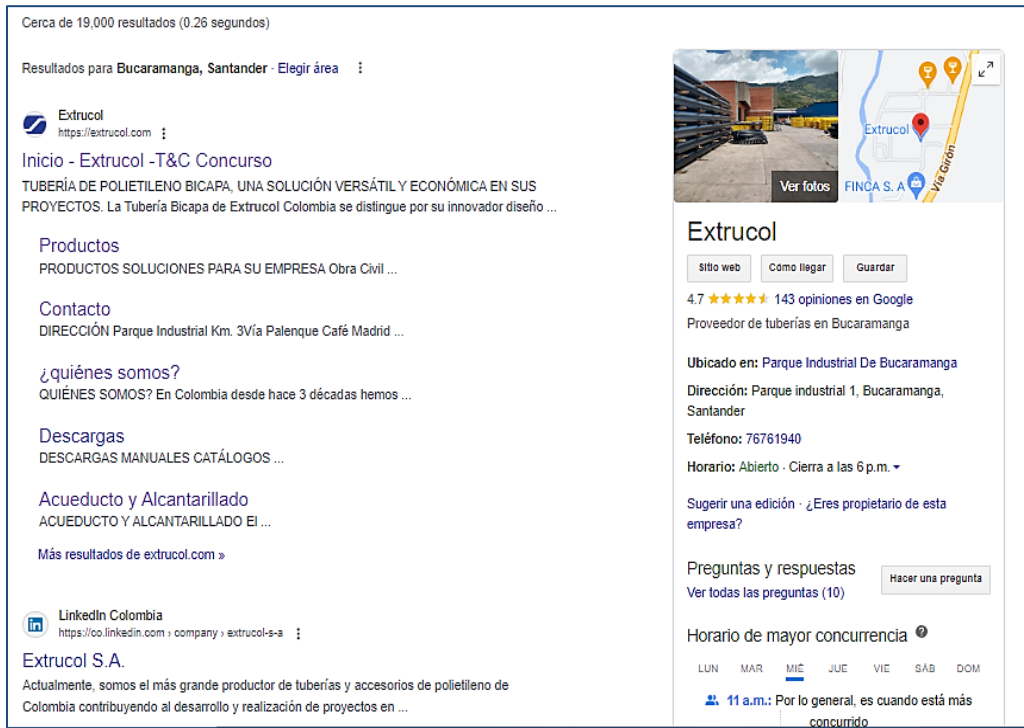
En Colombia desde hace 3 décadas hemos forjado una de las empresas más representativas de la región, siendo pioneros y líderes en la extrusión inyección del polietileno para aplicaciones especiales, brindando soluciones a las necesidades de los colombianos.

Actualmente, somos el más grande productor de tuberías y accesorios de polietileno de Colombia contribuyendo al desarrollo y realización de proyectos en polietileno que cumplen con las necesidades de nuestros clientes y a su vez buscan alcanzar el máximo rendimiento en sus negocios.

Sitio web  
[extrucol.com](http://extrucol.com)

Tomado de página oficial de Extrucol S.A. en LinkedIn

**Figura 11.** *Busqueda en Google*



Tomado de la página Google (2024)

**Tabla 2.** *Datos de redes sociales de Extrucol S.A.*

Red social	Seguidores	Ultima publicación	Publicaciones	Opiniones
Facebook	342	23/01/2024	143	0
Instagram	595	23/12/2023	129	NA
LinkenIn	702	23/01/2024	140	NA

*Nota:* Adaptado de consultas en redes sociales Facebook, Instagram y linkenIn(2024)

Ultima publicación en Facebook: 23 de enero 2024

Seguidores: 342

Opiniones:0

Ultima publicación en Instagram: 23 de diciembre 2023

Seguidores: 595

Publicaciones: 129

Seguidores en LinkedIn: 702

Actualmente, según lo visualizado en los datos anteriores la compañía carece de un gestor de comunidades o un departamento de marketing dedicado a establecer presencia en las redes sociales. En cuanto a cuál red tiene más potencial para el sector y la empresa, sin duda es LinkedIn. Esta plataforma está experimentando un gran crecimiento en el ámbito de los negocios, lo que facilitaría la conexión con otras empresas, así como el registro de cuenta en Google Bussines el cual permite hacer presencia en la búsqueda inicial visualizando el perfil del negocio y el contacto con le empresa Extrucol S.A.

Se evidencia una oportunidad importante, al incrementar el número de publicaciones en estas redes sociales y mantener la constancia en la participación con el público de interés brindando material publicitario que va directamente relacionado con los productos y servicios.

**Tabla 3.** *Análisis DOFA*

<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
Falta de anuncios y campañas en redes sociales Instagram, Facebook, LinkeInd SEO limitado. Enfoque equivocado en las palabras claves de búsqueda. Poca presencia en redes sociales. Estrategias de marketing desactualizadas.	La competencia tiene presencia en el entorno digital- Competencia creciendo en el mercado. Cambios en los algoritmos de motores de búsqueda pueden afectar el posicionamiento web.
<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
Estrategia SEO. Alta calidad de sus productos. Perfil de negocio en Google. Relaciones sólidas con proveedores y clientes clave. Página web con carga rápida, e información actualizada.	Optimización del SEO para aumentar la visibilidad en buscadores y atraer más tráfico orgánico. Crear contenido educativo sobre productos. Campañas a bajo costo en las Redes sociales. Ampliar la presencia en redes sociales.

