

MANEJO INADECUADO DE ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL Y COMERCIO ELECTRÓNICO COMO CONSECUENCIA DEL DESCONOCIMIENTO DE SU IMPLEMENTACIÓN EN LAS MIPYMES DE ESCÁRCEGA, CAMPECHE

Geidy de los Ángeles Gómez Xul
geidy_gomez@itsescarcega.edu.mx

Sagrario María Quijano Gutiérrez
sagrario_quijano@itsescarcega.edu.mx

Adriana Dolores Atlahua
adriana_atlahua@itsescarcega.edu.mx

Instituto Tecnológico Superior de Escárcega
Escárcega, Campeche, México

Abstract: The objective of this article is to publicize the use of digital marketing and electronic commerce in the activities undertaken by the MiPyMes of Escárcega in Campeche, Mexico. The present study also aims to identify the differences between the two concepts through a literature review. The study is qualitative and descriptive, which consisted on the application of interviews to entrepreneurs to get to know about their practices and application of digital tools such as digital marketing and electronic commerce. Within the results obtained from interviews to 60 companies, it is found that 70% identify the concept of digital marketing and 50% identify the concept of electronic commerce; it is determined that less than 29% use E-commerce in their companies and less than 48% make use of E-Marketing tools, however, it does not take a formal marketing administration of both tools to design the appropriate strategies for the business. The knowledge, the skill in the application of digital marketing strategies together with electronic commerce tools make a mix that definitely contribute to meet the organizational objectives of the companies allowing a close relationship between company and clients, having as a consequence the expected positioning and the growth of the market share to which they are directed.

Keywords: Electronic Commerce (E-Commerce), Strategies, Digital Marketing, MiPyMes

Resumen. El objetivo de éste artículo es dar a conocer el uso del marketing digital y del comercio electrónico en las actividades que emprenden las MiPyMes de Escárcega del Estado de Campeche. El presente estudio también tiene el propósito de identificar las

diferencias existentes entre ambos conceptos mediante una revisión de literatura. El estudio es de tipo descriptivo cualitativo, el cual consistió en la aplicación de entrevistas a empresarios para saber acerca de sus prácticas y la aplicación de herramientas digitales como lo son el marketing digital y el comercio electrónico. Dentro de los resultados obtenidos de las entrevistas a 60 empresas, se encuentra que el 70% identifica el concepto de marketing digital y el 50% identifica el concepto de comercio electrónico; se determina que menos del 29% utiliza el E-commerce en sus empresas y menos del 48% hacen uso de herramientas del E-Marketing, sin embargo no se lleva una administración del marketing de manera formal de ambas herramientas que permita diseñar las estrategias adecuadas para el negocio. El conocimiento, la habilidad en la aplicación de estrategias de marketing digital junto con herramientas del comercio electrónico hacen una mezcla que definitivamente contribuyen a cumplir los objetivos organizacionales de las empresas permitiendo una relación estrecha entre empresa y clientes, teniendo como consecuencia el posicionamiento esperado y el crecimiento de la participación en el mercado al cual se dirigen.

Palabras clave. Comercio electrónico, Estrategias, Marketing Digital, MiPymes.

Introducción.

La evolución de Internet ha sido uno de los grandes cambios en la era digital, el internet ha influido en nuestras vidas y en nuestras costumbres, en nuestra forma de buscar información, de entretenernos, de comunicarnos y por supuesto han aparecido nuevas formas de comprar y vender bienes.

El marketing es una disciplina dedicada al análisis del comportamiento de los mercados y de los consumidores para mejorar la comercialización de un producto a través de estrategias para captar, retener, fidelizar clientes. Los hábitos de consumo de internet en México de acuerdo con la (Asociación Mexicana de Internet, 2015) nos dice que existen un total de población internauta de 65 millones; de los cuales el 50% son de sexo masculino y el 50% de sexo femenino, de acuerdo a las edades que frecuentan los medios digitales se encuentran que el 15% son menores de 13 años, el 19% de 13 a 18 años, el 17% de 19 a 24 años, el 20% de 25 a 34 años, el 15% de 35 a 44 años, el 9% de 45 a 55 años, el 5% más de 55 años.

El e-commerce es parte ya de una estrategia de compra de productos por los consumidores que navegan en la red, facilitándoles de ésta forma el beneficio de tiempo y de lugar al ahorrar el tiempo a trasladarse a las instalaciones de empresas dentro de una localidad y fuera de ella. De acuerdo al estudio anual (INTERNET A. M., 2015) de comercio electrónico (CE) en México 2015 realizado por la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) y comScore, la evolución del CE en comparación al año 2014 tuvo un crecimiento del 59% con una inversión de 16.22 miles de millones de pesos mexicanos, siendo que durante el 2014 la inversión fue de 12.2 miles de millones.

El propósito principal de éste estudio es conocer e identificar las diferencias y similitudes existentes entre mercadotecnia digital y el comercio electrónico realizando una revisión de la literatura. Por otra parte se tiene como objetivo conocer el conocimiento que las MiPyMes de Escárcega tienen entre éstos conceptos y su aplicación.

Metodología.

El estudio realizado es descriptivo cualitativo el cual consistió en un primer momento en la búsqueda bibliográfica para diferencias entre los conceptos de marketing digital y comercio electrónico. Posteriormente se elaboró una entrevista dirigida a empresarios que al menos hagan uso de una red social o virtual con el propósito de conocer la percepción de los términos “Mercadotecnia Digital” y “Comercio Electrónico”, así mismo, identificar el grado de aplicación de ambos en las MiPymes de la Localidad de Escárcega Campeche. Se toma una muestra de 60 MiPyMes las cuales dieron acceso a la entrevista.

A continuación se presenta la lista de empresas locales pertenecientes al municipio de Escárcega consideradas para la aplicación de la entrevista:

