

ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL  
PARA AUMENTAR EL RECONOCIMIENTO  
Y LAS VENTAS DE WEIGHING SYSTEMS  
SOLUTIONS W.S.S. LTDA EN LA  
CIUDAD DE MEDELLIN COLOMBIA

MONICA MARIA SANCHEZ S.

FUNDACION UNIVERSITARIA SAN MARTIN  
FACULTAD DE EDUCACION A DISTANCIA  
Y VIRTUAL  
PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE  
EMPRESAS  
SANTIAGO DE CALI 2023

Estrategia de marketing digital para aumentar el reconocimiento y las ventas de Weighing Systems Solutions W.S.S. LTDA. en la ciudad de Medellín, Colombia

Mónica Maria Sánchez Samboni



Fundación Universitaria San Martín  
Facultad De Educación A Distancia Y Virtual  
Programa De Administración De Empresas  
Santiago De Cali

2023

**Estrategia de marketing digital para aumentar el reconocimiento y las ventas de Weighing Systems Solutions W.S.S. LTDA. en la ciudad de Medellín, Colombia**

**Mónica Maria Sánchez Samboni**

**Trabajo de grado para optar al título de Administrador de Empresas**

**Director:**

**Francisco Hernández**

**Fundación Universitaria San Martín**

**Facultad De Educación A Distancia Y Virtual**

**Programa De Administración De Empresas**

**Santiago De Cali**

**2023**

## Contenido

Introducción .....	11
1. Planteamiento del problema de investigación.....	13
1.1 Descripción del problema.....	13
1.2 Formulación del problema .....	14
2. Objetivos de la investigación .....	16
2.1 Objetivo general.....	16
2.2 Objetivos específicos.....	16
3. Justificación .....	17
3.1 Justificación Teórica.....	17
3.2 Justificación Metodológica.....	17
3.3 Justificación Practica.....	18
4. Marco de Referencia .....	19
4.1 Antecedentes.....	19
4.2 Marco Teórico.....	25
4.2.1 El marketing digital .....	25
4.2.2 Herramientas y plataformas de marketing digital.....	32
4.2.3 Referentes teóricos del Marketing Digital.....	33
4.3 Marco conceptual .....	37
4.4 Marco Legal.....	38
4.5 Marco Espacial.....	40
4.6 Marco Temporal.....	40
4.7 Marco Contextual .....	41
5. Diseño Metodológico.....	43
5.1 Tipo de estudio de la investigación.....	43
5.2 Metodo de investigación .....	43
5.2.1 Metodo mixto .....	43
5.3 Diseño de la Investigación .....	44
5.3.1 Recopilación de datos cualitativos .....	44
5.3.2 Recopilación de datos cuantitativos .....	44

5.3.3 Integración de resultados.....	44
5.4 Fuentes y técnicas de investigación.....	45
5.4.1 Fuentes primarias .....	45
5.4.2 Fuentes secundarias.....	45
5.5 Técnicas de recolección de la información.....	45
5.5.1 Encuesta .....	45
5.5.2 Técnica de recolección de información .....	45
5.6 Análisis de la Información .....	46
5.6.1 Análisis cualitativo .....	46
5.6.2 Análisis cuantitativo .....	46
6. Resultados.....	47
6.1 Análisis del mercado y las competencias en la ciudad de Medellín en el sector de sistemas de pesaje.....	47
6.1.1 Análisis Externo.....	47
6.1.2 Análisis Interno.....	50
6.1.3 Segmentación de clientes ideal .....	52
6.1.4 Análisis Encuesta .....	56
6.1.5 Análisis Competencia .....	60
6.1.6 Propuesta de valor diferencial y ventaja competitiva frente a la competencia .....	66
6.2 Estrategia de marketing digital personalizada para Weighing Systems Solutions W.S.S. LTDA. en la ciudad de Medellín.....	70
6.2.1 Enfoques estratégicos.....	70
6.2.2 Estrategias de Marketing Digital personalizadas .....	71
6.2.3 Análisis de Cada Estrategia.....	83
6.3 Evaluación financiera de la estrategia de marketing digital para Weighing Systems Solutions W.S.S. LTDA. en la ciudad de Medellín .....	87
6.3.1. Plan de Inversión .....	87
6.3.2 Análisis de costos de los productos.....	89
6.3.6. Estado de resultado proyectado .....	96
6.3.7 Flujo de caja.....	98
6.3.8 Indicadores financieros.....	100
Conclusiones .....	102
Referencias Bibliográficas .....	105