*Nota:* Adaptado de la página oficial de Extrucol S.A. (2024)

#### **4. Análisis de competencia digital**

El análisis de la competencia digital se considera una parte fundamental de nuestro plan de medios digitales, sobre todo, antes de implementar cualquier tipo de estrategia al respecto, es que, sin un análisis de nuestros competidores, es muy difícil determinar nuestra posición en el mercado. Saber qué hacen los competidores nos permitirá ver lo que funciona, lo que no funciona, conocer tendencias, y ver cómo podemos mejorar y destacar sobre ellos. El análisis de competencia digital es igual de importante que saber cómo interactúan nuestros seguidores con nuestros propios perfiles y páginas web.

Una de las técnicas y herramientas más efectivas para hacer el análisis de la competencia digital es el benchmarking, de acuerdo con Intxaurburu & Ochoa (2005), el benchmarking es la actividad de comparar los propios procesos contra la mejor actividad similar que se conozca, de forma que se establezcan objetivos desafiantes, verdaderos retos, pero alcanzables, y se implemente un curso de acción que permita a la organización de forma eficiente convertirse y mantenerse como el mejor. (¿El es benchamarking una herramienta de aprendizaje organizacional?, págs. 8-9)

##### **4.1 Competidores**

Este segmento tiene como propósito examinar la competencia digital, abarcando desde sitios web hasta cuentas de redes sociales. Es crucial determinar qué sitios web y redes sociales están debidamente gestionados, su rendimiento y las métricas, lo anterior se lleva a cabo utilizando portales gratuitos de calificación. Para este análisis de competencia tomamos como referencia 4 empresas del sector de comercialización de tuberías las cuales distribuyen productos iguales o similares al de la empresa objeto principal Extrucol S.A.

- Pavco Wavin: es una empresa colombiana del sector de la fabricación y distribución de sistemas de tuberías y soluciones para la conducción de aguas, gas y productos relacionados. Algunos de sus productos más destacados incluyen tuberías de PVC, tuberías corrugadas, accesorios de conexión, sistemas de drenaje, sistemas de riego, entre otros.
- Tuvalred: Empresa Colombiana que ofrece productos que abarcan una amplia gama de soluciones para el tratamiento de aguas residuales, potabilización de agua, desalinización, filtración, purificación y sistemas de tratamiento para diferentes aplicaciones industriales, comerciales y residenciales. Entre sus productos más destacados se encuentran sistemas de filtración avanzada, osmosis inversa, sistemas UV, sistemas de desinfección, entre otros.
- Tuberías Tepco: Es una empresa ubicada en Colombia especializada en la fabricación y comercialización de una amplia variedad de tuberías y sistemas de conducción para diferentes aplicaciones en sectores como la construcción, la infraestructura, la agricultura, la minería, entre otros. Además, ofrece servicios complementarios que incluyen asesoramiento técnico especializado, diseño de sistemas de conducción, instalación, mantenimiento y soporte postventa con enfoque en innovación y el desarrollo de soluciones tecnológicas.
- TecnoPIPE: Entre los productos que ofrece TecnoPIPE se encuentran una variedad de tuberías y accesorios fabricados con diferentes materiales como PVC, polietileno de alta densidad (PEAD), polipropileno (PP), ofrece servicios complementarios como asesoramiento técnico especializado, diseño de sistemas de conducción, instalación, mantenimiento y capacitación.

## 4.2 Benchmarking

**Tabla 4.** *Análisis de competencia*

Empresa	SEO	Rendimiento	Trafico trim	% Rebote	Búsqueda Orgánica %	Recomendaciones %	Duración de visita
Extrucol S.A.	92	95	< 5000	60,42	96.53	100	0:03:13
TecnoPipe	83	60	< 5000	27	84.81	81	0:02:21
Pavco	92	45	226,16	57,04	63.28	96	0:02:27
Tuvalred	92	27	88.761	46,11	81.92	74	0:03:40
Tuberías Tepco	92	99	< 5000	67,43	100	100	0:03:09