NOMBRE	TIPO DE NEGOCIO	DIRECCIÓN	URL	TELEFONO
POSTRES KAYCALIZ	RESTAURANTE	CALLEJÓN DEL ISSSTE, COLONIA CENTRO.	https://www.facebook.com/Postres-kaycaliz-897953200282044/	982 822 1793
RADIO TAXI ESCÁRCEGA	SERVICIO DE TAXIS	CALLE 22 X 71 Y 73 COLONIA UNIDAD ESFUERZO Y TRABAJO 1	https://www.facebook.com/RadiEscar/	82 4 11 12 Y 9821053535
MOTOR63	SERVICIO DE AUTOMATIZACIÓN	CALLE 26 X 19 Y 17 COLONIA FÁTIMA	https://www.facebook.com/JavierMexMazari-ego/	982 822 2685
TERRAZA CAFÉ BOUTIQUE	TIENDA DE ROPA PARA MUJERES	CALLE 34 X 39 COLONIA JESÚS GARCÍA	https://www.facebook.com/terrazacafebodega/	982 908 7654
MARYKAY ESCÁRCEGA	CUIDADOS DE LA PIEL	CALLE 24-A X 17 Y 19 COLONIA FÁTIMA	https://www.facebook.com/Marykay-Escarcega-731606557014824/	9828221618
PETALOVE	SERVICIO COMERCIAL	CALEE 31 COLONIA SALSIPUEDES	https://www.facebook.com/petaloslove/	982 116 5752
YAMAHA ESCÁRCEGA	CONCESIONARIA DE MOTOCICLETAS	AV. JUSTO SIERRA MÉNDEZ, ESQUINA 31B.	https://www.facebook.com/Yamaha-Escarcega-433988730075274/	
LEO LARA PHOTOGRAPHY	ESTUDIO DE FOTOGRAFÍA	CALLE 37 X 34 COLONIA JESÚS GARCÍA	https://www.facebook.com/Leo-Lara-Photography-553839801413517/	982 731 45 87 Y 982 82 4 34 74
D'POSTRES	RESTAURANTE	CALLE 49 X AV. HÉCTOR PÉREZ MARTÍNEZ	https://www.facebook.com/dpostresbakery/	982 109 1856
STRONGER GYM	GYMNASIO	CALLE 24A X 29 Y 27 COLONIA CENTRO	https://www.facebook.com/Stronger-Gym-149108478888837/	
TAQUERÍA TRES HERMANOS	RESTAURANTE	AV. HECTOR PEREZ MARTINEZ X 53 Y 55 S/N COL. UNIDAD ESFUERZO Y TRABAJO 2	https://www.facebook.com/Taqueria-3-hermanos-599154733574145/	982 106 6949
BARRIO SABOR	RESTAURANTE	FRACCIONAMIENTO PLAN-CHAC, ANDADOR XPUIJL, COLONIA SALSIPUEDES	https://www.facebook.com/Barrio-Sabor-259402277736667/	981 167 3830
MUEBLERIA MUEBLEHOGAR	MUEBLERIA	AV. HÉCTOR PÉREZ MARTÍNEZ #136 X 27 Y 31, COLONIA CENTRO	https://www.facebook.com/mueblehogardees-carcega/	982 824 1043
ARTESANÍAS MAR Y CIELO	TIENDA DE ARTESANÍAS		https://www.facebook.com/ArtesaniasMarYCielo/	982 829 8116
ANTOJITOS CARMITA	RESTAURANTE	CALLE 31, COLONIA SALSIPUEDES	https://www.facebook.com/Antojitos-Carmita-144329858946199/	
CONSULTORIO DENTAL INTEGRAL	CONSULTORIO DENTAL	CALLE 38 X 19 Y 21 COLONIA SALSIPUEDES	https://www.facebook.com/sonrisadental234/	982 824 3481

COREOGRAFÍAS ANDRES PALACIOS	COREOGRAFÍAS	CALLE 69 X 20 Y 22	https://www.facebook.com/coreografiasandrespalacios/	982 731 5299
SECUNDARIA GENERAL NÚMERO 13 "JOSÉ VASCONCELOS CALDERÓN"	ESCUELA SECUNDARIA	CALLE 25 COLONIA FÁTIMA	https://www.facebook.com/Secungeneral13/	
CITY CEL	TIENDA DE CELULARES	AV. HÉCTOR PÉREZ MARTÍNEZ ESQUINA 35, COLONIA CENTRO	https://www.facebook.com/telcelcitycel/	982 824 0570
ETERNAL LIFE	TIENDA DE ROPA PARA MUJERES	CALLE 28 X 27 COLONIA CENTRO	https://www.facebook.com/EternalLifeMx/	982 822 0869
PHONAXES	TIENDA DE CELULARES	AV. HECTOR PEREZ MARTINEZ ENTRE 33 Y 35	https://www.facebook.com/Phonaxes-738605182863363/	982 824 0888
DOES VESTUARIO	TIENDA DE ROPA	CALLE 34 ENTRE 19 Y 21	https://www.facebook.com/DOESVestuario/	
DOG HOUSE	RESTAURANTE	AV. JUSTO SIERRA MÉNDEZ	https://www.facebook.com/DOG-HOUSE-1794359090843825/	
CBTA 62	ESCUELA PREPARATORIA	CARRETERA ESCÁRCEGA-CHAMPOTÓN	https://www.facebook.com/CBTa62/	982 824 1895
LA CASA AMARILLA	TIENDA DE ROPA	FRENTE AL PARQUE MIGUEL HIDALGO	https://www.facebook.com/casa.amarilla28/	982 109 9222
BYOS GYM	GYMNASIO	AV. JUSTO SIERRA MÉNDEZ	https://www.facebook.com/FitnessCenterBiosGymZpazzio/	982 103 5348
COBACAM PLANTEL 03 ESCÁRCEGA	ESCUELA PREPARATORIA	CALLE 55 COLONIA UNIDAD ESFUERZO Y TRABAJO 2	https://www.facebook.com/CobacamEscarcega/	
SERENITY DAY SPA	SPA	CALLE 28 X 29 Y 27	https://www.facebook.com/eggo.spa/	982 824 3574
BOHEMIA LOUNGE SPORT BAR	BAR	AV. JUSTO SIERRA MÉNDEZ COLONIA REVOLUCIÓN	https://www.facebook.com/Bohemia-Lounge-Sport-Bar-383052455154586/	982 105 7317
TUTUL-HA	HOTEL	AV. HÉCTOR PÉREZ MARTÍNEZ	https://www.facebook.com/HotelTutulHa/	982 824 1691
DONDE QUIERAS	RESTAURANTE	AV. HÉCTOR PÉREZ MARTÍNEZ ENTRE 53 Y 55	https://www.facebook.com/DondeQuieras.Oficial/	982 126 3838
MI RANCHITO	RESTAURANTE	AV. SOLIDARIDAD	https://www.facebook.com/miranchitorestaurante/	982 824 0466
CEDAR-ESCÁRCEGA	CENTRO DE ALTO RENDIMIENTO	CALLE 2 X 45 Y 47	https://www.facebook.com/CEDAR-Esc%C3%A1rcega-357532907730354/	

