



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
INSTITUTO DE POSTGRADO**

TEMA:

**ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL Y CAPTACIÓN DE NUEVOS
CLIENTES DE LAS PYMES, PROVINCIA SANTA ELENA.**

**TRABAJO DE TITULACIÓN EN MODALIDAD DE
ARTÍCULO PROFESIONAL DE ALTO NIVEL**

PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

**MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS MENCIÓN GESTIÓN EN
LAS PYMES**

AUTOR:

JENIFFER ELIZABETH GARCIA MENDOZA

TUTOR:

PHD. WILMA GUERRERO VILLEGAS

SANTA ELENA – ECUADOR

2023

APROBACIÓN DEL TUTOR

TUTOR: PHD. WILMA GUERRERO VILLEGAS

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL Y CAPTACIÓN DE NUEVOS CLIENTES DE LAS PYMES, PROVINCIA SANTA ELENA**”, elaborado por JENIFFER ELIZABETH GARCIA MENDOZA, egresada de la Maestría en ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS MENCIÓN GESTIÓN EN LAS PYMES, Instituto de Posgrado de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Magister Administración de Empresas Mención Gestión en las PYMES, me permito declarar que luego de haber dirigido científicamente y técnicamente en su desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por el cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente,

**WILMA MATILDE
GUERRERO
VILLEGAS**

Firmado digitalmente por WILMA MATILDE
GUERRERO VILLEGAS
Nombre de reconocimiento (DN): c=EC, o=BANCO
CENTRAL DEL ECUADOR, ou=ENTIDAD DE
CERTIFICACION DE INFORMACION-ECIBCE, l=QUITO,
serialNumber=0000662076, cn=WILMA MATILDE
GUERRERO VILLEGAS
Fecha: 2023.06.17 17:42:36 -05'00'

PHD. WILMA GUERRERO VILLEGAS
TUTOR

DECLARACIÓN DE AUTOR

Yo, JENIFFER ELIZABETH GARCIA MENDOZA, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente artículo profesional de alto nivel, como requerimiento previo para la obtención del título de MAGISTER ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS MENCIÓN GESTIÓN EN LAS PYMES, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Jeniffer Elizabeth Garcia Mendoza
AUTOR
C.I. 2400001448

TRIBUNAL DE SUSTENTACION



Ing. Herman Christian Zúñiga Muñoz,
MSc.
COORDINADOR DEL PROGRAMA



Mgtr. Emanuel Bohórquez Armijos
PROFESOR ESPECIALISTA 1



Firmado electrónicamente por:
**WILLIAM ALBERTO
CAICHE ROSALES**

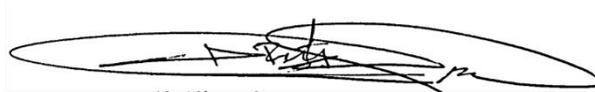


Mgtr. William Caiche Rosales

PROFESORA ESPECIALISTA 2

PhD. Wilma Guerrero Villegas

PROFESOR TUTOR



Ab. Víctor Coronel Ortíz, Mgtr.
SECRETARIO GENERAL

DERECHOS DE AUTOR

Yo Jeniffer Elizabeth Garcia Mendoza, autorizo a la Universidad Estatal Península de Santa Elena, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de artículo profesional de alto nivel con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este artículo académico dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.



JENIFFER ELIZABETH GARCIA MENDOZA
C.I. 2400001448



UNIVERSIDAD ESTADAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
INSTITUTO DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS MENCIÓN GESTIÓN EN LAS
PYMES

TEMA:

**ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL Y CAPTACIÓN DE NUEVOS
CLIENTES DE LAS PYMES, PROVINCIA SANTA ELENA.**

Autor: Jeniffer Elizabeth Garcia Mendoza

Tutor: PhD. Wilma Guerrero Villegas

RESUMEN

Este estudio analiza las estrategias de marketing digital en las pymes de la provincia de Santa Elena, evaluando su impacto en la captación y retención de clientes, así como en el crecimiento empresarial. Metodología: Usando un enfoque de métodos mixtos, se examinaron 239 encuestas respondidas por dueños de negocios de un total de 279 formularios enviados, junto con 8 entrevistas con dueños y gerentes de marketing. Resultados: Los hallazgos indican la efectividad de los canales digitales como redes sociales, correo electrónico y posicionamiento web. Fortalecer la presencia en línea y el alcance de las pymes en el mercado local influye significativamente en la adquisición y satisfacción del cliente. Conclusiones: En base a los resultados obtenidos se concluye que las PYMES de Santa Elena adoptan diversas tácticas de marketing digital en función del tamaño, enfocadas a impulsar las ventas y la atención al cliente. A pesar de enfrentar limitaciones de conocimiento, competencia y recursos, se esfuerzan por adaptarse al entorno digital. Este estudio proporciona información sobre la implementación de estrategias de marketing digital en las PYMES para mejorar la competitividad y el desempeño empresarial en la provincia de Santa Elena.

Palabras claves: Marketing digital, Pymes, Captación de clientes, Estrategias efectivas, Presencia online.



UNIVERSIDAD ESTADAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
INSTITUTO DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS MENCIÓN GESTIÓN EN LAS
PYMES

TOPIC:

**DIGITAL MARKETING STRATEGIES AND ACQUISITION OF NEW
CUSTOMERS FOR SMES IN SANTA ELENA PROVINCE.**

Autor: Jeniffer Elizabeth Garcia Mendoza

Tutor: PhD. Wilma Guerrero Villegas

ABSTRACT

This study analyzes digital marketing strategies in SMEs from the Santa Elena Province, evaluating their impact on attracting and retaining customers, as well as on business growth. Methodology: Using a mixed-methods approach, 239 surveys answered by business owners were examined out of a total of 279 sent forms, along with 8 interviews with owners and marketing managers. Results: The findings indicate the effectiveness of digital channels such as social media, email, and web positioning. Strengthening online presence and the reach of SMEs in the local market significantly influences customer acquisition and satisfaction. Conclusions: Based on the results obtained, it is concluded that SMEs in Santa Elena adopt diverse digital marketing tactics based on size, focused on driving sales and customer service. Despite facing knowledge, competition, and resource constraints, they strive to adapt to the digital environment. This study provides insights into the implementation of digital marketing strategies in SMEs for improving competitiveness and business performance in the Santa Elena Province

Keywords: Digital marketing, SMEs, Customer acquisition, Effective strategies, Online presence.

CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN PARA PUBLICACION

Date: 07-05-2023
Paper Id: JR_2023_2298

Dear
Jennifer GARCÍA-MENDOZA and Wilma GUERRERO-VILLEGAS

ISSUE MARKETING

Title:

Digital marketing strategies and acquisition of new customers for SMEs in Santa Elena Province

ACADEMIC PAPER ACCEPTANCE LETTER

After peer review process, your article has been accepted for publication in **Russian Law Journal** ISSN 23098678, 23123605 page web <https://www.russianlawjournal.org/index.php/journal> in Volume 11 Number 10s (2023).

Russian Law Journal (RLJ) is an independent, professional journal that covers recent legal developments not only in the Russian Federation, but also on international and comparative level. RLJ magazine is one of the first English-language legal academic editions regularly published in Russia.

Regards,

Editor-in-Chief

Dr. Febi Nur Hikari M.Hani
Darmas Ponds University

Russian Law Journal

Q4

Law

best quartile

SJR 2022

0.13



powered by scimagojr.com



Copyright © Ученые-писатели новостей, ul.Eastkowskiego 5, 61-756 Poznań +48 61 850 47 81