

Maestria en Administración Internacional	
Título del Trabajo	La transformación digital en cubiertas, y soluciones industriales: Innovación y liderazgo en la nueva era del mercado.
Autores	Luis Eduardo Caicedo Acosta Manuel Segundo Zuñiga Garcia
Director(es) Trabajo Grado	Alexander Balzan, Claudia Pico
Fecha Presentación	04 noviembre 2024

Resumen

Cubiertas y Soluciones Industriales S.A.S. una empresa colombiana que se dedica a reparaciones locativas, enfrenta desafíos comunes para microempresas especialmente en términos financieros y tecnológicos, lo que limita su competitividad y supervivencia. A pesar de su relevancia económica, muchas microempresas en el país encuentran difícil mantenerse activas más allá del quinto año, debido a la falta de recursos. Ante esta limitación las microempresas deben decidir cómo promocionarse de manera efectiva y con bajos costos. El marketing digital representa una opción prometedora para mejorar su visibilidad y atraer clientes, pero su implementación exige inversión de tiempo y recursos, algo que a muchos les puede costar asumir, como es el caso de Cubiertas y Soluciones Industriales S.A.S. La adopción de estrategias de marketing digital podría transformar su posición en el mercado, pero el reto es cómo hacerlo de manera sostenible con los recursos limitados disponibles. Adaptarse a estas demandas es crucial para la estabilidad y proyección a largo plazo de estas microempresas en un entorno cada vez más digitalizado.

Palabras claves:

MiPyME, Mercadeo, Estrategia, Clientes, Marketing Digital.

Referencias

Aristizábal, M. C. (2024). Construcción de vivienda: garante de la estabilidad social. ELHERALDO.CO. <https://www.elheraldo.co/columnas-de-opinion/2024/10/08/construccion-de-vivienda-garante-de-la-estabilidad-social-columna-de-maria-clara-aristizabal/>

Avila, D., Bustillos, L., & Yañez, G. (2016). Usos de las Redes Sociales Facebook e instagram en las PYMES (pequeñas y medianas empresas) en tema de comunicación externa. Universidad del Norte División de Humanidades y Ciencias Sociales. <https://manglar.uninorte.edu.co/bitstream/handle/10584/11029/danielaavi-la.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Balarezo Tapia, M. A., & Llivichuzca Pauta, D. G. (2015). Las redes sociales como nueva opción de promoción de las microempresas en la ciudad de Cuenca. UNIVERSIDAD DE CUENCA. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/23958/1/REDES%20SOCIALES.pdf>

Blandón Osorio, S., & Ríos García, A. (2018). Estudio de la efectividad de las redes sociales en las ventas de la barbería Zona Barber Shop en la ciudad de Pereira. Repositorio Institucional Unilibre. <https://repository.unilibre.edu.co/handle/10901/17255>

Bohorquez Rodríguez, D. V. (2023). Innovación a partir del marketing digital para las mipymes. Universidad Santo Tomás. <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/53780/2024dianabohorquez.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

BOSSA MORALES, F. B. M. (2020). Identificación de barreras de entrada para la implementación de herramientas digitales en las pymes como estrategia. Universidad de la SABANA. <https://intellectum.unisabana.edu.co/bitstream/handle/10818/47156/Proyecto%20de%20Grado%20-%20V.F.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Bravo, C. D., & Ordoñez, L. S. (2021). Impacto de las redes sociales digitales como estrategia de marketing en el negocio de las pymes del municipio de pasto. Repositorio Institucional - Universidad Jorge Tadeo Lozano. <https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/18661/trabajo%20de%20grado.pdf?sequence=1>

Cadena Casallas, J. D., & Marín González, L. E. (2023). Análisis de implementación de las redes digitales para mercadeo en las Pymes bogotanas con varias actividades económicas. Repositorio Institucional UCC. <https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/3325e85f-abc1-4bb7-a3ef-93e12334fb79/content>