MEELY CHAMIGOMAS	RESTAURANTE	CALLE 55 ENTRE 28 Y 30 COLONIA UNIDAD ESFUERZO Y TRABAJO 2	https://www.facebook.com/meelychamigomas/	
DOÑA O LAODELSABOR	EMPRESA DE SALSAS	AV. HÉCTOR PÉREZ MARTÍNEZ	https://www.facebook.com/laodelsabor/	982 824 0774
LA TERRAZA SNACK'S AND FOOD	RESTAURANTE	AV. HÉCTOR PÉREZ MARTÍNEZ ENTRE 23 Y 25 COLONIA CENTRO	https://www.facebook.com/LaTerrazaSnacksFood/	982 125 8108
COCINA EXPRESS ANGEL	RESTAURANTE	CALLE 17 COLONIA FÁTIMA	https://www.facebook.com/Cocina-Express-Angel-1489255817997445/	982 126 0514
MAFFLES C&M'	RESTAURANTE	CALLE 25 ENTRE 42 Y 44	https://www.facebook.com/Waffles-CM-154846628262013/	982 104 9510
GLOBAL EXPRESS ESCÁRCEGA	HOTEL	CARRETERA ESCÁRCEGA- VILLAHERMOSA	https://www.facebook.com/HotelGlobalExpress/	982 824 0424
ESTADIO RESTAURANTE SPORT BAR	RESTAURANTE	AV. CONCORDIA FTE. AL MONUMENTO A LOS NIÑOS HEROES	https://www.facebook.com/Estadio-Restaurante-SPORT-BAR-1739037809657403/	982 104 2696
PANADERIA MORELOS	PANADERÍA	CALLE 43 COLONIA MORELOS	https://www.facebook.com/PANADERIA-MORELOS-119499854795289/	982 824 1531
MOCTEZUMA REST- BAR	RESTAURANTE	AV. JUSTO SIERRA MÉNDEZ	https://www.facebook.com/BarMoctezuma/	982 108 0119
CLOTHES AND SHOES	TIENDA DE ROPA	CALLE 28 X 41 COLONIA MORELOS	https://www.facebook.com/Clothes-And-Shoes-351112418578683/	982 125 7540
HOT DOGS Y HAMBURGUESAS MAYITO	RESTAURANTE	AV. JUSTO SIERRA MÉNDEZ ENTRE 47 Y 49	https://www.facebook.com/hotdogsmayito2/	982 124 1141
CENTRO DE ATENCIÓN MÚLTIPLE #12	CENTRO DE ATENCIÓN MÚLTIPLE	CALLE 53 X 16 COLONIA UNIDAD ESFUERZO Y TRABAJO 2	https://www.facebook.com/Centro-de-Atenci%C3%B3n-M%C3%BAltiple-12-Esc%C3%A1rcega-1647290602184161/	982 103 7644
ROPA AMERICANA, BEBÉ, MUJER, HOMBRE Y DEPORTIVA	TIENDA DE ROPA	CALLE 31 COLONIA SALSIPUEDES	https://www.facebook.com/Ropa-Americana-beb%C3%A9-mujer-hombre-y-deportiva-1035205489835879/	982 105 7027
PIZZERÍA DOS HERMANOS	PIZZERÍA	CALLE 19 ENTRE 22 Y 24	https://www.facebook.com/Pizzeria-DOS-Hermanos-851473664873710/	982 109 8085
ITSESCARCEGA	ESCUELA	CALLE 85 ENTRE 10B COLONIA UNIDAD ESFUERZO Y TRABAJO 1	https://www.facebook.com/itsescarcega/	982 596 0603
DELI'S CAFÉ	RESTAURANTE	CALLE 49 COLONIA	https://www.facebook.com/deliscafegourmet	982 731 9260

		ESPERANZA	/	
TIERRA CAFÉ	RESTAURANTE	AV. JUSTO SIERRA MÉNDEZ	https://www.facebook.com/Tierra-CAF%C3%89-316820395109124/	982 824 1828
MADONNA ROPITAS	TIENDA DE ROPA PARA PERROS	AV. JUSTO SIERRA MÉNDEZ.	https://www.facebook.com/madcoropitas/	981 818 2794
HOTEL REAL PRIMAVERAS	HOTEL	AV. HÉCTOR PÉREZ MARTÍNEZ, CALLE 55.	https://www.facebook.com/real.primaveras/	982 824 0810
SMDIF ESCARCEGA	DIF	CALLE 28 ENTRE 31 Y 29 COLONIA CENTRO	https://www.facebook.com/SMDIF-Esc%C3%A1rcega-1063675967017324/	
INNOVATION TRAVEL ESCARCEGA	AGENCIA DE VIAJES	CALLE 27 X 28 Y 30 COLONIA CENTRO	https://www.facebook.com/InnovationTravelEscarcega/	981 131 7843
PILY'S CAKE PASTELERÍA	PASTELERÍA	AV. CONCORDIA	https://www.facebook.com/PilysCakeFactory/	982 822 1472
TIENDA TCG "EL HECHICERO"		CALLE 25 Y 15	https://www.facebook.com/elhechiceroTCG/?ref=br_rs&qsefr=1	982 731 6666
PAPELERÍA EL TRIUNFO	PAPELERÍA	CALLE 31 ENTRE 34 Y 36 COLONIA SALSIPUEDES	https://www.facebook.com/ElTriunfoPapeleria/	982 824 0418
BAUTIZOS ANDANI	TIENDA DE ROPA	CALLE 23 ENTRE 28 Y 26 COLONIA FÁTIMA	https://www.facebook.com/bautizosandani/?ref=br_rs	982 824 1204
CAMPING Y UMA CASADOS RANCH	CAMPAMENTO		https://www.facebook.com/Camping-y-UMA-casados-Ranch-117787241665587/	982 104 2959
RESTAURANT EL COLONIAL	RESTAURANTE	AV. JUSTO SIERRA MÉNDEZ	https://www.facebook.com/Restaurant-El-Colonial-628644233833135/	982 116 0185
EL CANGREJITO	RESTAURANTE (COCKTELERÍA)		https://www.facebook.com/El-Cangrejito-429062440545990/	982 829 9391
GARAJE	TIENDA DE COMPUTACIÓN		https://www.facebook.com/Garaje.com.mx/	982 105 3536
SANTÉ ATELIER RENTA DISEÑO	ORGANIZADOR DE EVENTOS	CALLE 31	https://www.facebook.com/1SANTE8/	938 152 3555
THE NEWS DISCO BAR	BAR	AV. JUSTO SIERRA MÉNDEZ, COLONIA REVOLUCIÓN	https://www.facebook.com/The-News-Disco-Bar-510054255836304/	982 829 3340
UGRCAMPECHE	UNION GANADERA REGIONAL	CALLE 53 X 26 COLONIA ESPERANZA	https://www.facebook.com/UGRCAMPECHE1/?ref=br_rs	982 824 0075
IGLESIA BETHEL ESCARCEGA	IGLESIA	CALLE 27 X AV. JUSTO SIERRA MÉNDEZ	https://www.facebook.com/Iglesia-Bethel-Esc%C3%A1rcega-209450609078007/?ref=br_rs	