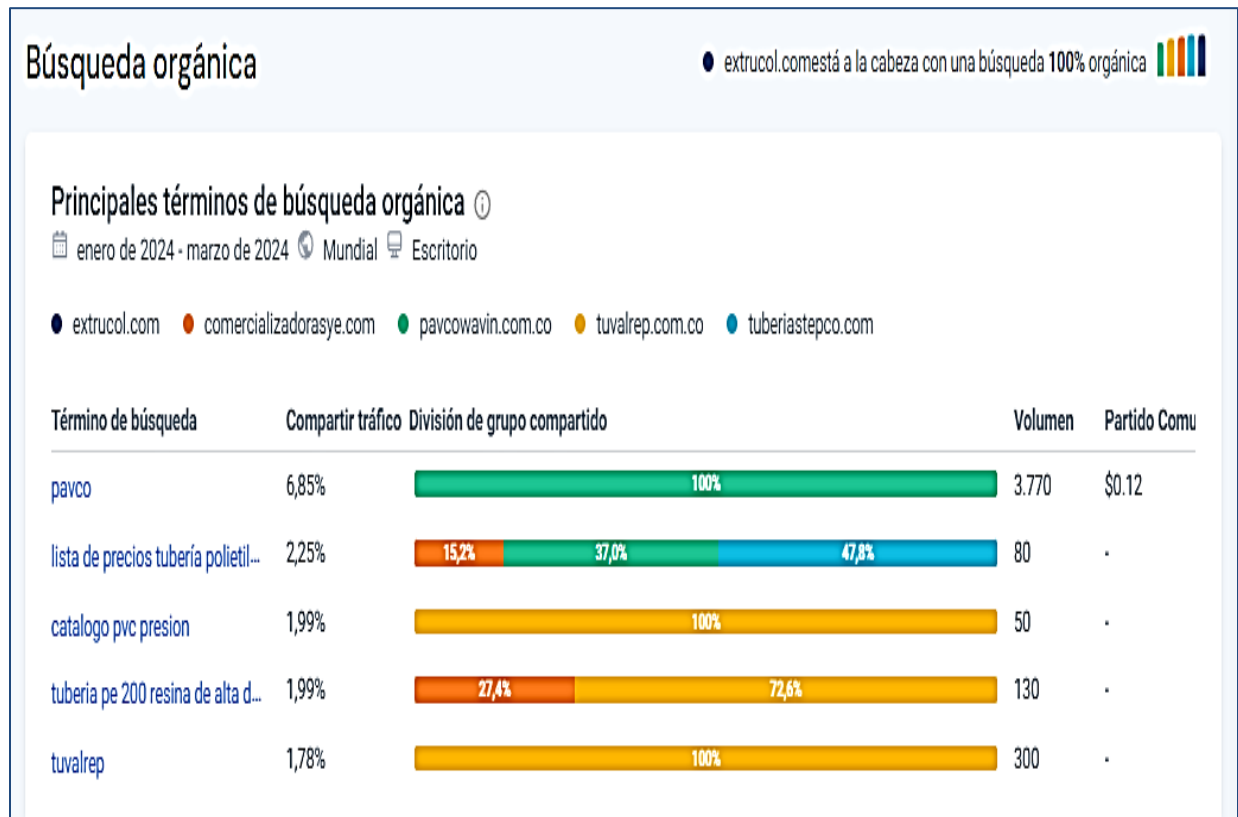
*Nota:* Adaptado de la página en Similar Web (2024)

En el comparativo de posicionamiento SEO de las páginas en mención se logra identificar técnicas que posicionan a la competencia y las posibles mejoras y estrategias que pueden ser aplicadas en Extrucol S.A. con el fin de mejorar el posicionamiento en los buscadores.

En cuanto al puntaje SEO siendo 92 el más alto de la tabla el cual coincide con tres empresas más (Pavco, Tuvalred, Tuberías tepco), lo que nos indica que existe un buen funcionamiento con oportunidad de mejora dentro de las que se encuentran las palabras claves en los motores de búsqueda.

Durante el período consultado de enero de 2024 a marzo de 2024, las visitas totales y la duración promedio en la página de Pavco superan significativamente a los de sus competidores. Esto demuestra que la página de Extrucol S.A. cuenta con un bajo nivel de tráfico, lo cual es un elemento crucial para el éxito en línea.

Este tráfico no solo representa números, sino que también implica la fortaleza de una marca, para este caso una oportunidad de optimización y atracción de más visitas de calidad.

**Figura 12.** Resultado consulta en Similar Web

Tomado de la consulta en la página Similar Web (2024)

Analizar este tipo de tráfico permite a los especialistas en marketing comprender cómo se están desempeñando sus esfuerzos de SEO y qué áreas pueden necesitar mejorar para aumentar la visibilidad en los motores de búsqueda.

El implementar nuevas palabras claves para la búsqueda incluidos los backlinks ubicados en páginas estratégicas de Extrucol S.A., mejora directamente la relación con el porcentaje de rebote 60.42% al disminuir el mismo obteniendo una mejor permanencia en las visitas al portal web.

Frente a competidores sólidos en el mercado como TecnoPIPE, Pavco y Tuvalred, Extrucol S.A. presenta diversas oportunidades para fortalecer su posición en el mercado mediante las estrategias de marketing digital para la empresa Pavco y Tuvalred se evidencia una búsqueda

orgánica del 100% , por lo que es importante para Extrucol S.A. mediante en benchmarking implementar tácticas y estrategias utilizadas por dichos competidores para lograr obtener un mejor resultado en la búsqueda orgánica que lleven a los interesados al sitio web de Extrucol S.A.

Mediante la optimización de su sitio web para palabras clave relevantes y Estrategias de SEO (Optimización de Motores de Búsqueda), Extrucol puede mejorar su visibilidad en los resultados de búsqueda y atraer tráfico orgánico de calidad. Esto incluye la optimización de contenido, etiquetas meta, estructura del sitio y la creación de contenido útil y valioso que responda a las preguntas y necesidades de su audiencia objetivo.

