

	GESTIÓN DE RECURSOS Y SERVICIOS BIBLIOTECARIOS	Código	FO-SB-12/v0
	ESQUEMA HOJA DE RESUMEN	Página	1/126

NOMBRE(S): MILDRED JULIANA

APELLIDOS: FLOREZ MENDOZA

NOMBRE(S): ESTEFANY DANIELA

APELLIDOS: ALBARRACIN MOROS

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS: COMERCIO INTERNACIONAL

DIRECTOR:

NOMBRE(S): EDUARDO FELIPE

APELLIDOS: VASQUEZ BARAJAS

NOMBRE(S): YORLEY ADRIANA

APELLIDOS: MORA URBINA

TÍTULO DEL TRABAJO (TESIS): PROPUESTA DE APLICACIÓN DE INBOUND MARKETING DIGITAL COMO ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS PYMES DEL SECTOR CONFECCIONES DEL AREA METROPOLITANA DE CÚCUTA.

RESUMEN

El objetivo de este trabajo de investigación es proponer como estrategia de internacionalización la aplicación de Inbound Marketing Digital para las pymes del sector confección del Área Metropolitana de Cúcuta, donde se logra diagnosticar el sector confección del área metropolitana de Cúcuta, describir la estrategia Inbound Marketing Digital y su impacto en la internacionalización, elaborar un plan para la aplicación del Inbound Marketing Digital a las pymes del sector confección del Área Metropolitana de Cúcuta y proponer estrategias para la implementación de éste. . El método de investigación de este proyecto es analítico, con un tipo de investigación cuantitativo que permite establecer y cuantificar unas series de pasos para la estrategia Inbound Marketing Digital aplicables a las pymes del sector confección del Área Metropolitana de Cúcuta como herramienta para la internacionalización, logrando así unos resultados objetivos en materia de competitividad y posicionamiento en el mercado internacional.

PALABRAS CLAVE: Inbound marketing, pymes, sector confecciones, estrategia, internacionalización.

CARACTERÍSTICAS:

PÁGINAS: 124 PLANOS: ___ ILUSTRACIONES: ___ CD ROOM: ___

Elaboró		Revisó		Aprobó	
Equipo Operativo del Proceso		Comité de Calidad		Comité de Calidad	
Fecha	24/10/2014	Fecha	05/12/2014	Fecha	05/12/2014

PROPUESTA DE APLICACIÓN DE INBOUND MARKETING DIGITAL COMO
ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS PYMES DEL SECTOR
CONFECCIONES DEL AREA METROPOLITANA DE CÚCUTA

MILDRED JULIANA FLOREZ MENDOZA
ESTEFANY DANIELA ALBARRACIN MOROS

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PLAN DE ESTUDIOS DE COMERCIO INTERNACIONAL
SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2019

PROPUESTA DE APLICACIÓN DE INBOUND MARKETING DIGITAL COMO
ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS PYMES DEL SECTOR
CONFECCIONES DEL AREA METROPOLITANA DE CÚCUTA

MILDRED JULIANA FLOREZ MENDOZA

ESTEFANY DANIELA ALBARRACIN MOROS

Director: Eduardo Felipe Vásquez Barajas

Codirectora: Yorley Adriana Mora Urbina

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PLAN DE ESTUDIOS DE COMERCIO INTERNACIONAL
SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2019



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
 PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL
 ACTA DE SUSTENTACIÓN TRABAJO DE GRADO

Versión: 1/2013

SAN JOSÉ DE CÚCUTA, Febrero 26 2019

Acta N° 01/19

PLAN DE ESTUDIOS: Comercio Internacional LUGAR: Sala de Docentes Departamento

TITULO DEL PROYECTO: "Propuesta de aplicación de inbound marketing digital como estrategia de internacionalización de las pymes del sector confecciones del área metropolitana de Cúcuta".