ARTES GRÁFICOS DIGITAL	IMPRESA	AV. HÉCTOR PÉREZ MARTÍNEZ ENTRE 43 COLONIA MORELOS	https://www.facebook.com/Artes-Gr%C3%A1ficos-Digital-224685927995405/	983 103 6598
CREACIONES LUCY	MERCERIA	CALLE 39 X 37 COLONIA JESÚS GARCÍA	https://www.facebook.com/merceriacbm/	982 115 5485
PERSONALIZATE ESCARCEGA	TIENDA DE REGALOS	CALLE 31 COLONIA SALSIPUEDES	https://www.facebook.com/Personalizate-Esc%C3%A1rcega-1614743072135439/?ref=br_rs	8240906
ULTRASONIDO DOCTOR LENIN	CONSULTORIO	AV. HÉCTOR PÉREZ MARTÍNEZ	https://www.facebook.com/Ultrasonido-Doctor-Lenin-119592674795337/	982 822 40734
JAULA DE BATEO GRANIEL54	UNIDAD DEPORTIVA		https://www.facebook.com/Jaula-de-bateo-graniel54-1458513874444572/	982 103 5131
BURGER KING ESCARCEGA	RESTAURANTE	CARRETERA VILLAHERMOSA-ESCARCEGA	https://www.facebook.com/pages/Burger-King-Escarcega-Campeche/130773020457961	982 824 1988
NUTRI&DELISH	RESTAURANTE	CALLE 29 ENTRE 28 Y 26 COLONIA CENTRO	https://www.facebook.com/vivehealthyeathealthy/	981 116 2771
FUNDACIÓN CAMPECHE VERDE A.C.	FUNDACIÓN	CALLE 22 ENTRE 39 Y 41	https://www.facebook.com/campecheverdeorg/	982 824 3030
AUDITORIO PACTO ETERNO ESCÁRCEGA	IGLESIA	CALLE 53 ENTRE 16 Y 18 COLONIA ESPERANZA	https://www.facebook.com/auditoriopactotermoesca/	
RAINBOW PIZZA ESCARCEGA	PIZZERÍA	AV. HÉCTOR PÉREZ MARTÍNEZ	https://www.facebook.com/Rainbow1pizza/	982 824 0778
ENERGÍA SOLAR DE ESCÁRCEGA	EMPRESA DE SISTEMAS DE ENERGÍA	AV. HÉCTOR PÉREZ MARTÍNEZ 107 ENTRE 45 Y 47	https://www.facebook.com/EnergiasolarEscarcega/	982 824 0412
LA PAPE	PAPELERÍA	CALLE 24 X 23 COLONIA CENTRO	https://www.facebook.com/lapapedelagenera113/	982 108 4362
VANYPEP	EMPRESA DE PUBLICIDAD	CALLE 26A ENTRE 23 Y 27 COLONIA CENTRO	https://www.facebook.com/vanyeprotulo/	982 435 7530
PIZZERIA LA TROJE	PIZZERÍA	AV. CONCORDIA ENTRE CALLE 34 Y 36 COLONIA FLORES MAGÓN	https://www.facebook.com/Pizzeria-La-TROJE-700057550102961/	982 824 0377
VIDEO CLUB MASTER	VIDEO CLUB	CALLE 29 X 26 COLONIA CENTRO	https://www.facebook.com/Video-club-Master-1543226142612275/	982 822 2750
ARQUIDEA	AGENCIA DE BIENES RAÍCES	CALLE 22 NÚMERO 66A COLONIA ESPERANZA	https://www.facebook.com/ARQUIDEA1.0/	982 829 4433
GYM SPAZIO & FITNESS	GYMNASIO	AV. HÉCTOR PÉREZ MARTÍNEZ ENTRE 37 Y 39	https://www.facebook.com/gymspaziofitness/	982 107 3037

ABRIL SPA	SPA	CALLE 35 ENTRE 25 Y 27	https://www.facebook.com/abrilsparelajacionybeleza.com.mx/	982 109 6945
CLUB PARAISO	ESPACIO PARA EVENTOS	COLONIA LA JERINGA	https://www.facebook.com/Club-paraiso-145096399157796/	982 104 3487
TRIKKIS PIZZAS	PIZZERÍA	CALLE 16 ENTRE 63 Y 65 UNIDAD ESFUERZO Y TRABAJO 1	https://www.facebook.com/TrikkisEstrella/	982 824 2002

Tabla 1. Datos de empresas entrevistadas. Elaboración propia.

Resultados.

Como primer resultado tenemos las diferencias encontradas entre ambos conceptos una vez realizado la revisión bibliográfica.

Tabla 2. Cuadro comparativo entre Marketing Digital y Comercio Electrónico.

	Marketing Digital ó E-marketing	Comercio Electrónico E-Commerce
<i>Concepto</i>	Según Thompson (2015) El marketing digital es un tipo de marketing cuya función es mantener conectada a la empresa u organización con sus segmentos de mercado y clientes, mediante los medios digitales que estén disponibles, con la finalidad de comunicarse fluidamente con ellos, brindarles servicios y realizar actividades de venta.	Por su parte Cruz Herradón (2012, pág. 183) El comercio electrónico es, por tanto, una forma de venta en la que no existe establecimiento físico ni contacto directo entre vendedor y comprador. Aclarar, tal y como se hizo con el marketing electrónico, que si bien el comercio electrónico incluye cualquier forma de comercio que utilice las nuevas tecnologías para realizar transacciones comerciales, es Internet el medio tecnológico más utilizado, al menos de momento.
<i>Ventajas desde el punto de vista del comprador.</i>	Según Publicaciones Vértice (2010): <ul style="list-style-type: none"> • Comodidad y conveniencia • Menor coste de oportunidad debido al ahorro en tiempo, desplazamiento, esfuerzos y molestias. • Numerosas opciones de búsqueda y obtención amplia de información relevante para la decisión de compra. • Facilidad para evaluar ofertas y efectuar comparaciones. • Acceso a un mercado global. • Navegación por un entorno atractivo. 	Por su parte Seoane Balado (2005): <ul style="list-style-type: none"> • Permite acceder a una oferta mucho más amplia de productos, condiciones y precios. • Permite comparar fácilmente productos, condiciones, precios y servicios de distintos fabricantes y/o vendedores nacional o internacionalmente. • Permite acceder a productos que no puede encontrar en su

	<ul style="list-style-type: none"> • Ausencias de las presiones e influencias del vendedor. • Intimididad del proceso de compra. 	<p>localidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se visualiza todo el catálogo de productos del sitio y se obtiene información bastante exacta. • El procedimiento de compra es ágil y cómodo: no se desplazan, ni tienen que hacer colas para pagar. • Permite, en muchos casos, acceder a servicios preventa y postventa, e incluso a servicios de ayuda en el momento de la selección y compra del servicio y/o producto, a través del mismo medio. • Mayor interactividad y personalización de la demanda.
<p>Ventajas desde el punto de vista del vendedor</p>	<p>Según Publicaciones Vértice (2010):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Permite acceder a un mercado global y en crecimiento exponencial. • Permite un rápido ajuste de la evolución del mercado. • Bajos costes de entrada y operación del servicio. • Se opera con stocks inferiores a los de la distribución física. • Se minimiza el costo de actualización y distribución de catálogos. • Posibilidad de ofrecer videos promocionales, demostraciones y ofertas animadas. • Permite un control eficaz de los resultados de las acciones que realiza el marketing. 	<p>Por su parte Seoane Balado (2005):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Permite aumentar el nivel de eficacia de la empresa. Actualmente una empresa que no está en la red no existe (dicho popular “Si no está en Google, no existe”) • Permite aumentar las ventas. • Facilita la cooperación y las relaciones entre empresas. • Permite reducir e inclusive eliminar, los intermediarios en la cadena de distribución, suprimiendo costes y agilizando el proceso. • Permite agilizar la información que la empresa genera de cara al público. • Permite eliminar una parte del material impreso. • Reduce retrasos gracias a la velocidad de transmisión • Facilita la creación de servicios de valor añadido en los que cooperan varias empresas. • Hace posible la igualdad de trato a los clientes. • Permite técnicas de marketing personalizado. • Es un medio que esta disponible

