

**MARKETING DIGITAL PARA EL CENTRO GERIÁTRICO DULCE CUIDADO EN  
LA CIUDAD DE MEDELLÍN DURANTE EL PERIODO 2016.**

**DIANA MARCELA LONDOÑO TORO.**

**ANDREA CAROLINA LONDOÑO CARDENAS.**

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER.**

**FACULTAD DE ESTUDIOS EMPRESARIALES Y DE MERCADEO.**

**ADMINISTRACIÓN COMERCIAL Y DE MERCADEO.**

**MEDELLÍN, COLOMBIA.**

**2017.**

**MARKETING DIGITAL PARA EL CENTRO GERIATRICO DULCE  
CUIDADO EN LA CIUDAD DE MEDELLIN DURANTE EL PERIODO 2016.**

**DIANA MARCELA LONDOÑO TORO.**

**ANDREA CAROLINA LONDOÑO CARDENAS.**

Trabajo de Grado para optar al título de Administración Comercial y de Mercadeo.

**JEFERSON CARMONA MALDONADO.**

**ASESOR.**

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER.**

**FACULTAD DE ESTUDIOS EMPRESARIALES Y DE MERCADEO.**

**ADMINISTRACION COMERCIAL Y DE MERCADEO.**

**MEDELLÍN, COLOMBIA.**

**2017.**

## **DEDICATORIA**

Porque un logro más en mi vida, me hace sentir cada vez más orgullosa de lo que he logrado, por todo el esfuerzo y dedicación que he puesto, es por ello que quiero dedicar este título a mi familia, por su apoyo incondicional, a mis docentes por tener la paciencia para enseñarme y formarme para ser una profesional, después de tanto esfuerzo, veo que todo ha sido recompensado en formar mi carácter mi tenacidad siempre ávida de conocimiento.

Conocí personas maravillosas de las cuales aprendí mucho para complementar mi esencia y que siempre estuvieron presentes en los momentos más importantes de mi vida a mis compañeras de estudio por compartir un equipo de trabajo y estar siempre disponible para ayudar y compartir.

**Diana Marcela Londoño Toro.**

## **DEDICATORIA.**

Establecer metas es el primer paso para transformar lo invisible en visible  
#sueñohechorealidad.

Hoy es quizás uno de los días más felices de mi vida, doy infinitas gracias a Dios por permitirme llegar hasta donde estoy, por colocarme en el camino personas extraordinarias que contribuyeron en mi proceso de formación, a mi familia y amigos, Francy Londoño, Luisa Ossa, Katherine Goez, gracias por su apoyo fue fundamental para llegar al objetivo. A mis jefes de trabajo que siempre me apoyaron con disponibilidad de tiempo para realizar mis actividades académicas, a los profesores por brindarme sus conocimientos y prepararme para un campo laboral profesional, a mis compañeras de estudio, por darme la mano cuando más lo necesite Yuly Loaiza, Toro Diana, mil gracias a todos por ser parte de este sueño que comenzó hace cuatro años y medio, que hoy se hace realidad fruto del esfuerzo y la dedicación, gracias a todos por acompañarme en el camino, infinitas gracias, los quiero mucho y hoy sin duda alguna es un día muy especial. Feliz y agradecida por este logro.

**Andrea Carolina Londoño Cardenas.**

## **INTRODUCCIÓN.**

Dulce cuidado S.A.S es una Vivienda asistida especializada en el adulto mayor que cuenta con personal profesional experimentado y capacitado científica y actitudinal para la atención integral de los usuarios, familias y equipo de trabajo en pro de su calidad de vida, que opera en Medellín- Antioquia desde el año 2011. (Pg. Dulce Cuidado)

La razón principal por la cual las familias recomiendan el hogar es por el buen cuidado que se les da a los usuarios, ya que se les brindan toda la atención que ellos necesiten además de un espacio de ocio y confort para los mismos.

El siguiente trabajo se encontrará con la definición de lo que es marketing digital, su importancia en las empresas y sus aplicaciones para hacer crecer a las empresas. Este está estructurado de la siguiente manera: primeramente, el lector encontrara lo que es la investigación, descripción del problema, la necesidad a resolver, los beneficios y la justificación de la misma. Luego se encuentra el alcance de investigación y el marco referencial que ayudaron como referentes para desarrollo del trabajo. Por último, se encuentran aspectos técnicos del trabajo y las conclusiones del mismo.

## **ABSTRACT**

This work was carried out in order to introduce a digital marketing strategy for the Dulce Cuidado geriatric center, where it seeks to expand the possibilities of new customers and users that can be incorporated in the home.

