

Maestría en Administración Internacional	
Título del Trabajo	Estrategias de marketing digital para la internacionalización de la empresa idmarketingmedia
Autores	Jessica Lorena Bonilla Borja Katherine Sabogal Herrera
Director(es) Trabajo Grado	Claudia Milena Pico Bonilla Alexander Balzan
Fecha Presentación	30 Abril 2024

Resumen

El estudio de caso que se presenta se trata sobre la empresa IDMARKETINGMEDIA, una organización colombiana dedicada a la prestación de los servicios de marketing digital a nivel nacional e internacional. Sin embargo, la empresa presenta debilidades en lo que se refiere a la captación de clientes, ya que, su mecanismo se basa en la recomendación de antiguos clientes para obtener nuevos clientes, además de que no cuenta con herramientas de análisis de mercado para identificar tendencias y preferencias de mercados objetivos a nivel internacional y esto limita el crecimiento de la empresa y su internacionalización. En este sentido, el propietario debe pensar en estrategias que le permitan promocionar sus servicios de forma adecuada para potenciar el éxito de su empresa dentro del mercado internacional.

Referencias

- Almanza Jiménez, R., Calderón Campos, P., & Vargas-Hernández, J. G. (2018). Teorías clásicas de las organizaciones y el Gung Ho. <https://www.redalyc.org/journal/3579/357959311001/357959311001.pdf>
- Arias, D. y Betancur, D. (2020). La Globalización y la Empresa Internacional. <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/25582/La%20globalizacio%CC%81n%20y%20la%20empresa%20internacional.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2013). Marketing: An Introduction (11th ed.). Pearson Education, Inc., publishing as Prentice Hall.
- Bayona, L., Muñoz, J. y Pérez, F. (2022). La transformación digital de las empresas colombianas en los últimos 5 años (trabajo de grado). <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/4543/Trabajo%20de%20Grado.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Bello, E. (2021). Cómo internacionalizar una empresa: pasos, estrategia y trámites clave. <https://www.iebschool.com/blog/internacionalizar-empresa-negocios-internacionales/>
- Brockbank, j. (2021). ¿Qué es el PPC? Una introducción al marketing del pago por clic. <https://es.semrush.com/blog/que-es-ppc/>
- Campos, B. y Buitrago, L. (2022). Estrategias del marketing digital implementadas por las PYMES en tiempos de pandemia en Latinoamérica.

- <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/43017/2022brigithecampos.pdf>
- Cardona, I. (2023). ¿Qué es el SEO? Definición, cómo funciona y guía completa de posicionamiento en buscadores (2024). <https://www.cyberclick.es/ques/seo>
- Cardozo, S. (2023). Top 18 Mejores Agencias de Marketing Digital en Colombia (2024). <https://nichoseo.com/agencias-de-marketing-digital-en-colombia/>
- Carrasco, M. (2020). Herramientas del marketing digital que permiten desarrollar presencia online, analizar la web, conocer a la audiencia y mejorar los resultados de búsqueda. *Revista Perspectivas*, (45), 33-60. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332020000100003
- Castillo, M. (2023). El marketing digital en la internacionalización de las mipymes sinaloenses. Estudio de caso. http://repositorio.uas.edu.mx/jspui/bitstream/DGB_UAS/316/1/El%20marketing%20digital%20en%20la%20internacionalizaci%C3%B3n%20de%20las%20MIPyMES%20Sinaloenses.%20Estudio%20de%20caso..pdf
- Cerdan, D. (2021), Presta Shop y Facebook, la unión que cambiará el social commerce. España.
- Chen, H. (2006). A Theory-driven Evaluation Perspective on Mixed Methods Research. *Research in the schools*. Recuperado de: <http://www.unm.edu/~marivera/522%20Chen%20posted%20readings/Chen%20Theory%20Driven%20Perspective%20Mixed%20Methods%20Research.pdf>
- Díaz, G., Quintana, M. y Fierro, G. (2020). La competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones. *INNOVA Research Journal* 6 (1), 145-161.
- Díaz-Hincapié, Fernán Ignacio, Melgarejo-Molina, Zuray Andrea, & Vera-Colina, Mary Analí. (2022). Relación entre innovación y crecimiento empresarial en la pyme de la industria de alimentos y bebidas de Bogotá, Colombia. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*, 11(3), 493-506. Epub March 15, 2022. <https://doi.org/10.19053/20278306.v11.n3.2021.13346>
- Dussan, L., y Ortiz, E. (2021). Estrategias para la internacionalización de las empresas productoras de arroz blanco en Colombia. https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1650&context=finanzas_comercio
- Giraldo, V. (2017). Embudo de ventas: significado, ventajas y aplicación y diferencias con el embudo de marketing. <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-un-funnel-de-ventas/>
- Gómez, N. (2018). Plan estratégico de marketing digital 2018 -2019 para la Empresa control-d de la ciudad de Cúcuta norte de Santander (trabajo de pregrado). <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/11482/Tesis%20Nicolas.pdf>
- Hofstede, G. (1980). *Culture's Consequences: International Differences in work-related values*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.