		<p>las 24 horas del día, los 7 días de la semana.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reducción de inventarios
<p>Desventajas desde el punto de vista del comprador</p>	<p>Según las desventajas por (Jorba, 2016) son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Una mala conexión a internet puede ocasionar que la experiencia del usuario no sea del todo buena, dejando una mala imagen a la empresa. • Las compras online no permiten al usuario conocer físicamente el producto que desea comprar, motivo por el cual algunas empresas implementan la devolución del producto como forma de garantía. • Muchas personas no confían en el Internet para realizar sus comprar, esto debido al miedo de que su información bancaria sea robada y estén expuestos a ser víctimas de un fraude. 	<p>Por su parte Seoane Balado (2005):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de infraestructura (PC) situación que poco a poco se va subsanando • Accesos a internet caros • Desconfianza hacia los medios de pago electrónicos. • Desconfianza hacia el uso que se les dará los datos personales que debería estar resuelto con la Ley Orgánica de Protección de datos. • Desconocimiento del medio. • Dificultad para acceder a la información necesaria. • Problemas de hábitos culturales. Queremos ver y tocar lo que compramos. • El idioma • No se conoce a quien nos está vendiendo. • Servicio post venta. La pregunta típica en esta caso ¿Y sí tengo que devolverlo? • Problemas en la recepción del producto. Tarda en llegar o llega con desperfectos por el traslado.
<p>Desventajas desde el punto de vista del vendedor</p>	<p>Las desventajas por Estrada (2016):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hoy día aun son muchas las personas que aún no están conectadas a Internet • No abarca todos los públicos y en algunos genera desconfianza. • Revisar muy bien el contenido. Una vez publicado es muy difícil quitarlo de la red. • Capacidad de reacción rápida. Viralización de un contenido. • Actualización constante de contenido. • Monitorización continua de las redes. 	<p>Por su parte Seoane Balado (2005):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Validez legal de los contratos y transacciones “sin papel” • Necesidad de acuerdos internacionales que permitan armonizar la legislación del comercio electrónico. • El control de las transacciones internacionales, incluido el pago y el cobro de impuestos. • La protección de los derechos de la propiedad intelectual • La seguridad de los medios de pagos electrónicos • La falta de estándares en cuanto

		<p>a protocolo de comercio electrónico seguro.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La dificultad de encontrar información útil dentro de tanta información. • La dificultad para el acceso a fuentes de financiamiento adecuadas • Falta de apoyo institucional • Desconfianza de los medios de pago electrónico.
Metodología	<p>Plan de marketing en línea (Cavazos Arroyo & Reyes Guerrero, 2008, pág. 83):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La búsqueda de una oportunidad (Análisis de fuerza de la industria y Herramientas de evaluación del entorno). 2. Identificación del mercados (Elección de uno o varios mercados meta). 3. Elección de un modelo de negocios, planeación estratégica de la compañía. 4. Desarrollo de plan estratégico de marketing para negocios en línea. 5. Objetivos 6. Estrategias (Producto, precio, distribución y logística, promoción, procesos, personas) 7. Implementación 8. Evaluación. 	<p>Plan de negocios en el comercio electrónico (Cavazos Arroyo & Reyes Guerrero, 2008, pág. 56):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Descripción del negocio/modelo de negocio en línea (E-bookhop, E-software, E-newspapers, E-banking, E-shop, E-mall, E-sharedealing, E-learning, E-travel, Clasificado, Agente de busqueda, Portal, Comunidades, etc.) 2. Modelos de generación de ingresos (Venta a través de catálogos, Suscripción, por niveles de transacción realizada, “Modelo gratuito”, Publicidad, Donaciones,etc) 3. Análisis del mercado. 4. Operaciones 5. Riesgos Críticos 6. Proyecciones financieras
Herramientas y/o elementos:	<p>Según (Cruz Herradón, 2012) las herramientas son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sitios web • Blogs • Redes sociales (por ejemplo, Facebook, Google+, Twitter, YouTube, Pinterest) • Buscadores (como Google, Bing, Yahoo) • Correo electrónico • Juegos en línea (para ordenadores, dispositivos móviles y consolas de videojuegos) • Aplicaciones para dispositivos móviles (Apps) • Mensajes a dispositivos móviles (SMS) 	<p>(Cavazos Arroyo & Reyes Guerrero, 2008)</p> <p>B2B (business to business):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Centro de procesamiento de pedidos u órdenes de compra. • Accesos restringidos y accesos públicos. • Procesamiento de pagos y créditos • Control de inventarios

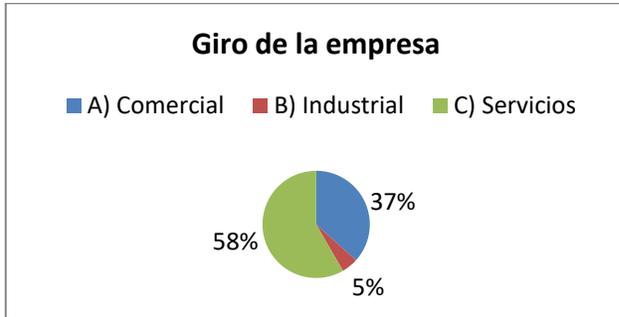
	<ul style="list-style-type: none"> • Anuncios en distintos formatos (banners, de texto...) • Distribución digital de software, vídeos, audio, libros digitales 	<ul style="list-style-type: none"> • Historial de clientes y proveedores • Catálogo de productos • Logística de entrega. <p>B2C (business to consumer):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Catálogo de productos • Información adicional de productos. • Precios • Inventarios • Tiempos y costos de entrega • Formas de pago y líneas de crédito • Ambiente de seguridad • Canasta o carrito de compra • Publicidad
--	--	--

Podemos observar la diferencia entre ambos términos como la siguiente, el e-business es una organización que emplea la tecnología de la comunicación e información como su ambiente para realizar sus actividades cotidianas empresariales ya sea entre empresas, socios comerciales o clientes, mientras que el comercio electrónico son las transacciones que se realizan a través de algunas áreas del negocios con empresas o clientes.

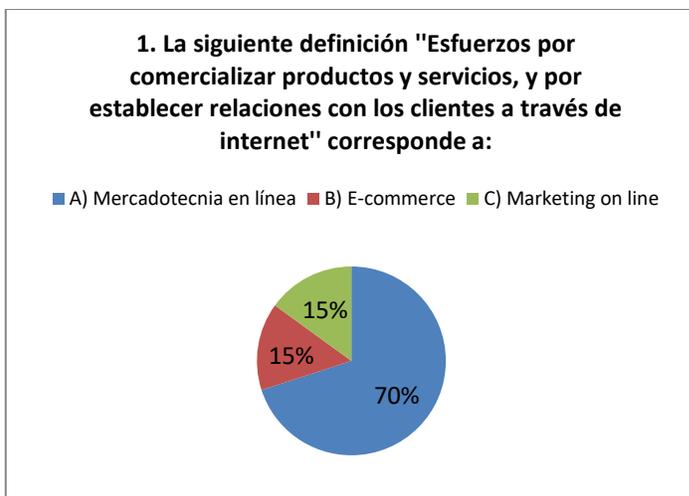
El comercio digital y la mercadotecnia digital suponen una amplia oportunidad para el sector empresarial MiPyMe pues estas permiten abrir una ventana de posibilidades para aquellos negocios que se ven imposibilitados a llegar a nuevos mercados o dar conocer sus productos o servicios en otros países, para que un negocio hoy en día logre el éxito debe ofrecer valor a través de los productos y/o servicios que ofrezca, pero también debe poner éstos al alcance de sus clientes.