Cardona Quintero, S. (2022). El desarrollo del marketing digital en las micro y pequeñas empresas. Repositorio Digital tdea. <https://dspace.tdea.edu.co/bitstream/handle/tdea/5023/3.Marketing%20Digital.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Colliers & Cámara de Comercio de Barranquilla. (2024). Barranquilla, un punto estratégico empresarial en la región Caribe. Portafolio.co. <https://www.portafolio.co/contenido-patrocinado/barranquilla-un-punto-estrategico-empresarial-en-la-region-caribe-610032>

Congreso de Colombia. (2000). Ley 590 de 2000 - Gestor Normativo. Función Pública. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=12672>

Constructora y Consultora Da Vinci Sas (Colombia). (2024). Constructora y consultora da vinci sas perfil de compañía - colombia | finanzas y ejecutivos clave | EMIS. EMIS Next | EMIS. https://www.emis.com/php/company-profile/CO/Constructora_y_Consultora_Da_Vinci_Sas_es_8161685.html

Cruz Cárdenas, L. (2021). Microempresas: El frágil sostén de la economía colombiana. Universidad de Antioquia. https://www.udea.edu.co/wps/portal/udea/web/generales/interna/!ut/p/z0/fY2xTgMxEER_JSmutGwuKCTI6YSQoIQgocQNmthLWLC9I9sL4vNxAg0N3T7NzFvr7c76gk8-YmlpSjX3fvmyWvftTXftrg-Pm951y767v3t63rar1m6s_79QDfx-OvnO-iBloq_J7gYZJ6RzJDQO-pfeJNPPfS4cEUInCljzsJhjnTIAGxeYSmDojKrykhWvwn0-qQu5UqJdUKUxtV8FMrDSAo1IMzriCMno6K1biKZBHPRSWaYIEnygVFghw-__wYsSshv/#:~:text=La%20economía%20colombiana%20depende%20entre,las%20afectaciones%20de%20la%20pandemia

DataCrédito Experian. (2024). ¿Qué importancia tienen las Pymes en el crecimiento de un país y cómo emprender? - Datablog. DataCrédito. <https://www.datacredito.com.co/blogs/datablog/que-importancia-tienen-las-pymes-en-el-crecimiento-de-un-pais-y-como-emprender/>

Departamento de Estudios Económicos. (2021). INFORME DE ACTIVIDAD EDIFICADORA - DEPARTAMENTO DEL ATLÁNTICO. Camacol Atlantico. https://camacolatlantico.org/wp-content/uploads/2022/01/IAE_Diciembre-2021_Público.pdf

Hoyos Estrada, S., & Sastoque Gómez, J. D. (2020). Vista de Marketing Digital como oportunidad de digitalización de las PYMES en Colombia en tiempo del Covid – 19 | Revista científica anfibios. Revista científica anfibios. <https://www.revistaanfibios.org/ojs/index.php/afb/article/view/60/62>

Hugo Cardenas, F. X., Jimenez Rosero, C. E., Holovaty, M., & Lara Pazos, P. E. (2020). El impacto de las redes sociales en la administración de las empresas | RECIMUNDO. RECIMUNDO- Revista Científica. [https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(1\).enero.2020.173-182](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(1).enero.2020.173-182)

Hütt Herrera, H. (2012). LAS REDES SOCIALES: UNA NUEVA HERRAMIENTA DE DIFUSIÓN | Revista Reflexiones. Portal de revistas académicas de la Universidad de Costa Rica. <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/reflexiones/article/view/1513/1521>

Informa D&B. (2023). Dinámica empresarial en Colombia. Informa D&B. https://www.informacolombia.com/docs/Estudio_Dinámica_empresarial_en_Colombia_2023_1.pdf

Ingeniería, E. D. V. (2022). Construcción Y mantenimiento de obras civiles en Colombia. Da Vinci Ingeniería. <https://www.davinci.com.co/obras-civiles-construccion-y-mantenimiento/>

ITM institución Universitaria, & Grupo Nex. (2024). Microempresas en Colombia tienen riesgo a la quiebra antes de cumplir cinco años de vida – ITM. ITM. <https://www.itm.edu.co/noticias-principales/microempresas-en-colombia-tienen-riesgo-a-la-quiebra-antes-de-cumplir-cinco-anos-de-vida/>