Anexos ..... 108

## Lista de Tablas

Tabla 1. Estudios previos Internacionales.....	20
Tabla 2. Estudios previos Nacionales y Locales.....	22
Tabla 3. Metodología de Kotler.....	35
Tabla 4. Metodología de Patel.....	36
Tabla 5. Metodología Dave Chaffey.....	36
Tabla 6. Análisis PESTEL Externo para Weighing Systems Solutions W.S.S. LTDA en Medellín.....	48
Tabla 7. Matriz DOFA para Weighing Systems Solutions W.S.S. LTDA.....	51
Tabla 8. Estrategias FO.....	51
Tabla 9. FA.....	51
Tabla 10. Segmentación clientes – Alimentos y Bebidas.....	52
Tabla 11. Segmentación Alimentos - Fertilizantes.....	53
Tabla 12. Segmentación clientes - Químicos.....	54
Tabla 13. Análisis competencia Interpesaje Medellín.....	61
Tabla 14. Análisis competencia Cardinal.....	63
Tabla 15. Propuesta de valor diferencial y ventaja competitiva frente a la competencia.....	67
Tabla 16. Estrategia de Marketing digital – Sector alimentos y bebidas.....	71
Tabla 17. Análisis Inversión estrategia de marketing digital - Segmentación: alimentos y bebidas.....	73
Tabla 18. Estrategia de Marketing digital – Sector Fertilizantes.....	75
Tabla 19. Análisis Inversión estrategia de marketing digital - Segmentación: fertilizantes.....	76
Tabla 20. Estrategia de Marketing Digital – Sector Químicos.....	78
Tabla 21. Análisis Inversión estrategia de marketing digital - Segmentación: Químicos.....	79
Tabla 22. Estrategia de Marketing Digital – Sector Construcción.....	80
Tabla 23. Análisis Inversión estrategia de marketing digital - Segmentación: construcción.....	82
Tabla 24. Plan de inversión.....	87
Tabla 25. Análisis de costos de los productos.....	89
Tabla 26. Análisis de margen de contribución y punto de equilibrio.....	91
Tabla 27. Presupuestos de gastos.....	93

Tabla 31. Periodo de recuperación.....	100
Tabla 32. Valor presente neto .....	100
Tabla 33. Tasa interna de retorno.....	101
Tabla 34. Rendimiento de la inversión .....	101

## Lista de Figuras

Figura 1. Importancia del marketing digital para las empresas .....	30
Figura 2. Referentes Teóricos que enmarcan el Marketing Digital .....	34

## Lista de Gráficas

Gráfica. 1. ¿Es usted cliente actual de Weighing Systems Solutions W.S.S. LTDA.?	57
Gráfica. 2. ¿Qué factores influyeron en su decisión de elegir a Weighing Systems Solutions W.S.S. LTDA. como proveedor de sistemas de pesaje?	58
Gráfica. 3. ¿Qué tipo de productos/servicios de sistemas de pesaje ha adquirido o está interesado en adquirir de Weighing Systems Solutions W.S.S. LTDA.?	58
Gráfica. 4. En una escala del 1 al 5, ¿cómo calificaría la calidad de los productos/servicios de Weighing Systems Solutions W.S.S. LTDA.?	59
Gráfica. 5. ¿Cuáles son los canales de comunicación o medios que utiliza para obtener información sobre los sistemas de pesaje y proveedores en el mercado?	59
Gráfica. 6. ¿Ha tenido contacto con las estrategias de marketing digital de Weighing Systems Solutions W.S.S. LTDA., como anuncios en redes sociales o correos electrónicos promocionales?	60

**Lista de Anexos**

Anexo 1. Instrumento - Encuesta .....	108
Anexo 2. Matriz PESTEL .....	109
Anexo 3. Matriz DOFA .....	109

## Introducción

En un entorno empresarial altamente competitivo y dinámico, las organizaciones se enfrentan constantemente al desafío de destacarse y alcanzar el éxito. En este contexto, el marketing digital ha surgido como una poderosa herramienta que permite a las empresas aumentar su reconocimiento, atraer a nuevos clientes y aumentar sus ventas. En particular, para Weighing Systems Solutions W.S.S. LTDA., una empresa dedicada al sector de sistemas de pesaje, el uso efectivo del marketing digital se ha convertido en una necesidad imperante para alcanzar sus objetivos comerciales.