Como segundo resultado tenemos las respuestas de los empresarios de la aplicación de la entrevista.

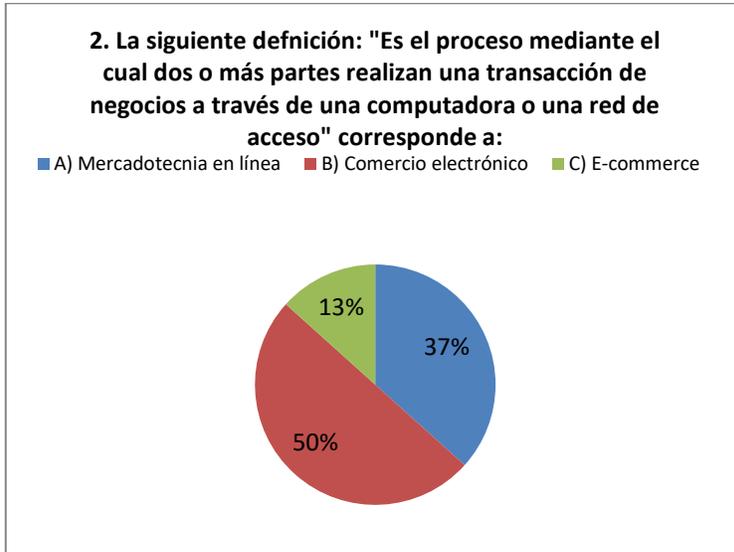
De las empresas mencionadas con anterioridad se toma una muestra de 60 MiPyMes las cuales dieron acceso a la entrevista. De las 60 empresas entrevistadas, 35 fueron de servicios, 20 comerciales y 5 industriales. Con base a los resultados obtenidos en la primera pregunta podemos observar que 40 de las 60 empresas saben lo que es la mercadotecnia en línea, pues no es lo mismo aplicar una mercadotecnia en línea que conocer en si lo que es esta herramienta.



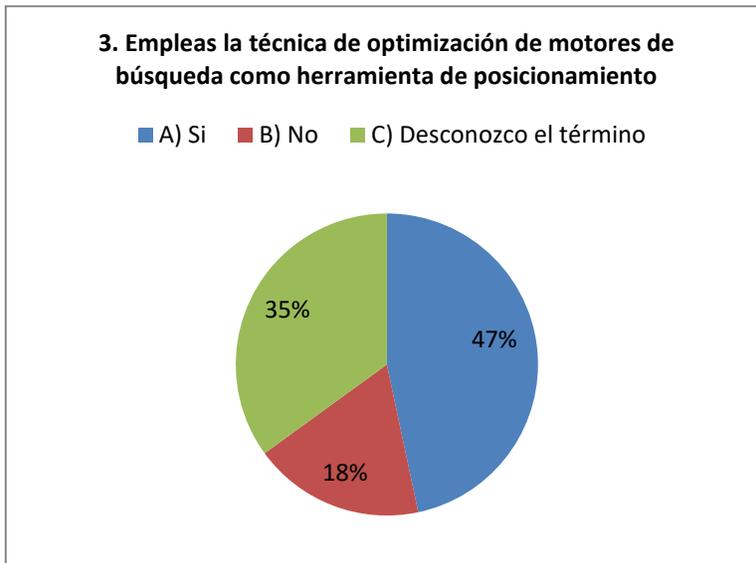
Del total de empresas encuestadas el 58% corresponden a empresas del sector de servicios, el 37% el sector comercial y 5% al sector industrial.



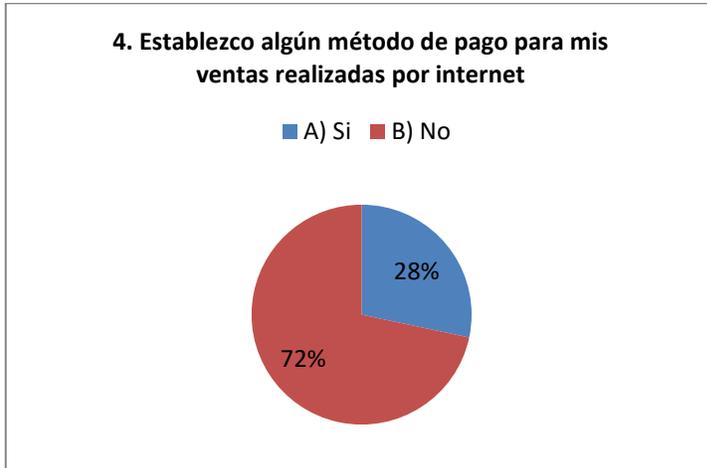
El 70% de las empresas encuestadas respondió correctamente a la definición de mercadotecnia en línea y el 15% respondió que era marketing online que igual es una respuesta correcta, sólo que el término está en el idioma inglés y sólo el 15% respondió erróneamente a E-commerce.



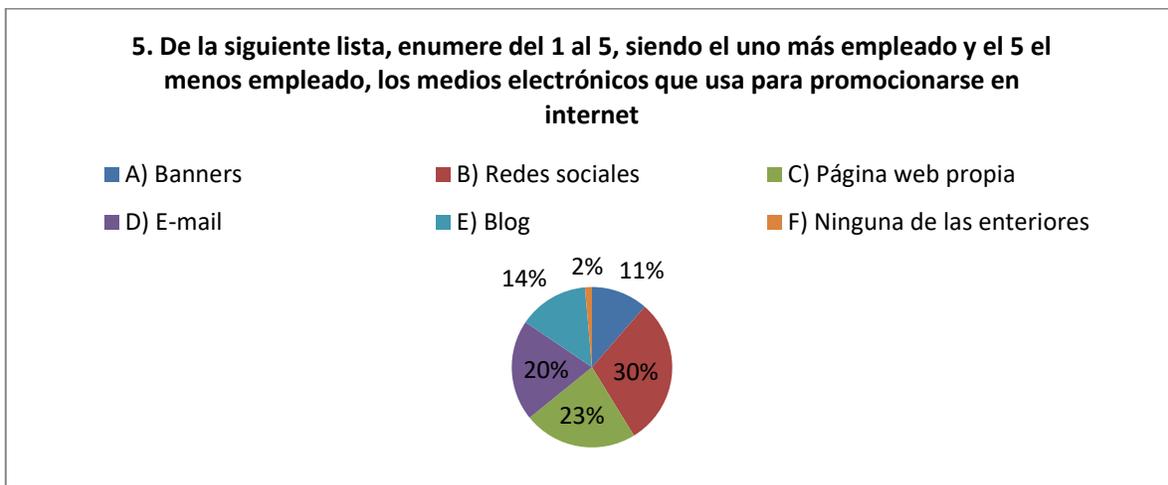
El 50% de las empresas encuestadas respondió correctamente a la definición de comercio electrónico y el 13% respondió que era E-commerce que igual es una respuesta correcta, sólo que el término está en el idioma inglés y sólo el 37% respondió erróneamente a mercadotecnia en línea.



El 47% respondió que sí utiliza y emplea la técnica de optimización de motores de búsquedas como herramienta de posicionamiento, el 18% no lo utiliza y el 35% desconoce el término.