Kemp, S. (2024). Digital 2024: Global overview report — datareportal – global digital insights. DataReportal – Global Digital Insights. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>

Moreano Guerra, C. B., Haro Haro, E. R., Escobar Erazo, T. E., & Villagomez Valencia, P. A. (2024). Vista de redes sociales y su impacto en el entorno digital de las empresas | ciencia latina revista científica multidisciplinar. Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar. <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/10531/15492>

Nieto, V. M., Timoté, J. A., Sánchez, A. F., & Villarreal, S. (2015). La clasificación por tamaño empresarial en Colombia: Historia y limitaciones para una propuesta. DPN Departamento Nacional de Planeación. <https://colaboracion.dnp.gov.co/cdt/estudios%20economicos/434.pdf>

Pardo Martínez, C. I., & Alfonso, W. (2015). ¿Por qué los negocios fracasan en Colombia? Home - The Failure Institute. <https://thefailureinstitute.com/wp-content/uploads/2015/11/Fracaso-emprendimiento-Colobia.pdf>

Perico, N. B. (2024). ¿Por qué la mayoría de emprendimientos no viven más de cinco años en Colombia? El Tiempo. <https://www.eltiempo.com/economia/finanzas-personales/por-que-la-mayoria-de-emprendimientos-en-colombia-no-viven-mas-de-cinco-anos-843963>

Quero, L. (2008). ESTRATEGIAS COMPETITIVAS: FACTOR CLAVE DE DESARROLLO. Sistema de Información Científica Redalyc, Red de Revistas Científicas. <https://www.redalyc.org/pdf/782/78241004.pdf>

Real Pérez, I., Leyva Carreras, A. B., & Heredia Bustamante, J. A. (2014). Vista de Uso e impacto de las redes sociales en las estrategias de marketing de las PyME's. Revista de Investigación Académica Sin Frontera: Facultad Interdisciplinaria de Ciencias Económicas Administrativas - Departamento de Ciencias Económico

Administrativas-Campus

Navojoa. <https://revistainvestigacionacademicasinfrontera.unison.mx/index.php/RD/IASF/article/view/47/46>

Rivas, L. A., & Dominguez, A. k. (2017). Importancia y valor económico de la marca en el sistema universitario. Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad del Bío-Bío, Chile. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6228349.pdf>

Rodríguez M, J. (2024). Los departamentos del país con más cierres empresariales en 2023. Portafolio.co. <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/cierres-empresariales-mas-de-180-000-empresas-cerraron-en-colombia-en-2023-598906>

Ruiz Velásquez, M. A. (2024). Impacto y ventajas del marketing digital en Colombia - CEIPA. CEIPA. <https://ceipa.edu.co/impacto-y-ventajas-del-marketing-digital-en-colombia/>.

Salcedo Alfaro, S., & Guzmán Chicre, S. (2023). La digitalización en canales de ventas y promoción como estrategia de crecimiento de las pequeñas empresas comercializadoras de productos en Colombia. Biblioteca Digital - CESA. https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/5154/ADM_1007207611_2023_1.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Sánchez Forero, V. (2024). Colombia es un terreno fértil para startups innovadoras y empresas de crecimiento. Diario La República. <https://www.larepublica.co/especiales/dia-mundial-del-emprendimiento/asi-esta-colombia-en-los-indices-de-emprendimiento-3839939>

Unidades de Inteligencia de Mercados y. de Investigaciones Económicas. (2023). Estudio económico y social del Atlántico 2022. Cámara de Comercio de Barranquilla | Desarrollo Empresarial. <https://prod.camarabaq.org.co/wp-content/uploads/2023/02/Estudio-Economico-y-Social-Atlantico-2022.pdf>

Urango de la Rosa, Y. (2018). Vista de Marketing digital como recurso táctico para las microempresas. Sello editorial universitario Americana. <https://publicaciones.americana.edu.co/index.php/adgnosis/article/view/372/380>

Uribe, C., & Sabogal, D. (2021). Uso e impacto de las redes sociales en las estrategias de marketing de las Pymes;. SciELO Colombia- Scientific Electronic Library Online. http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0124-46392021000100100&script=sci_arttext