MODALIDAD: Trabajo de Investigación

JURADOS:

Liliana Marcela Bastos ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander
Ana Isabel Tamayo ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander
Cesar Augusto Panizo Cardona ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander

DIRECTORES:

Eduardo Felipe Vásquez Barajas
Yorley Adriana Mora Urbina

Firma:


NOMBRE DEL ESTUDIANTE	CODIGO	CALIFICACIÓN		
		LETRA	NÚMERO	A- M -L
<u>Mildred Juliana Flórez Mendoza</u>	<u>1260897</u>	<u>Cuatro punto cuadro</u>	<u>4,4</u>	<u>X</u>
<u>Estefany Daniela Albarracín Moros</u>	<u>1260896</u>	<u>Cuatro punto cuadro</u>	<u>4,4</u>	<u>X</u>


 Liliana Marcela Bastos Osorio


 Ana Isabel Tamayo


 Cesar Augusto Panizo Cardona

VºBº



LILIANA MARCELA BASTOS OSORIO
 Coordinadora de Comité Curricular Comercio Internacional

Dedicatoria

Este trabajo va dedicado a mis padres, por ser mi más grande orgullo y el motivo fundamental para el cumplimiento de esta etapa en mi carrera profesional, que con su esfuerzo y dedicación siempre me brindaron su apoyo y amor incondicional.

Estefany Daniela Albarracín M.

Dedico este trabajo a mis padres, promotores de mis sueños. Gracias por su amor, acompañamiento durante estos años y creer en mí, son mi motor para salir adelante y motivo de inspiración. Gracias a ustedes soy en lo que me he convertido.

Mildred Juliana Flórez M.

Agradecimientos

Queremos agradecer principalmente a Dios, por guiarnos en esta etapa tan fundamental para nuestras vidas. A nuestro director de proyecto, Felipe Vásquez, por su gran labor y acompañamiento en todo el proceso de realización del proyecto. A nuestra directora Adriana Mora, por su apoyo incondicional y a todas las personas que hicieron parte de nuestra vida en ésta etapa.

Tabla de contenido

	Pág.
Introducción	14
1. Problema de investigación	16
1.1 Planteamiento del problema	16
1.2 Formulación del problema	18
1.3 Sistematización del problema	18
2. Objetivos	19
2.1 Objetivo general	19
2.2 Objetivos específicos	19
3. Justificación	20
4. Marco de referencia	21
4.1 Antecedentes	21
4.1.1 Antecedentes internacionales	21
4.1.2 Antecedentes nacionales	23
4.1.3 Antecedentes regionales	27
4.2 Marco teórico	29
4.3 Marco conceptual	31
4.4 Marco legal	32
4.5 Marco espacial	35
4.6 Marco temporal	35
5. Diseño metodológico	36

5.1 Tipo de investigación	36
5.2 Método de Investigación	36
5.3 Tipo de estudio	36
5.4 Población	37
5.5 Muestra	37
5.6 Sistematización de variables	37
5.7 Tratamiento de la información	39
5.7.1 Técnica para la recolección de la información	39
5.7.2 Técnica para el procesamiento de la información	39
5.7.3 Presentación de la información.	39
6. Diagnóstico del sector Confección del Área Metropolitana de Cúcuta.	41
6.1 Matriz Pestel del sector confecciones del Área Metropolitana de Cúcuta	41
6.2 Matriz DOFA sector confección	47
6.3 Variables económicas del sector confección durante los últimos 10 años	51
6.3.1 Exportaciones	52
6.3.2 Importaciones	53
6.3.3 Evolución de las Ventas	55
6.3.4 Evolución del empleo	55
6.3.5 PIB	56
6.4 Variables de Producción del sector confección	57
6.4.1 Cadena Productiva Sector Textil - Confección	58
7. Descripción de la estrategia Inbound Marketing digital y su impacto en la internacionalización	
	62

7.1 Características de los procesos que comprende la estrategia de Inbound Marketing digital	62
7.2 Impacto - beneficio de aplicar Inbound Marketing digital en el sector confecciones	71
8. Plan de acción para la aplicación de Inbound Marketing digital a las pymes del sector confección del Área Metropolitana de Cúcuta.	74
8.1 Pasos para aplicar Inbound Marketing digital	74
8.1.1 Implementación Inbound Marketing digital	86
8.2 Estado actual del marketing digital de las empresas entrevistadas.	87
8.3 Impacto potencial que tendría la implementación de Inbound Marketing digital en las empresas del sector confecciones seleccionadas.	92
8.4 Costo de llevar acabo Inbound Marketing digital	94
9. Estrategias para la implementación de Inbound Marketing digital	99
9.1 Identificación de las estrategias para la implementación de Inbound Marketing digital	99
9.2 Plan de acción para hacer seguimiento a la implementación de las estrategias	104
9.2.1 Proposición de un esquema de seguimiento al cumplimiento del plan de acción.	108
Conclusiones	110
Recomendaciones	111
Referencias Bibliográficas	112
Anexos	121