

	GESTIÓN DE SERVICIOS ACADÉMICOS Y BIBLIOTECARIOS		CÓDIGO	FO-GS-15
	ESQUEMA HOJA DE RESUMEN		VERSIÓN	02
			FECHA	03/04/2017
			PÁGINA	1 de 1
ELABORÓ		REVISÓ	APROBÓ	
Jefe División de Biblioteca		Equipo Operativo de Calidad	Líder de Calidad	

AUTOR(ES): NOMBRES Y APELLIDOS COMPLETOS

NOMBRE(S): ANDRÉS SEBASTIÁN

APELLIDOS: GARCÍA MORENO

NOMBRE(S): LISSETH DAYANA

APELLIDOS: SOLANO GÓMEZ

NOMBRE(S): OSCAR MAURICIO

APELLIDOS: LIZCANO CONTRERAS

FACULTAD: EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES

PLAN DE ESTUDIOS: COMUNICACIÓN SOCIAL

DIRECTOR:

NOMBRE(S): JAIME ANDRÉS

APELLIDOS: PABÓN VILLAMIZAR

TÍTULO DEL TRABAJO (TESIS): DISEÑO DE MATERIAL GUÍA DE MARKETING DIGITAL PARA IMPULSAR EL CRECIMIENTO DE LAS MICROEMPRESAS DE CALZADO EN LA CIUDAD DE SAN JOSÉ DE CÚCUTA.

La investigación tiene como objetivo general optimizar las microempresas del sector del calzado, ubicadas en los centros comerciales Oití y Pasaje Santander de la ciudad de Cúcuta, se obtuvo una muestra de 250 locatarios encuestados, de los cuales 167 solo pertenecen al sector antes mencionado.

Ya que, Cúcuta es uno de los mayores exponentes del calzado en Colombia, destacado por su producción, por eso a través de la investigación realizada se quiere impulsar a las microempresas con ayuda de redes sociales y herramientas digitales. Para esto, se realizó un cuestionario de Google Forms con un total de 18 preguntas, que tiene una metodología cuantitativa, cuyas respuestas fueron base fundamental para el desarrollo de las estadísticas.

Por tanto, se diseñó una cartilla acompañada de vídeos educacionales explicando cómo optimizar WhatsApp Business, Instagram empresarial, Fan Page y TikTok, y cómo esclarecer los siguientes temas: cuál es su público objetivo, cómo fotografiar el calzado, utilizar links en sus perfiles, crear un calendario de contenido, etc.... Se logró llevar la información estructurada a través del uso de las TICs puesto que, fue socializada de manera física y virtual.

PALABRAS CLAVES: REDES SOCIALES, MARKETING DIGITAL, E-COMMERCE Y PYMES.

CARACTERÍSTICAS: PÁGINAS: 119 PLANOS: 0 ILUSTRACIONES: 48 CD ROOM: 0

****Copia No Controlada****

DISEÑO DE MATERIAL GUÍA DE MARKETING DIGITAL PARA IMPULSAR EL
CRECIMIENTO DE LAS MICROEMPRESAS DE CALZADO EN LA CIUDAD DE SAN
JOSÉ DE CÚCUTA

ANDRÉS S. GARCÍA MORENO

OSCAR M. LIZCANO CONTRERAS

LISSETH D. SOLANO GÓMEZ

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES

COMUNICACIÓN SOCIAL

CÚCUTA

2022

DISEÑO DE MATERIAL GUÍA DE MARKETING DIGITAL PARA IMPULSAR EL
CRECIMIENTO DE LAS MICROEMPRESAS DE CALZADO EN LA CIUDAD DE SAN
JOSÉ DE CÚCUTA

ANDRÉS S. GARCÍA MORENO

OSCAR M. LIZCANO CONTRERAS

LISSETH D. SOLANO GÓMEZ

Proyecto de investigación como requisito para optar por el título de Comunicador Social

Jaime Andrés Pabón Villamizar

Director del proyecto

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES
COMUNICACIÓN SOCIAL

CÚCUTA

2022

*ACTA DE SUSTENTACION DE UN PROYECTO DE EXTENSIÓN
PROGRAMA ACADÉMICO COMUNICACION SOCIAL*

FECHA: San José de Cúcuta, 5 de Mayo de 2022

HORA: 18.30 horas

LUGAR: Sala de Imagen Segundo Piso del Edificio de Comunicación Social

Título del trabajo de grado: "DISEÑO DE MATERIAL GUÍA DE MARKETING DIGITAL PARA IMPULSAR EL CRECIMIENTO DE LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR DE CALZADO EN LA CIUDAD DE SAN JOSÉ DE CÚCUTA"

Director (a) *JAIME ANDRES PABÓN VILLAMIZAR*
Profesional en Mercadeo y Publicidad
Mg. En Dirección de Marketing

<i>NOMBRE DEL ESTUDIANTE</i>	<i>CÓDIGO</i>	<i>CALIFICACION</i>	<i>A.M.L.</i>
<i>ANDRES SEBASTIAN GARCIA MORENO</i>	<i>1331002</i>	<i>4.4</i>	<i>APROBADA</i>
<i>LISSETH DAYANA SOLANO GÓMEZ</i>	<i>1331015</i>	<i>4.4</i>	<i>APROBADA</i>
<i>OSCAR MAURICIO LIZCANO CONTRERAS</i>	<i>1331044</i>	<i>4.4</i>	<i>APROBADA</i>


CARLOS EDUARDO GÓMEZ


BETTY JULIETH VILLALONA


JUAN PABLO AVENDAÑO

ifante.