Bearing in mind that digital marketing is being a new way to reach customers, it seeks to raise awareness of new digital strategies that contribute to the progress of the same through social networks, fan pages and search engines such as SEO And SEM.

Additionally, because this reduces the costs of advertising and reaches all types of customers which contribute to the achievement of the advertising goal through voice to voice.

**Keywords:** DIGITAL MARKETING, CUSTOMERS, PROGRESS, NEW ADVERTISING STRATEGIES

## **RESUMEN**

Este trabajo se realizó con el fin de introducir una estrategia de marketing digital para el Centro Geriátrico Dulce Cuidado, donde se busca ampliar las posibilidades de nuevos cliente y usuarios que se puedan incorporar en el hogar.

Teniendo en cuenta que el marketing digital está siendo una nueva manera de llegar a los clientes, se busca concientizar a las empresas, de nuevas estrategias digitales que contribuyan al progreso de las mismas por medio de redes sociales, fan pages y motores de búsqueda como SEO y SEM.

Además, porque este reduce los costos de publicidad y llega a todo tipo de clientes los cuales contribuyen al logro de los objetivo de publicidad por medio del voz a voz.

**Palabras Claves:** MARKETING DIGITAL, CLIENTES, PROGRESO, NUEVAS ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS





## **PALABRAS CLAVES.**

Marketing Digital, cibernautas, internet, web, centro geriátrico, influencers, Marketing.

## TABLA DE CONTENIDO

1.	TÍTULO .....	1
2.	TEMA DE INVESTIGACIÓN.....	2
3.	IDEA DE INVESTIGACIÓN.....	3
4.	ANTECEDENTES.....	4
5.	OBJETO DE ESTUDIO.....	8
6.	PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	9
6.1.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	9
6.2.	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	18
6.3.	SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	18
7.	OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN.....	19
7.1.	OBJETIVO GENERAL.....	19
7.2.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	19
8.	JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	20
8.1.	JUSTIFICACIÓN TEÓRICA.....	20
8.2.	JUSTIFICACIÓN SOCIAL.....	20
8.3.	JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA.....	21
8.4.	JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA.....	21
8.5.	JUSTIFICACIÓN GRUPAL.....	21
9.	ALCANCE.....	22
10.	MARCO REFERENCIAL.....	23
10.1.	MARCO TEORICO.....	23
10.2.	MARCO CONCEPTUAL.....	34
10.3.	MARCO CONTEXTUAL.....	37
10.4.	MARCO LEGAL.....	43
10.5.	MARCO ESPACIAL.....	46
10.6.	MARCO TEMPORAL.....	46
11.	ASPECTOS METODOLOGICOS.....	47
11.1.	TIPO DE ESTUDIO.....	47
11.2.	MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	47

11.3.	FUENTES Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN. ....	48
11.3.1.	Fuentes de información. ....	48
11.4.	TRATAMIENTO DE INFORMACIÓN. ....	48
11.4.1.	Presentación de la información.....	48
12.	CRONOGRAMA. ....	49
13.	RESULTADOS. ....	50
13.1.	TABLA DE SEGUIMIENTO.....	50
13.2.	ENTREVISTAS.....	54
13.3.	TABLA DE OBSERVACIÓN.....	63
14.	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS. ....	66
14.	CONCLUSIONES.....	74
15.	DESCRIPCIÓN DE LAS LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN.....	78
16.	RECOMENDACIONES PARA INVESTIGACIONES FUTURAS.....	79
17.	POSIBLES APLICACIONES PRÁCTICAS.....	80
18.	REFERENCIAS. ....	81
	Referencias .....	81
19.	ANEXOS.....	83

## LISTA DE ILUSTRACIONES.

<b>Ilustración 1</b> “Infografía: Marketing Digital Vs. Marketing tradicional” obtenido de <a href="http://woobsing.com/infografia-marketing-digital-vs-marketing-tradicional/">http://woobsing.com/infografia-marketing-digital-vs-marketing-tradicional/</a> _____	36
<b>Ilustración 2.</b> Logo dulce cuidado. Obtenido de <a href="http://www.dulcecuidadosas.com/">http://www.dulcecuidadosas.com/</a> _____	37
<b>Ilustración 3.</b> Logo Abuelo, mi viejo querido. Obtenido de <a href="http://www.miabuelomiviejoquerido.com/">http://www.miabuelomiviejoquerido.com/</a> _____	42
<b>Ilustración 4.</b> Logo El ciruelo. Obtenido de <a href="http://www.tucasaelciruelo.co/">http://www.tucasaelciruelo.co/</a> _____	43

## LISTA DE GRAFICOS.

<b>Gráfica 1.</b> “Población por grupos decenales en Colombia.” _____	14
<b>Gráfica 2.</b> “Ranking de redes sociales” _____	26
<b>Gráfica 3.</b> “Seguidores de influencers” _____	27
<b>Gráfica 4.</b> “El nuevo consumo de medios...” _____	30
<b>Gráfica 5</b> “EL NÚMERO DE USUARIOS DE INTERNET EN EL MUNDO ALCANZA EL 50% DE LA POBLACIÓN (2017)” _____	31
<b>Gráfica 6</b> “Internet users in the world by _____	32

## **1. TÍTULO**

Marketing digital para el centro geriátrico Dulce Cuidado en la ciudad de Medellín durante el periodo 2016.