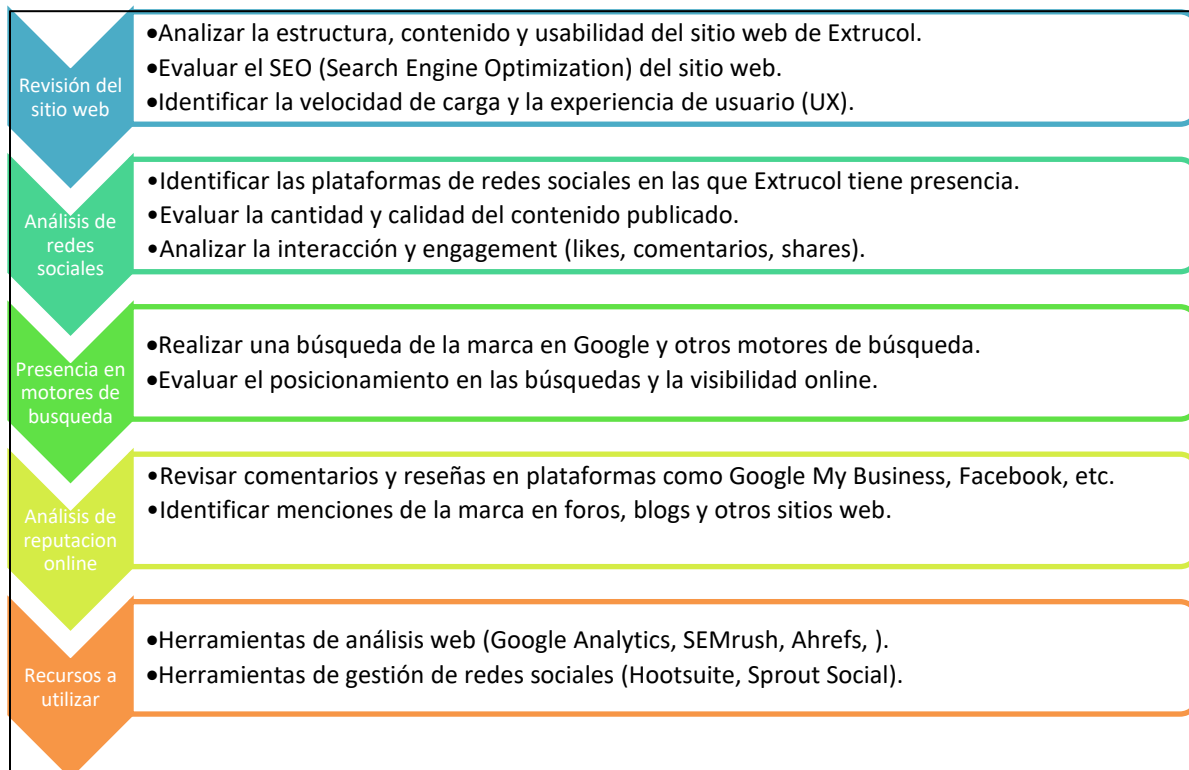
Por medio de la creación de contenido relevante y persuasivo en la página web y redes sociales donde se resalten características diferenciales de la marca, Extrucol S.A. puede destacarse enfatizando sus puntos fuertes únicos, como la calidad superior de sus productos, la atención a la cliente personalizada o su compromiso con la sostenibilidad ambiental, puede aprovechar las redes sociales para aumentar su alcance y compromiso con la audiencia. Esto incluye la publicación regular de contenido atractivo y relevante, la participación en conversaciones pertinentes en línea, la promoción de productos y ofertas especiales, y la interacción activa con los seguidores y clientes potenciales.

### **4.3 Plan de acción**

#### ***4.3.1 Diagnóstico digital de la empresa***

}

**Figura 13.** *Acciones diagnóstico digital*



*Nota:* esta figura se divide en ciertos componentes para el diagnóstico digital y las acciones de mejora

### 4.3.2 Presencia digital que tienen los competidores

**Figura 14.** *Acciones presencia digital*

#### Acciones frente a la presencia digital de los competidores

<b>Identificación de competidores</b>	<b>Análisis del sitio web de competidores</b>
Listar los principales competidores de Extrucol en el mercado local.	Evaluar la estructura, contenido y SEO de los sitios web de los competidores. Comparar con el sitio web de Extrucol S.A.
<b>Análisis de redes sociales de competidores</b>	<b>Presencia en Motores de Búsqueda de Competidores</b>
Identificar las plataformas de redes sociales utilizadas por los competidores. Evaluar la frecuencia y calidad del contenido publicado. Medir el nivel de engagement.	Realizar búsquedas de los competidores en Google y otros motores de búsqueda. Evaluar el posicionamiento y la visibilidad online de los competidores.

**Acciones frente a la presencia digital de los competidores**

Análisis de reputación online de competidores	Recursos
Revisar comentarios y reseñas de los competidores en diversas plataformas.	Herramientas de análisis web y SEO (SimilarWeb, Moz).
Identificar estrategias de gestión de reputación	Herramientas de monitoreo de redes sociales y reputación (Mention, Brandwatch).

Nota: Esta tabla muestra las acciones para analizar la presencia digital de los competidores.

**4.3.3 Estrategias de marketing para mejoramiento de la presencia digital**

**Figura 15. Estrategias de marketing**



Nota: la figura muestra las estrategias de marketing propuestas para el mejoramiento de la presencia digital en el mercado.

## 5. Cronograma general

**Figura 16.** Cronograma



*Nota:* la figura muestra el cronograma general de la propuesta de mejoramiento de la presencia digital de la empresa Extrucol S.A.

## 6. Propuesta de creación o mejoramiento del plan de medios digitales

Extrucol S.A, como empresa líder en su sector, se enfrenta al desafío de destacar en un entorno digital cada vez más competitivo, teniendo en cuenta el análisis realizado de la competencia falta presencia y contenido constante en las redes sociales ya que Extrucol S.A. no cuenta con publicaciones recientes y de calidad en sus redes sociales por lo que para lograrlo es fundamental diseñar y ejecutar estrategias de campaña digital efectivas que no solo atraigan a un mayor número de visitantes, sino que también los mantengan comprometidos y motivados a interactuar con la marca.

