

# **TRANSFORMACIÓN DIGITAL MEDIANTE EL USO DE LAS TECNOLOGÍAS PARA LA REDEFINICIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE TINTAL PLAZA CENTRO COMERCIAL P.H.**

Estudiante de Maestría: David Sebastián Ortiz Farías Mg(C).

Fecha Entrega: 29 de mayo de 2021.

## **RESUMEN.**

La cuarentena adoptada por el Gobierno Nacional a finales del mes de marzo del año 2020 con el objetivo de aplanar la curva de contagios del nuevo Coronavirus ha tenido un fuerte impacto en el comercio afectando el tráfico en los centros comerciales. Sin embargo, se ha encontrado en la tecnología una estrategia para reiniciar las actividades productivas y crear nuevas oportunidades de negocios. La transformación digital ya no es una tendencia, se ha convertido en la nueva normalidad de estas industrias, por lo que esta investigación de tipo exploratorio descriptivo y correlacional, se pretende evaluar el proceso de transformación digital para la consecución de tráfico peatonal en Tintal Plaza Centro Comercial antes y después del aislamiento obligatorio, en el que, a 31 de diciembre de 2020, el centro comercial alcanzó 90.000 seguidores con un crecimiento mensual de un 4,43%. En Facebook, el centro comercial alcanzó 82.067 seguidores con más 3.777 interacciones mensuales y con un engagement del 27%; y en Instagram, el centro comercial cuenta con 4.607 seguidores, con un alcance de 739 y un indicador de engagement de 4,4%.

## **PALABRAS CLAVE:**

- Marketing digital.
- Ecommerce y tienda virtual.
- Omnicanalidad.
- Transformación digital.
- Big Data e inteligencia artificial (IA).
- Inbound Marketing.

## **ABSTRACT.**

The quarantine adopted by the National Government at the end of March 2020 with the aim of flattening the contagion curve of the new Coronavirus has had a strong impact on trade, affecting traffic in shopping centers. However, a strategy has been found in technology to restart the productive activities and create new business opportunities. Digital transformation is no longer a trend, it has become the new normal for these industries.

## **KEY WORDS:**

- Digital marketing.
- Ecommerce and virtual store.
- Omni-channel.
- Digital transformation.
- Big Data and artificial intelligence (AI).
- Inbound Marketing.