De ahí surge la siguiente pregunta problema ¿Cómo implementar una estrategia de marketing digital efectiva en Weighing Systems Solutions W.S.S. LTDA. para incrementar su reconocimiento y ventas a nivel nacional, específicamente en la ciudad de Medellín, considerando el análisis exhaustivo del mercado, el diseño de una estrategia personalizada y la identificación de oportunidades de colaboración con otras empresas del sector de sistemas de pesaje?

Por lo que el presente trabajo de grado tiene objetivo diseñar una estrategia de marketing digital para aumentar el reconocimiento y las ventas de Weighing Systems Solutions W.S.S. LTDA. a nivel nacional, con un enfoque específico en la ciudad de Medellín. Para lograr este objetivo, se llevará a cabo un análisis exhaustivo del mercado y las competencias en estas ciudades, se diseñará una estrategia de marketing digital personalizada y se identificarán oportunidades de colaboración con otras empresas del sector de sistemas de pesaje.

En la primera parte de este trabajo, se presentará el marco teórico que servirá como base conceptual para comprender y contextualizar el marketing digital y su importancia en el entorno empresarial actual. Se abordarán temas como la evolución del marketing digital, sus características y beneficios, así como su relevancia para las empresas. Además, se analizarán las herramientas y plataformas de marketing digital más utilizadas, como las redes sociales, el marketing de contenidos, la optimización para motores de búsqueda (SEO) y la publicidad en línea, cerrando con referentes teóricos más representativos del Marketing Digital.

En la segunda parte, se desarrollará el marco conceptual, donde se presentarán los conceptos clave relacionados con el trabajo y estableciendo la relación entre los temas abordados y su aplicación en el contexto específico de Weighing Systems Solutions W.S.S. LTDA. Estos conceptos brindarán una base sólida para comprender el contexto en el que se encuentra W.S.S.

LTDA. En el marco contextual, se describirá el entorno en el que se encuentra Weighing Systems Solutions W.S.S. LTDA., incluyendo aspectos históricos, objetivos, misión, visión, geográficos, entre otros. Seguido, se presentará el marco legal que se debe tener en cuenta para el desarrollo de este trabajo, considerando las leyes y regulaciones relacionadas con el marketing digital y la protección de datos.

En el marco metodológico, se detallarán el tipo de estudio de investigación, teniendo en cuenta que es un estudio descriptivo con un enfoque mixto, se menciona además el método de investigación, las fuentes y técnicas utilizadas, así como las técnicas de recopilación y análisis de información. Se utilizarán fuentes primarias y secundarias para obtener datos relevantes y confiables que respalden la elaboración de la estrategia de marketing digital.

Dicho de otro modo, con este trabajo de grado, se espera brindar a Weighing Systems Solutions W.S.S. LTDA. una guía estratégica basada en el marketing digital, que les permita aumentar su reconocimiento, atraer nuevos clientes y mejorar sus ventas en el mercado nacional, con un enfoque especial en la ciudad de Medellín. Asimismo, se busca contribuir al conocimiento en el campo del marketing digital, proporcionando un estudio de caso práctico y relevante para el sector.

**SANMARTÍN**  
Fundación Universitaria

---

**CRAI**  
Centro de Recursos para el  
Aprendizaje y la Investigación

### **Nota**

Este trabajo se encuentra disponible únicamente en **formato físico**, ya que no cuenta con versión digital. Por tal motivo, en este repositorio solo serán visibles las páginas preliminares con fines informativos. Para su consulta completa, el usuario deberá verificar la ubicación o sede donde se encuentra el ejemplar físico, o bien solicitar información adicional escribiendo al correo institucional:

**[repositoriofusm@sanmartin.edu.co](mailto:repositoriofusm@sanmartin.edu.co)**