En esta introducción, exploraremos algunas estrategias clave que Extrucol S.A. puede implementar para mejorar el tráfico y disminuir el porcentaje de rebote en su página web y redes

sociales. Desde la optimización del contenido y la experiencia del usuario hasta la implementación de tácticas de marketing digital, estas estrategias de campaña pueden ayudar a Extrucol S.A. a alcanzar sus objetivos de manera efectiva en el entorno digital en constante evolución, fomentando una interacción significativa con los usuarios interesados en los productos y servicios que ofrece la empresa.

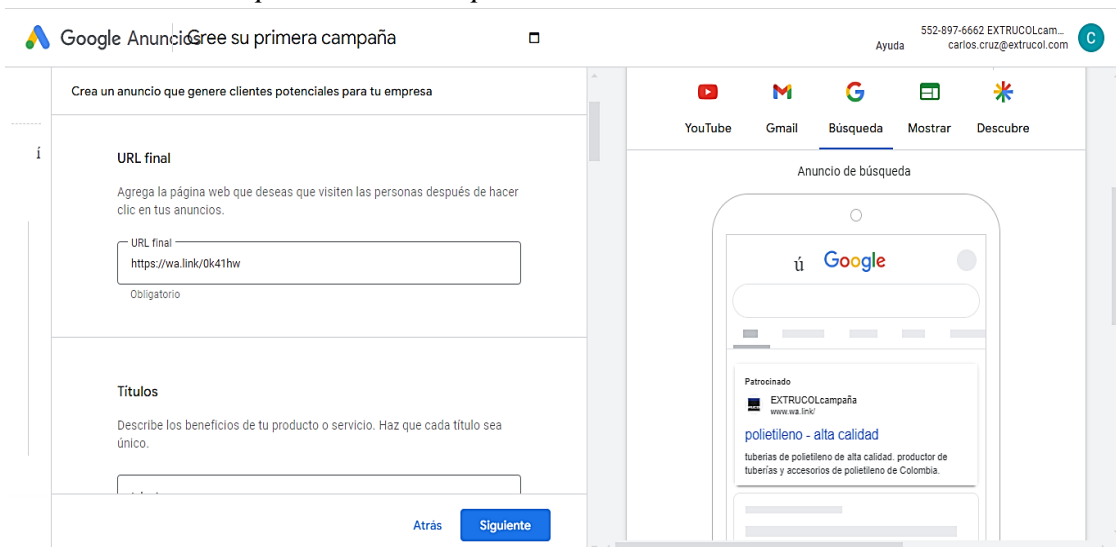
## 6.1 Creación de cuenta Google Ads

Borradores de campaña: se crean tres borradores de campaña para la empresa Extrucol S.A., por medio de la cuenta Google Ads, donde se especifican palabras claves, tipo de campaña, publico objetivo, y demas descripciones.

Por medio de las cuales se pretende aumentar el rafico de visitas a la pagina web y redes sociales de la empresa.

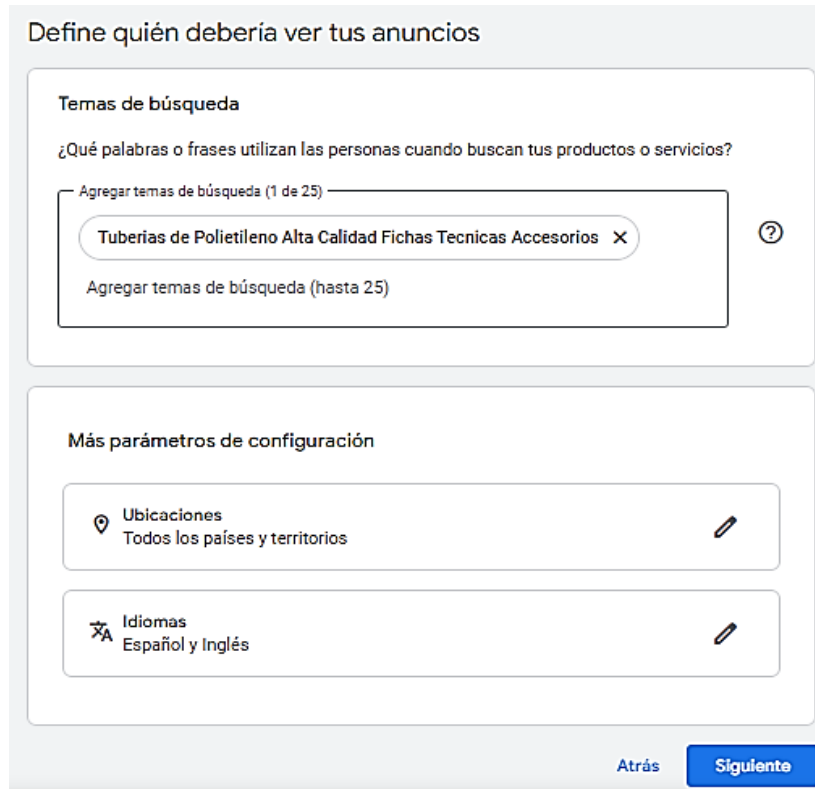
## 6.2 Primera campaña de clientes potenciales

