

La revolución de marketing digital post pandemia COVID 19

Nombres y apellidos

**Breiner Andrés Mesa Rodríguez
Código estudiantil: 201621479846**

Trabajo de Investigación del Programa Ingeniería Industrial

Tutor(es):

CONTRERAS SALINAS JHEISON ALBERTO

RESUMEN

La pandemia de COVID-19 ha tenido un impacto significativo en el mundo de los negocios y los emprendimientos. La necesidad de distanciamiento social y el cierre de tiendas físicas ha llevado a un aumento en la demanda de compras y comunicaciones en línea, lo que ha convertido al marketing digital en una herramienta esencial para las empresas que buscan mantenerse conectadas con sus clientes en este nuevo contexto. En este artículo se explorará la revolución del marketing digital en los emprendimientos post pandemia COVID-19 y cómo se ha implementado esta herramienta para adaptarse a los cambios en el comportamiento del consumidor. Además, se analizarán las nuevas tendencias en marketing digital y las oportunidades para los emprendimientos en el futuro. El objetivo de este artículo es proporcionar una visión general de cómo la pandemia ha cambiado la forma en que los emprendimientos utilizan el marketing digital y cómo pueden capitalizar las oportunidades emergentes.

Palabras clave: Revolución, COVID – 19, Marketing Digital, Comportamiento, Herramienta, Pandemia.

ABSTRACT

The COVID-19 pandemic has had a significant impact on the world of business and entrepreneurship. The need for social distancing and the closure of physical stores has led to an increase in demand for online shopping and communication, making digital marketing an essential tool for businesses looking to stay connected with their customers in this new world. context. This article will explore the digital marketing revolution in post-COVID-19 pandemic ventures and how this tool has been implemented to adapt to changes in consumer behavior. In addition, new trends in digital marketing and opportunities for future ventures will be analyzed. The goal of this article is to provide an overview of how the pandemic has changed the way startups use digital marketing and how they can capitalize on emerging opportunities.

Keywords: Revolution, COVID – 19, Digital Marketing, Behavior, Tool, Pandemic.

REFERENCIAS

- [1] Claudio Cavezzali. | “La revolución de marketing digital” | <https://www.puromarketing.com/30/34624/revolucion-marketing-digital-post-pandemia>. (accedido el 29 abril de 2023).
- [2] Cáceres-Martelo, Adriana, Uribe-Urán, Adriana Blanco-Ariza, Ana Beatriz | “Gestión de marketing en la era digital: Estrategias para microempresas frente a la incidencia económica del Covid-19” | <https://hdl.handle.net/20.500.12442/7962>. (accedido el 29 abril de 2023).
- [3] D. Diksha, "Impact of Covid-19 on Marketing Strategies and Customer Behaviour", International Journal of Management (IJM), vol. 11, no. 4, pp. 190-196, (accedido el 29 Abril de 2023).
- [4] PricewaterhouseCoopers. (2021). Digital Transformation and the Future of Marketing. [En línea]. Disponible en: <https://www.pwc.com/us/en/library/digital-transformation-and-the-future-of-marketing.html>. (accedido el 27 de marzo de 2023).
- [5] Cabarcas Paternina, Rafael Enrique, Rivera Acosta, Jennys Danitza, Torres Valera, Rolando, " La efectividad del uso del marketing digital como estrategia para el posicionamiento de las PYMES para el sector comercio en la ciudad de Barranquilla," . [En línea]. Disponible en: <http://hdl.handle.net/20.500.12442/2257>. (accedido el 29 de abril de 2023).

[6] H. Oh, J. Moon, and Y. Joo, "The impact of personalized digital marketing on customer purchase intention," *Journal of Business Research*, vol. 119, pp. 303-314, 20. (accedido el 29 de abril de 2023).

[7] " S. H. Kim and J. Yoon, "How the COVID-19 Pandemic Has Changed Social Media Use and Digital Marketing Efforts," *International Journal of Environmental Research and Public Health*, vol. 17, no. 13, p. 4990. (accedido el 27 de marzo de 2023).

[8] J. D. Lasbury, "The impact of Covid-19 on ecommerce", in *MarketingTech*, June 2020. [Online]. Available:

<https://www.marketingtechnews.net/news/2020/jun/04/impact-covid-19-ecommerce/>. (accedido el 15 de abril de 2023).

[9] "Era digital - Qué es, origen y definición - Muy Tecnológicos". *Muy Tecnológicos*. <https://muytecnologicos.com/diccionario-tecnologico/era-digital>. (accedido el 27 de abril de 2023).

[10] S. Babbar and M. Sharma, "Impact of COVID-19 on Digital Marketing and its Strategies," *International Journal of Emerging Trends & Technology in Computer Science*, vol. 9, no. 5, pp. 415-420. (accedido el 01 de mayo de 2023).

[11] O A. S. Hashim, "Marketing Strategies and Innovations in Post COVID-19 Era: A Review," *International Journal of Advanced Science and Technology*, vol. 29, no. 5, pp. 8305-8313. (accedido el 27 de abril de 2023).

[12] "¿Qué es el Marketing de Redes Sociales? - RYTE Wiki". *The #1 Platform for Website User Experience*. https://es.ryte.com/wiki/Marketing_de_Red_Sociales. (accedido el 29 de abril de 2023).

[13] M. Muñoz, "Otro concepto importante es el de la segmentación de mercado", 2023. [Online]. <https://www.bbva.es/finanzas-vistazo/ef/empresas/segmentacion-de-mercado.html#:~:text=Su%20objetivo%20fundamental%20es%20el,un%20product%20o%20servicio%20adecuado>. (accedido el 29 de abril de 2023).

[14] "¿Qué es Engagement? El término de marketing que debes conocer bien". *Rock Content* - ES. <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-engagement/#:~:text=El%20Engagement%20puede%20definirse%20como,y%20mensajes%20de%20la%20misma>. (accedido el 30 de Abril de 2023).

[15] S. Bahl, "The importance of digital marketing channels in the communication mix," *IIMB Management Review*, vol. 31, no. 4, pp. 288-296. (accedido el 30 de Abril de 2023).

[16] S. Petersen, "US Digital Ad Spending Will Surpass Traditional in 2019," eMarketer, 2019. [Online]. Available: <https://www.emarketer.com/content/us-digital-ad-spending-will-surpass-traditional-in-2019>. (accedido el 30 de abril de 2023).

[17] A. M. Muñoz-García, "Marketing Digital: Definición, conceptos y estrategias", Marketing 4 Ecommerce, 2020. [En línea]. Available: <https://marketing4ecommerce.net/marketing-digital-definicion-conceptos-y-estrategias/>. (accedido el 30 de abril de 2023).

[18] A. Pérez, "La importancia de la personalización en el marketing digital durante la pandemia," Revista de Marketing Digital, vol. 5, no. 2, pp. 35-41, 2021. <https://www.revistamarketingdigital.com/personalizacion-marketing-digital-pandemia/>.(accedido el 02 de mayo de 2023).

[19] Manuel Porras Blanco "¿Qué es la analítica web y en qué consiste? ¿Por qué es necesaria?" <https://es.semrush.com/blog/que-es-analitica-web/>. (accedido el 03 de mayo de 2023).

[20] Qualtrics XM "Cómo calcular el tamaño de una muestra: asegúrese de que el muestreo sea correcto" <https://www.qualtrics.com/es-la/gestion-de-la-experiencia/investigación/calcular-tomano-muestra/?rid=ip&prevsite=es&newsite=es-la&geo=CO&geomatch=es-la>. (accedido el 30 abril de 2023).