



"Por la Universidad Libre que Colombia necesita"



**6to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas, Administrativas y Contables - Sociedad y Desarrollo**

*2do Encuentro Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables*

*Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019*

# **Estrategia de marketing en los negocios tradicionales de la ciudad de barranquilla**



**Natalia Lucia Andrades Marulanda**

# Planteamiento y justificación

¿Por qué las empresas tradicionales no utilizan herramientas tecnológicas como fuente estratégica para mejorar su productividad?

Avances tecnológicos – canales de información

Estrategia de Marketing

Nuevos métodos

Las empresas tradicionales, cuya definición son organizaciones que administran sus negocios enfocadas al mecanismo de estricto control y con base a métodos tradicionales (Rodríguez María,2016).



El desconocimiento de las Tics por parte de las empresas tradicionales como estrategia de marketing para el crecimiento económico de las mismas, han generado pérdidas (Olarte Juan,2006)



**(Rayport & Sviokla, 1995)**

Las empresas utilizan la tecnología como fuente de información que permite desarrollar nuevos mercados y productos virtuales como entorno competitivo visualizando mejorar la eficiencia en los productos y servicios.

**(Spinak Ernesto 2007)**

Las tecnologías de información y comunicación (TIC) son el paradigma tecnológico en el que se fundamenta la actual dinámica de revolución industrial.

**(Aragón Sánchez, 2010)**

Los avances tecnológicos son la imagen más prominente es utilizada en las empresas para lograr ventajas sobre sus productos y servicios

**(Rodríguez M.2016)**

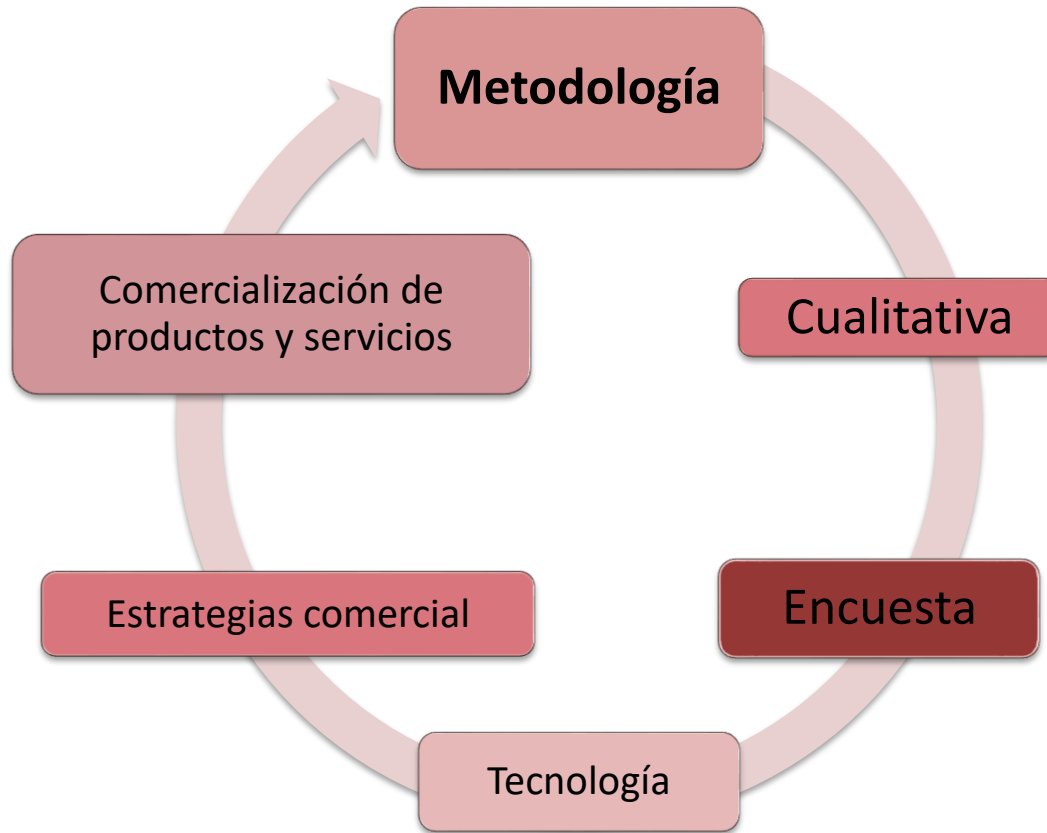
A las empresas tradicionales las presiona con mayor complejidad debido a que tienen que enfrentar al mundo cambiante y competitivo empresarial de hoy.

# Objetivos

Analizar la importancia de las Tics en las empresas tradicionales ubicadas en la ciudad de Barranquilla.

Determinar cuales son las empresas tradicionales de la ciudad de Barranquilla que implementan los canales de comunicación como estrategia competitiva ante el mercado.

Proponer recomendaciones estrategias de marketing para el ato y la permanencia de antiguos clientes y la obtención de nuevos consumidores



# Resultados

Aumentar los grupos etarios que asistan y consuman los productos de las empresas tradicionales.

Google plus, Viadeo, LinkedIn, Youtube

Establecer inicialmente la calidad y buen servicio de las empresas tradicionales

Poco impacto que estas empresas tienen en las redes sociales

**Conclusión**

Incrementar el reconocimiento a través de estrategias comerciales

Herramientas tecnológica



**¡Gracias por su atención!**