**Figura 17.** *Primera campaña de clientes potenciales*



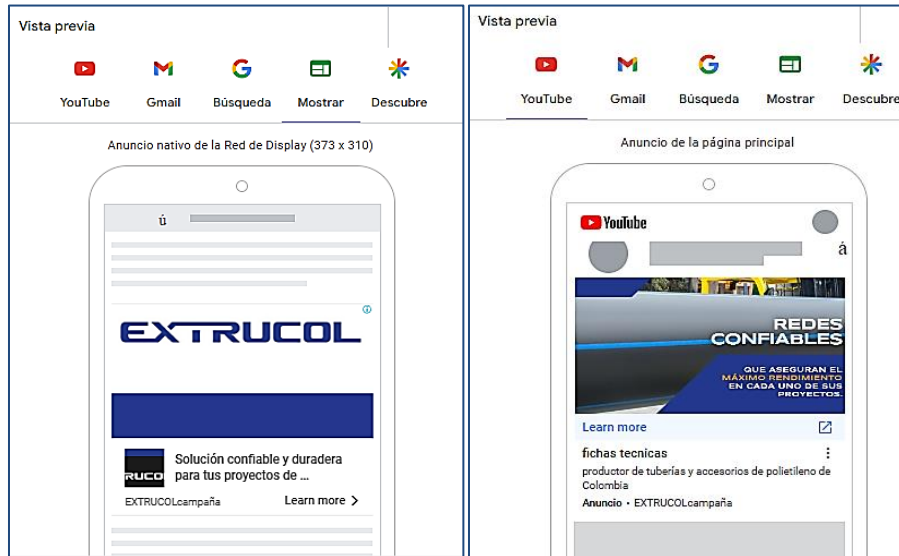
Tomado de la página Google Ads (2024)

**Figura 18.** Configuración de Google Ads



Tomado de la página Google Ads (2024)

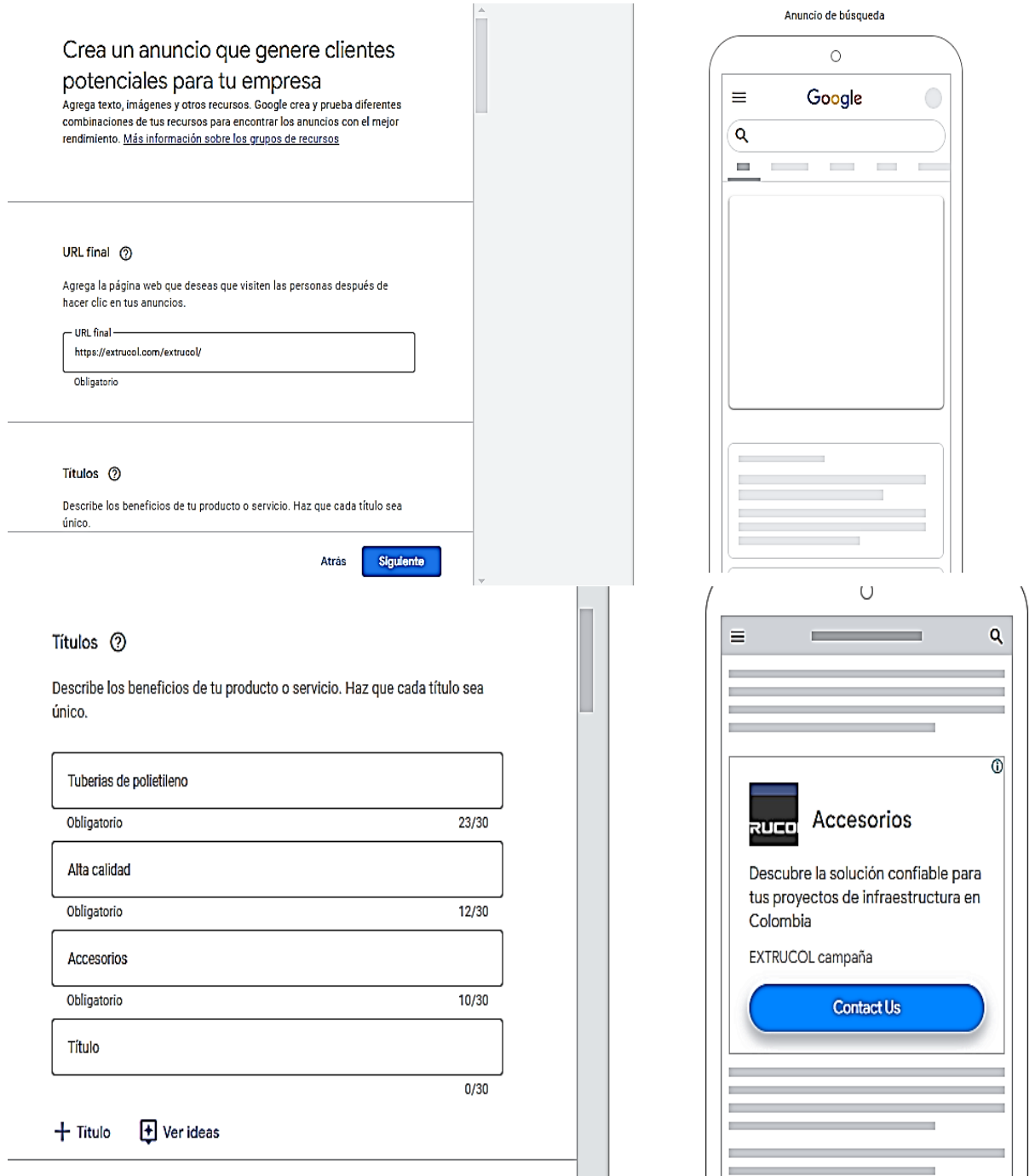
**Figura 19.** Vista previa Google Ads



Tomado de la página Google Ads (2024)