## **2. TEMA DE INVESTIGACIÓN.**

Este trabajo está basado en el Marketing digital como herramienta de mercadeo.

### **3. IDEA DE INVESTIGACIÓN.**

Por medio del marketing digital se busca generar un vínculo entre las redes sociales, páginas web y buscadores que unifiquen toda la información del centro geriátrico dulce cuidado y obtener nuevos clientes potenciales. Que permite dar a conocer las empresas y generar vínculos comerciales que favorezcan el reconocimiento de toda actividad; el marketing digital es usada por los mercadólogos por que facilita la manera de llegar a los clientes por su rapidez y los bajos costos en la publicidad aportando beneficios como reconocimiento y crecimiento en el mercado.



#### 4. ANTECEDENTES.

AUTOR	TITULO	AÑO	OBJETIVO GENERAL	NIVEL DE DESARROLLO
Paul Fleming.  María José Alberdi Lang.	Hablemos de marketing interactivo. Reflexiones sobre marketing digital y comercio electrónico.	2000	Realizar una guía completa, con profusión de casos reales cómo enfocar la comercialización de productos y servicios en la red... -Diario el mundo.	En este libro podemos encontrar como el autor presenta la importancia y el impacto que empezaba a tener la publicidad por medio de internet, y deja claro que el profesional de la publicidad, obtiene potentes herramientas para alcanzar los objetivos de marketing.
Silvia Angélica Vargas Niño	Nuevas formas de publicidad y mercadeo en la era digital: una mirada exploratoria a portales interactivos, comunidades y advergames.	2009	Realizar una mirada exploratoria de las estrategias web más exitosas de los últimos 4 años que sirvan de ejemplo para ilustrar hacia dónde se dirige la publicidad y el mercadeo en la era digital.	Esta investigación nos habla del efecto que ha tenido la publicidad en internet, da cuenta de que es una buena inversión y plantea que se necesitan estrategias. Destaca que en la nueva era la publicidad nos rodea y la importancia que se comienza a dar al consumidor. También se plantea que la publicidad abre las puertas a la comunicación entre consumidores y consumidor- empresa.
Juan Pablo Cangas Muxica.  Marcela Guzmán	Marketing Digital: Tendencias En Su Apoyo Al E-Commerce Y Sugerencias De	2010	Analizar cómo las organizaciones, específicamente aquellas que desarrollan actividades de E-Commerce, han adoptado el Marketing digital, 11	Este es un trabajo complemente enfocado al Marketing Digital, en el encontramos como el autor planeta una conexión entre este y el E-Commerce; negocios que ocurren en plataformas

Pinto.	Implementación.		para así poder sugerir métodos de implementación en otras organizaciones (o bien mejorar su gestión actual).	electrónicas.
Carolina Salamanca.	Marketing digital como canal de promoción y venta.	2011	Analizar los diferentes buscadores identificando las variables más claves para generar la venta.	En esta investigación se analiza la infraestructura de la tecnología, estrategias de relación con el cliente, y la importancia de las empresas en la web.
Darilly Yuranny Hernández C.	Importancia del marketing digital para las PYMES colombianas orientadas a los negocios internacionales.	2013	Identificar con carácter global, los efectos transformativos, positivos e innovadores del marketing digital en las pequeñas y medianas empresas colombianas enfocadas a negocios internacionales.	En este trabajo la autora pretende resaltar como el Marketing Digital ha favorecido a los negocios internacionales; partiendo por su definición, sus componentes y su trascendencia en los negocios internacionales. También plantea un antes y después del Marketing digital para las empresas, partiendo desde Colombia.
Felipe Uribe Saavedra Josep Rialp Criado. Joan Llonch Andreu	El uso de las redes sociales digitales como herramienta de marketing en el desempeño empresarial	2013	Determinar si la intensidad de uso de las RSD en el marketing modera la relación entre capacidades dinámicas, orientación al mercado y orientación emprendedora, y cuál es el impacto en su desempeño.	Esta investigación busca encontrar el impacto de las redes sociales digitales en marketing, tomando como base el mercado español. Se deja claro como las RSD fomentan la unión clientes-empresa, además de que estas se deben utilizar como una herramienta de marketing.
M <sup>a</sup> Laura Antón	Análisis de la estrategia de		Analizar las estrategias de marketing digital que	En esta investigación se basa en el vino español y los