MARGARITA ROSA PEÑALOZA DURAN
Coordinador Comité Curricular
Plan de Estudios Comunicación Social

Agradecimiento

En agradecimiento a Dios por habernos acompañado y guiado durante el proceso de aprendizaje.

A nuestro director de proyecto, Jaime Andrés Pabón Villamizar y a nuestra co-directora, Olga Lucía Hernández, que, sin sus virtudes, paciencia y constancia, este trabajo no se hubiese logrado. Ustedes formaron parte importante de este proyecto, con sus aportes profesionales que los caracterizan, a los docentes que nos acompañaron en todo el proceso educativo gracias por inculcar su conocimiento y saberes sobre cada uno de nosotros.

Gracias a nuestros padres, ustedes han sido siempre el motor que impulsan nuestros sueños y esperanzas, quienes han estado siempre en este largo proceso, gracias por su apoyo en todos los aspectos que conlleva nuestra vida, gracias por creer en nosotros. Hoy que concluimos esta etapa final de estudios nos sentimos orgullosos de tenerlos como padres.

Dedicatoria

Dedicado principalmente a mi madre, Claudia Patricia Gómez Gallo, quien es el ser más importante en mi vida y quién es la dueña de todos mis logros, a mi hermana, Dayana Liseth Rey Castillo por su ayuda infinita, gracias a mi familia putativa, Sandra Patricia Castillo Mogollón, Jaime Rolando Rey Rivas, y Jonathan Rolando Rey Castillo. Dedico este proyecto a todos los miembros de mi **familia** que han estado pendientes y ayudándome en todo el proceso de esta etapa.

Agradezco a Dios por su direccionamiento y respaldo en todo este proceso. Gracias a mis padres, Oscar García Ortega y Belkys Xiomara Moreno Carrillo, quienes han sido mis consejeros, mayor inspiración y motivación de vida, merecedores de todos mis triunfos. Les agradezco a toda mi familia y amigos quienes han formado parte importante en el proceso de mi proceso personal y profesional.

Dedicado de manera especial a mi madre Siorely Contreras Correa, quien ha sido mi motor de vida y ejemplo a seguir. A mí padre Jesús Alberto Lizcano, por mostrarme que el estudio siempre será el mejor camino, que, aunque a veces este se torne complicado, al final se encontrará una gran recompensa. Gracias a mi familia y amigos por inculcarme valores y principios, los cuales me han ayudado a forjarme como profesional y persona.

TABLA DE CONTENIDO

Introducción	10
1. Problema	11
1.1 Título	11
1.2 Planteamiento Del Problema	11
1.3 Formulación Del Problema	14
1.4 Objetivos	15
1.4.1 Objetivo General:	15
1.4.2 Objetivos Específicos:	15
1.5 Justificación	15
2. Marco Referencial	19
2.1 Antecedentes	19
2.1.1 Antecedentes Internacionales.	19
2.1.2 Antecedentes Nacionales.	33
2.1.3 Antecedentes Regionales.	43
2.2 Marco Teórico	54
2.2.1 Marketing Digital:	54
2.2.2 ECommerce:	56
2.2.3 Redes Sociales:	56
2.2.4 Pymes:	57
2.2.5 Mercadeo y Publicidad:	58
2.2.6 Globalización:	59
2.2.7 Tecnologías de la Información y Comunicación:	60
2.2.8 Comunicación Digital:	61
3. Marco Contextual	63
4. Marco legal	66
4.1 Ley 527 de 1999	66
4.2 Estatuto de Comercio Ley 480 de 2011	67

4.3 Ley 1581 de 2012: Régimen General de Protección de Datos Personales	68
4.3.1 Artículo 1:	68
4.4 Decreto 1094 de 1996	68
4.4.1 Artículo 1.	68
4.4.2 Artículo 333.	68
4.4.3 Artículo 91 de la Ley 633 de 2000.	69
4.5 Capítulo II. Artículo 3. Derechos y Deberes de los Consumidores y Usuarios.	69
4.5.1 Derechos:	69
4.5.2 Deberes.	71
5. Metodología de la investigación	72
5.1 Línea de investigación	72
5.2 Método de investigación	73
5.3 Muestra	74
5.4 Fuentes de información	75
5.5 Instrumento	75
5.6 Público objetivo	78
5.6.1 Distribución Geográfica.	78
5.6.2 Centros comerciales.	79
6. Resultados	81
6.1 Tabulación	81
6.1.1 Tablas de frecuencia.	81
6.1.2 Sector de calzado.	91
6.2 Discusión de los resultados	93
6.3. Diseño de la cartilla para el sector del calzado	96
6.4 Evidencia fotográfica de la socialización de la cartilla de manera presencial	96
6.5. Evidencia fotográfica de la socialización de la cartilla de manera virtual	97
6.6. Encuesta de satisfacción	98
7. Conclusiones	101
8. Anexos	103

8.1 Cartas de validación por juicio de expertos	103
8.2 Encuesta formulada por elaboración propia	105
10. Referencias	109