### 6.3 Segunda campaña contacto envío de formulario de clientes potenciales

Figura 20. Segunda campaña



Tomado de la página Google Ads (2024)

**Figura 21. Configuración de títulos**

Crea un anuncio que genere clientes potenciales para tu empresa

**Títulos largos** ⓘ

Describe tu producto o servicio para formatos de anuncios más grandes. Usa términos de búsqueda comunes.

productor de tuberías y accesorios de polietileno de Colombia  
Obligatorio 61/90

Título largo 0/90

+ Título largo

---

**Descripciones** ⓘ

Describe los detalles únicos de tus productos o servicios.

Ofrecemos una amplia gama de productos  
Obligatorio 38/60

Descubre la solución confiable para tus proyectos de infraestructura en Co  
Obligatorio 80/90

+ Descripción

Tomado de la página Google Ads (2024)

### 6.4 Tercera campaña vistas de página – tráfico de pagino web

**Figura 22. Tercera campaña vista de página - trafico de página web**

**Títulos** ⓘ

Describe los beneficios de tu producto o servicio. Haz que cada título sea único.

Tuberías de polietileno  
Obligatorio 23/30

Alta calidad  
Obligatorio 12/30

Accesorios de polietileno  
Obligatorio 25/30

Fichas tecnic  
13/30

Título 0/30

+ Título

**Títulos largos** ⓘ

Describe tu producto o servicio para formatos de anuncios más grandes. Usa términos de búsqueda comunes.

productor de tuberías y accesorios de polietileno de Colombia  
Obligatorio 61/90

+ Título largo

---

**Descripciones** ⓘ

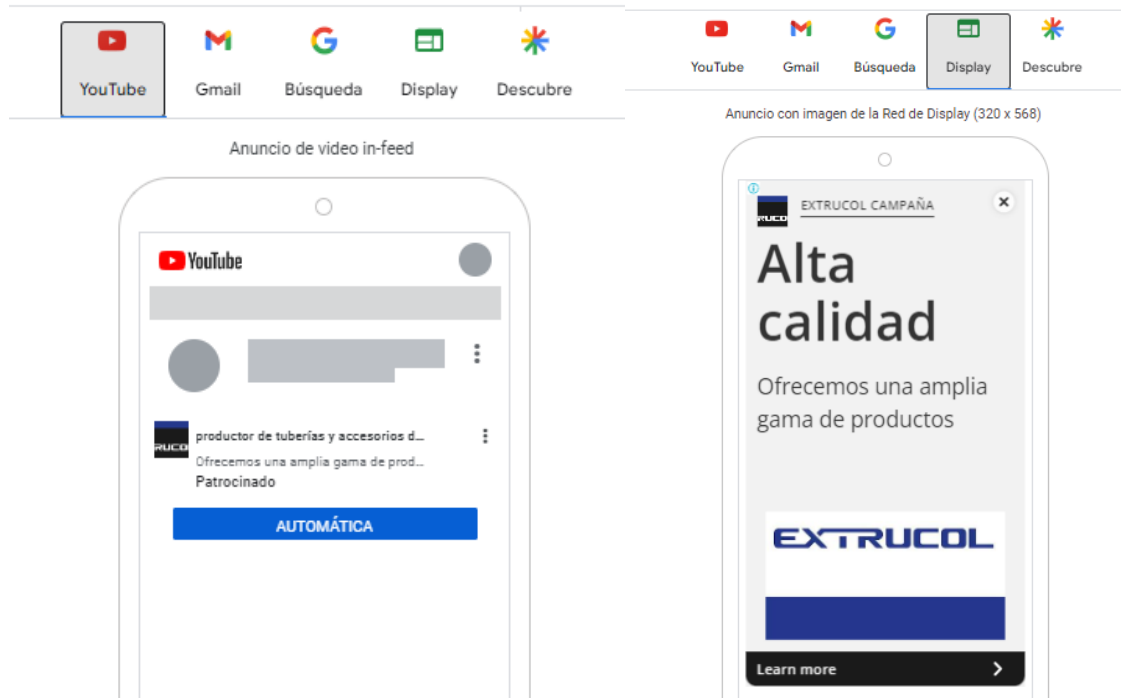
Describe los detalles únicos de tus productos o servicios.

Ofrecemos una amplia gama de productos  
Obligatorio 38/60

Descubre la solución confiable para tus proyectos de infraestructura en Colomi  
Obligatorio 80/90

+ Descripción

Tomado de la página Google Ads (2024)

**Figura 23.** Vista previa Google Ads 3ra Campaña

Tomado de la página Google Ads (2024)

Al implementar campañas de tráfico y ventas mediante Google Ads, Extrucol S.A. puede esperar un aumento significativo en la visibilidad de su marca, un incremento en el tráfico web y redes sociales, mejoras en las conversiones y ventas, así como un mayor retorno de inversión. Al utilizar Google Ads, los anuncios de Extrucol S.A. aparecerán en los resultados de búsqueda de Google, en sitios web asociados y en YouTube, lo que aumentará la visibilidad y reconocimiento de la marca logrando convertir a visitantes en clientes.