- https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_nlinks&ref=1459258&pid=S1012-1587200700010000700021&lng=es
<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/12496/Proyecto%20de%20grado%2020141118.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Izquierdo, A., Viteri, D., Baque, L. & Zambrano, S. (2020). Estrategias de marketing para la comercialización de producto biodegradables de aseo y limpieza de la empresa Quibisa. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4), 399-406. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n4/2218-3620-rus-12-04-399.pdf>
- Johanson y Wiedersheim-Paul (1975). "The internationalization of the firm. Four swedish cases". *Journal of management studies*. London: London School of Economics. Vol. 12.
- Kotler, P. (2006). *Marketing Essentials*. https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_nlinks&ref=1663263&pid=S1315-9518200800020001400038&lng=es
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* <https://www.montartuempresa.com/wp-content/uploads/2016/01/direccion-de-marketing-14edi-kotler1.pdf>
- Lozano, B., Toro, M., y Calderón D. (2021). El marketing digital: herramientas y tendencias actuales. <file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-ElMarketingDigital-8383788.pdf>
- Medina, S. (2021). Implementación del plan de marketing digital para la exportación de productos de la empresa diseños Nene lu en el caribe (trabajo de grado). https://repository.unab.edu.co/bitstream/handle/20.500.12749/15155/2021_Tesis_Silvia_Fernanda_Medina.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Mendoza, r. (2023). Análisis de Mercado: 6 Pasos para Crear una Estrategia de Marketing Infalible. <https://es.semrush.com/blog/pasos-para-hacer-un-analisis-de-mercado/>
- Núñez Cudriz, E. C., & Miranda Corrales, J. D. (2020). El marketing digital como un elemento de apoyo estratégico a las organizaciones. <https://www.redalyc.org/journal/4096/409663283006/html/>
- Olarte, E. (2019). Factores de la cultura organizacional que deben ser gestionados un proceso transformación digital percibidos por un grupo de altos directivos de una empresa de servicios de tecnologías de la información. <https://www.bps.go.id/dynamictable/2018/05/18/1337/persentase-panjang-jalan-tol-yangberoperasi-menurut-operatornya-2014.html>
- Organizaciones.
- Peçanha, V. (2021). ¿Qué es el Marketing Digital o Marketing Online? Descubre cómo impulsar tu marca con esta estrategia. <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-digital/>
- Pitre, R., Builes, S. y Hernández Palma, H. (2021). Impacto del marketing digital a las empresas colombianas emergentes. *Revista Universidad & Empresa*, 23(40), 1-20. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.9114>
- Porter, M. (1986). *Ventaja Competitiva*. Editorial C.E.C.S.A. México.

- Primero selecciona el tipo de empresa que vas a constituir.
<https://www.ccb.org.co/empresarial/crear-empresa/constituir-empresa/tipo-de-empresa>
- Pulido, R., Estrada, H., Palacios, A., y Paz, A. (2018). Factores del cambio organizacional. Claves de éxito en la gestión de empresas del sector petrolero.
<https://www.redalyc.org/journal/280/28059578007/html/>
- Rodríguez, L. y Hurtado, L. (2021) Características de la cultura organizacional que influyen en la transformación digital en las organizaciones.
https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/21627/13/HurtadoStephanie_2021_CaracteristicasCulturaOrganizacional.pdf
- Ruiz, L. (2019). Teoría de la expectativa de Vroom: qué es y qué dice sobre el trabajo. Una teoría que habla sobre la toma de decisiones y la motivación en las organizaciones y empresas.
<https://psicologiyamente.com/organizaciones/teoria-expectativa-vroom>
- Silva, R. (2021). Plan de marketing digital para la empresa inversiones OLDA, Venezuela.
<file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-PlanDeMarketingDigitalParaLaEmpresaInversionesOlda-7800525.pdf>
- Team, s. (2023). ¿Cómo medir el marketing digital? Métricas obligatorias según objetivos.
<https://es.semrush.com/blog/como-medir-marketing-digital-metricas-objetivos/>
- Vacas, F. (2018). Transformación digital: del lifting a la reconversión.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6775335>
- Zegarra, C. y Tejada, J. (2021). Plan de Marketing digital para la internacionalización de la empresa constructora - inmobiliaria Inhogar, Arequipa.
<https://repositorio.ucsm.edu.pe/items/071f1a6d-c6f8-4785-af83-e103012b08fe>