El 28% respondió que si utiliza algún método de pago como transferencias o pagos con tarjetas de crédito y débito y el 72% respondió que no usa ningún método de pago por internet.



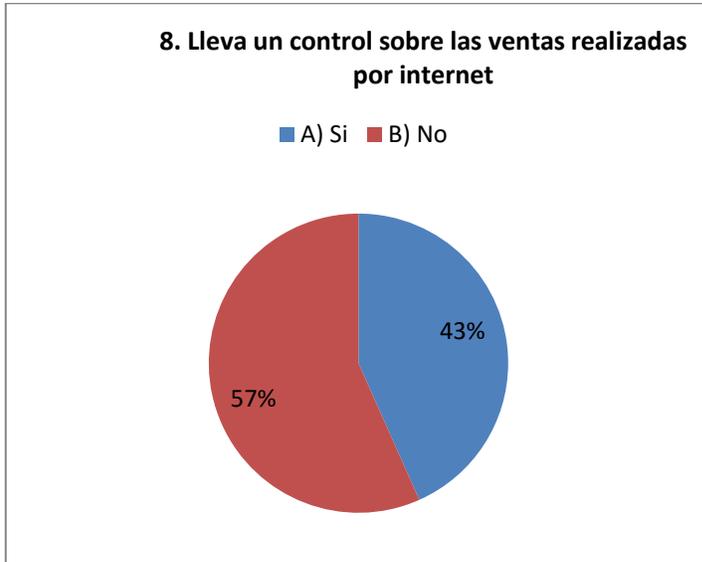
De los medios electrónicos que se usan para promocionarse en internet el más utilizado son las redes sociales con 30%, página web con 23%, E-mail con 20%, Blog con 14%, Banners con 11%, y sólo el 2%, no utiliza ni uno de estos medios.



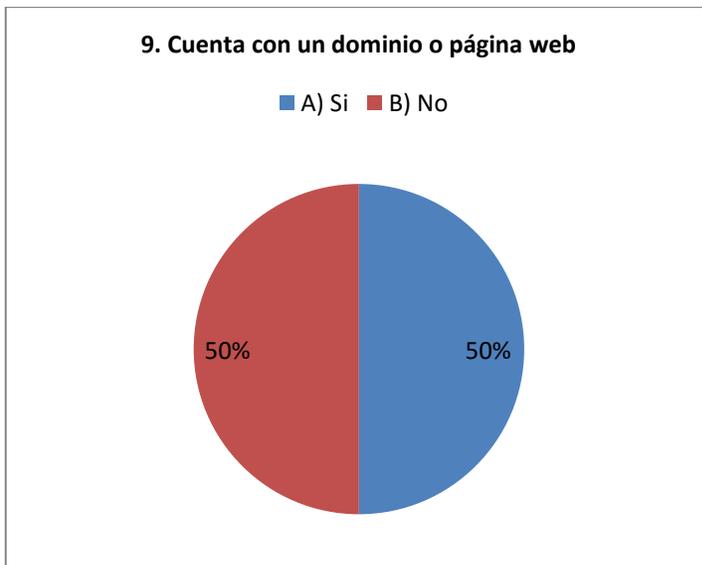
El 45% si utiliza un plan de marketing digital para el desarrollo de su negocio y el 55% de las empresas no lo utiliza.



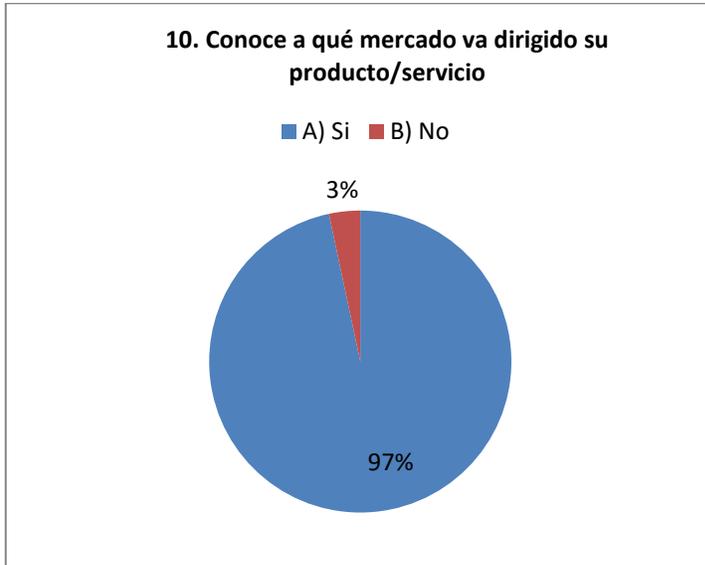
El 72% respondió quien lleva el control de la mercadotecnia en línea es el propietario del negocio, el 15% respondió a otro que generalmente es el gerente encargado de la empresa, el 13% respondió que el encargado de mercadotecnia digital y nadie cuenta con un profesional al externo o freelance.



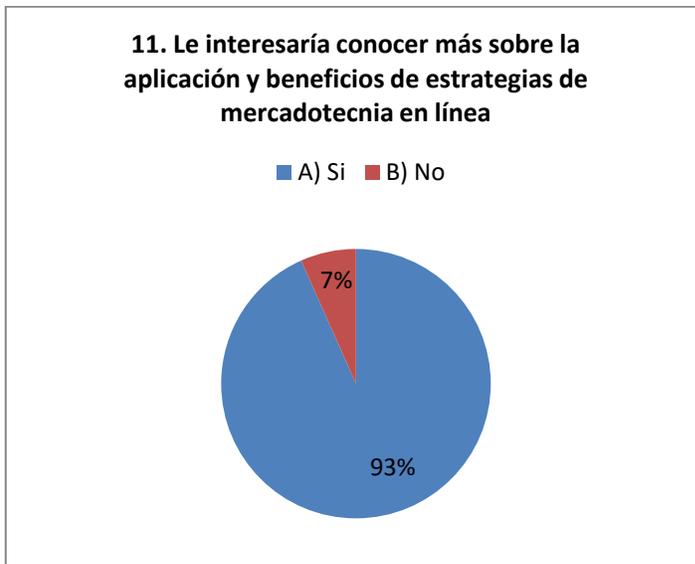
Sólo el 43% de las empresas respondió que si lleva control de sus ventas realizadas por internet y el 57% no lleva ni un control.



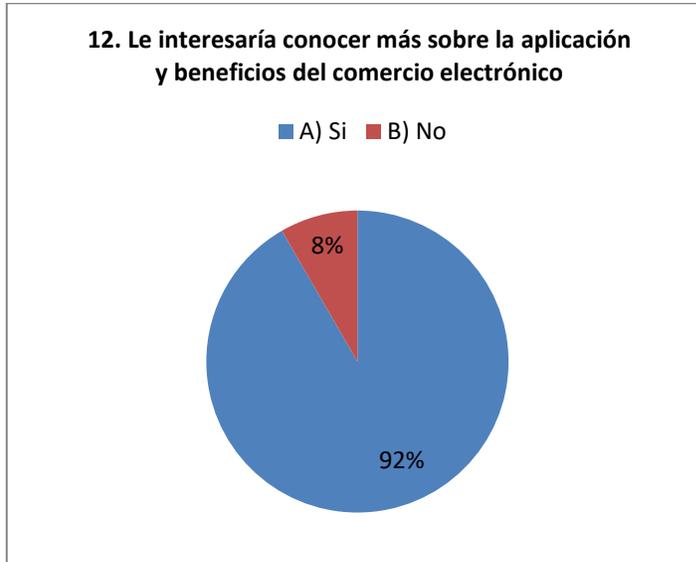
El 50% respondió que sí cuenta con una página web y el 50% no cuenta con una.