Además, la capacidad de medir y analizar el rendimiento de las campañas permitirá a la empresa optimizar continuamente su estrategia de marketing digital para alcanzar los resultados esperados.

## **7. Conclusiones**

El plan de acción propuesto establece una ruta clara y estructurada para mejorar la presencia digital de Extrucol S.A. en Bucaramanga. Al realizar un diagnóstico exhaustivo, analizar la competencia y formular estrategias específicas, la empresa podrá fortalecer su posicionamiento en el entorno digital.

La implementación y el monitoreo continuo garantizarán la efectividad de las acciones, generando resultados positivos que contribuirán al crecimiento y éxito de Extrucol S.A. en el mercado local.

Con los datos recopilados del diagnóstico y el análisis competitivo, se podrán formular estrategias de marketing digital específicas y efectivas. Estas estrategias estarán orientadas a optimizar el sitio web, mejorar el SEO, incrementar el engagement en redes sociales y gestionar la reputación online, asegurando una mejora significativa en la presencia digital de la empresa.

La ejecución de las estrategias planificadas será un proceso continuo y dinámico. Se requiere un monitoreo constante para evaluar el desempeño de las campañas y ajustar las tácticas según sea necesario. Esta flexibilidad permitirá maximizar el retorno de inversión y asegurar que las acciones implementadas generen resultados tangibles.

### Referencia

Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria. (2013). *Código Colombiano de*

*Autorregulación Publicitaria* (Primera ed.).

Azkue, I. (5 de Julio de 2024). *Concepto de Marketing*. Recuperado el 10 de Agosto de 2024, de

Concepto de:

<https://concepto.de/marketing/#:~:text=El%20marketing%20es%20un%20proceso%20empresarial%20que%20consiste%20en%20implementar,publicitar%20los%20productos%20y%20servicios.>

Congreso de la Republica. (2008). *Ley 1266 de 2008*.

Congreso de la Republica. (2018). *Derechos de Autor y Derechos Conexos*.

Estatuto del Consumidor. (2011). *Ley 1480 de 2011*. Recuperado el 10 de Agosto de 2024, de

<https://www.mincit.gov.co/minindustria/temas-de-interes/reglamentos-tecnicos-en-el-mcit/documentos/ley-1480-de-2011-2.aspx>

Instituto de Postgrados Forum. (16 de Marzo de 2022). *Universidad de la Sabana*. Obtenido de E

commerce...de tendencia a estrategia vital:

<https://www.unisabana.edu.co/empresaysociedad/instituto-forum/noticias/detalle-de-noticias-forum/noticia/e-commercede-tendencia-a-estrategia-vital/#:~:text=Corr%C3%ADa%20la%20primavera%20del%20a%C3%B1o,realizar%20transacciones%20comerciales%20en%201%C3%AD>

Intxaurburu, M., & Ochoa, C. (s.f.). *¿El es benchmarking una herramienta de aprendizaje organizacional?* Decisiones organizativas.

Kotler, P. (1967). *Administracion de Marketing*. Pearson Educacion.

Kotler, P. (2001). *Dirección de Mercadotecnia* (Octava ed.). Northwestern University. Obtenido de chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfndmkaj/https://fad.unsa.edu.pe/bancayseguros/wp-content/uploads/sites/4/2019/03/DIRECCION-DE-MERCADOTECNIA-PHILIP-KOTLER.pdf

República de Colombia. (1999). *Ley 527 de 1999*. Santa Fé de Bogotá. Obtenido de

[https://sidn.ramajudicial.gov.co/SIDN/NORMATIVA/TEXTOS\\_COMPLETOS/7\\_LEYES/LEYES%201999%20\(491-552\)/Ley%20527%20de%201999%20\(Reglamenta%20el%20uso%20de%20mensajes%20de%20datos,%20comercio%20electrónico%20y%20firmas%20digitales\).pdf](https://sidn.ramajudicial.gov.co/SIDN/NORMATIVA/TEXTOS_COMPLETOS/7_LEYES/LEYES%201999%20(491-552)/Ley%20527%20de%201999%20(Reglamenta%20el%20uso%20de%20mensajes%20de%20datos,%20comercio%20electrónico%20y%20firmas%20digitales).pdf)

República de Colombia. (18 de Octubre de 2012). *Ley Estatutaria 1581 de 2012*. Obtenido de

[https://sidn.ramajudicial.gov.co/SIDN/NORMATIVA/TEXTOS\\_COMPLETOS/7\\_LEYES/LEYES%202012%20\(1505-1607\)/Ley%201581%20de%202012%20\(Protección%20de%20datos%20personales\).pdf](https://sidn.ramajudicial.gov.co/SIDN/NORMATIVA/TEXTOS_COMPLETOS/7_LEYES/LEYES%202012%20(1505-1607)/Ley%201581%20de%202012%20(Protección%20de%20datos%20personales).pdf)

Ridge, B. (26 de Agosto de 2023). *Medium Multimedia*. Recuperado el 10 de Agosto de 2024, de El Origen Histórico del Marketing Digital: Un Análisis Detallado:

<https://www.mediummultimedia.com/marketing/cual-es-el-origen-del-marketing-digital/>

Ridge, B. (26 de Agosto de 2023). *Medium Multimedia*. Obtenido de Marketing Digital:

<https://www.mediummultimedia.com/marketing/cual-es-el-origen-del-marketing-digital/>