El 97% conoce a que mercado va dirigido su producto/servicio y sólo el 3% lo desconoce.



El 93% si le interesa conocer más sobre la aplicación y beneficios de estrategias de mercadotecnia en línea y sólo el 7% no le interesa.



Conclusiones.

De las 60 empresas entrevistadas, 35 fueron de servicios, 20 comerciales y 5 industriales. Con base a los resultados obtenidos en la primera pregunta podemos observar que 40 de las 60 empresas saben lo que es la mercadotecnia en línea, pues no es lo mismo aplicar una mercadotecnia en línea que conocer en si lo que es esta herramienta.

Actualmente en las empresas encuestadas se utilizan un poco más las tecnologías de información, si bien se sabe anteriormente cuando una empresa quiera dar a conocer sus productos y/o lo más común era que lo vocearan por la radio o por perifoneo, a lo que conlleva la ventas en línea, las empresas utilizan la venta por internet esto les permite un mejor servicio en cuestión de accesibilidad para el cliente, sin embargo esta herramienta tiene desventajas pues las empresas deben contar con un profesionista o en especialista para llevar el control de esa ventas. En la pregunta 7 la mayoría de las empresas menciono que el propietario del negocio es quien lleva el control de su mercado en línea posteriormente en algunos casos es otra persona que se encarga de la parte de la mercadotecnia digital el resto de las empresas utilizan otros tipos de servidores, se puede notar que en si ninguna empresa utiliza a algún profesional en esa área y esto puede afectar en gran medida al desarrollo de la empresa.

Y por ende la siguiente pregunta tuvo un gran impacto en las respuestas pues al no tener a una persona profesional en este tema pues no llevan ciertos controles al momento de hacer sus ventas por internet.

Según los datos arrojados en la pregunta la mitad de las empresas encuestadas cuenta con un dominio y pagina web y la mitad mencionaron que no, la pregunta 10 un mínimo de las empresas encuestadas no conoce a que mercado va dirigido su producto/ servicio y casi

todas si conoce el mercado, el cuestionamiento 11 casi un 50 de 60 empresas le interesaría conocer más sobre la aplicación y beneficios de estrategias de mercadotecnia en línea al igual que del comercio electrónico.

Por lo tanto se identifica el grado de aplicación de ambas estrategias en las MiPymes de Escárcega aunque no de una forma administrada de tal forma que den seguimiento y se evalúen las estrategias o acciones implementadas en sus negocios. Las empresas realizan operaciones de compras y ventas, a través de la red, así como también realizan intercambio de información y otros servicios haciendo uso de tecnologías como computadoras, tabletas electrónicas, celulares, sistemas de pagos electrónicos. Sin embargo hace falta el análisis de estas acciones aplicadas.

Referencias bibliográficas.

- Alcaide, J. C., Bernués, S., Diaz-Aroca, E., Espinosa, R., Muñiz, R., & Smith, C. (2013). *MARKETING Y PYMES, Las principales claves de marketing en la pequeña y mediana empresa: Marketing Y Pymes.*
- Castaño, J., & Jurado, S. (2016). *Marketing digital (Comercio electrónico)*. Editex.
- Cavazos Arroyo, J., & Reyes Guerrero, S. (2008). *Comercio electrónico: Un enfoque de modelos de negocio* (Primera ed.). México: Grupo Editorial Patria.
- Cruz Herradón, A. (2012). *Marketing electrónico para PYMES. Como vender, promocionar y posicionarse en internet* (Primera ed.). México: Alfaomega Grupo Editor.
- Estrada, C. (31 de 01 de 2016). *Marketing digital*. Obtenido de <http://marketingd2016.blogspot.mx/2016/01/ventajas-y-desventajas-del-marketing.html>
- García, D. (14 de 08 de 2017). Comercio electrónico crece 59% en México. *Monterrey*. Obtenido de http://www.milenio.com/region/mexico-amipci-ventas-pay_pal-e-commerce_0_1011498869.html
- Gutiérrez-Leefmans, C., & Nava-Rogel, R. (2016). Mercadotecnia digital y las pequeñas y medianas empresas: revisión de la literatura. *Enl@ce: Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 13 (1), 45-61.
- orba, M. (26 de 09 de 2016). *Comunidad iebs*. Obtenido de <http://comunidad.iebschool.com/meritxellcomunicacion20/2016/09/26/ventajas-y-desventajas-del-marketing-2-0/>
- Periódico Digital Hoy. (7 de Junio de 2014). *Los grandes retos del marketing digital*. Obtenido de Hoy Digital: <http://hoy.com.do/los-grandes-retos-del-marketing-digital>
- Pérez, M. I. R., Carreras, A. B. L., & Bustamante, M. (2014). Uso e impacto de las redes sociales en las estrategias de marketing de las PyMEs. *Revista de Investigación*, 7(19).

- ROFFECO. (16 de Enero de 2015). *Procaduría Federal del consumidor*. Recuperado el 1 de Octubre de 2017, de www.profeco.gob.mx:
http://www.profeco.gob.mx/internacionales/com_elec.asp
- Publicaciones vertice S. L. (2010). *Marketing digital* (Segunda ed.). Vertice.
- Seoane Balado, E. (2005). *La nueva era del comercio:el comercio electrónico. Las TIC al servicio de la gestión empresarial* (Primera ed.). España: Ideaspropias Editorial. Recuperado el 06 de 11 de 2017, de
<https://books.google.com.mx/books?id=evLz521ZVmAC&pg=PA4&lpg=PA4&dq#v=onepage&q&f=false>
- Thompson, I. (Julio de 2015). *Marketingintensivo.com*. Obtenido de Marketingintensivo.com:
<http://www.marketingintensivo.com/articulos-marketing/que-es-el-marketing-digital.html>
- Marketing Digital. (2013). *¿QUE ES EL MARKETING DIGITAL?* Obtenido de MD - Marketing Digital: <http://www.mdmarketingdigital.com/que-es-el-marketing-digital.php>
- Mundo ejecutivo express. (4 de 14 de 2015). Comercio electrónico impulsará crecimiento de Pymes. *Mundo ejecutivo express*. Obtenido de
<http://mundoejecutivoexpress.mx/negocios/2015/04/14/comercio-electronico-impulsara-crecimiento-pymes>
- Melgarejo, P. N. (S/A). Nociones generales sobre el comercio electrónico. *Facultad de Derecho USMP*.
- Silva Murillo, R. (2009). BENEFICIOS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO. PERSPECTIVAS, (24), 151-164.
- Salas, R. (26 de Febrero de 2014). *Cultura colectiva*. Obtenido de
<https://culturacolectiva.com/tecnologia/la-historia-del-e-commerce/>