Escribano	marketing digital de una empresa vitivinícola: Bodegas Balbás	2014	sigue una empresa vitivinícola, debido a la creciente importancia del mundo digital.	cambios que este ha presentado en el mercado hace un tiempo, centrándose en la bodegas Balbás. Se analiza el mercado del vino español, qué es el Marketing digital y las estrategias del mismo en la Bodegas Balbás.
Andres Maridueña Marin Jessica Lissette Paredes Estrella.	Plan de marketing digital 2014 para la empresa corporación de servicios TBL S.A. de la ciudad de Guayaquil.	2015	Diseñar un plan de marketing digital para aumentarla participación del mercado y posicionar la marca TBL the bottom line en internet.	Este trabajo permite identificar las diferentes variables que componen el marketing digital y como puede ser aplicado a las empresas para lograr un mayor posicionamiento de las marcas o empresas.

## **ANALISIS Y RESULTADOS.**

Basados en la información anteriormente presentada en la tabla de antecedentes, vemos como un común tema en los trabajos de investigación son las estrategias de Marketing Digital en una empresa, además de la importancia de tener uno y la contribución de este en las mismas.

En los anteriores trabajos de investigación también se resaltan componentes comunes como los son internet y el consumidor, en primer lugar, internet como la principal base para la publicidad en la web, y como este ha hecho que la comunicación evolucione. El consumidor, se destaca porque con el nuevo uso de la publicidad en internet, esta toma un papel principal ya que todo gira su entorno y es desarrollado para este, también se destaca que con el marketing digital se fomenta la comunicación entre consumidores y entre el consumidor y la

empresa.

De este modo podemos concluir que muchas empresas no consideran importante la presencia en medios, pero con respecto a los antecedentes mencionados en la tabla podemos observar que estos generan un gran impacto y que son de gran importancia en el desarrollo de la empresa.

Dulce Cuidado fue fundado en el año 2011 por un grupo de profesionales que trabajaban en conjunto en otro centro geriátrico reconocido de la ciudad de Medellín comprometidas con la vocación de ayudar al buen desarrollo del adulto mayor. Este está ubicado en el sector estadio de la ciudad de Medellín; es reconocido con sus clientes por ser un hogar limpio y de un cuidado muy familiar con sus seres queridos lo que ha logrado que ellos mismos recomienden a Dulce Cuidado como una buena alternativa en el cuidado del adulto mayor ya que cuenta con el direccionamiento de una jefe de enfermería y una gerontóloga acompañada de un buen grupo de auxiliares de enfermería capacitadas.

Es notorio que la falta de un plan de marketing afecta en el reclutamiento de nuevos clientes, aunque en medio del desconocimiento se aplica un sistema de voz a voz generando confianza en sus clientes y familiares y que contribuyen a la entrada de nuevos usuarios para el centro geriátrico además tienen una página web y Facebook la cual favorece y desfavorece debido a que no las actualizan muy a menudo y no interactúan con ella. Es claro que no contar con un plan de mercadeo desfavorece el reconocimiento del centro y lo pone en desventaja para el ingreso de nuevos clientes.

## **5. OBJETO DE ESTUDIO.**

Estudio comercial al centro geriátrico Dulce Cuidado a través del marketing digital identificando nuevas oportunidades de comunicación y publicidad. Por medio de una investigación de tipo exploratoria y descriptiva, utilizando el método inductivo y las técnicas de observación y entrevistas al personal del hogar.

## **6. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.**

### **6.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.**

El marketing digital ha venido de la evolución del marketing; a medida que el consumidor ha cambiado o expresando más libremente sus deseos, necesidades y gustos. Lo que hace que expertos en el tema evalúen la forma de cómo ser escogidos por el consumidor ya que estos cada vez son más exigentes y evalúan todo antes de tomar la decisión de compra. El cliente de hoy verifica antes de su compra la diferencia que hay entre un producto y otro en aspectos como gramaje, sabor, presentación, practicidad, tabla nutricional entre otros. No solo verifican las bondades del producto también analizan el servicio que este preste y los beneficios que trae, los medios de cómo conseguirlos y su capacidad adquisitiva.

Por esta razón los expertos en marketing se fijan más en los patrones de conducta que intervienen en la toma de decisiones, evaluando que los impulsa a tomar ciertas decisiones de compra lo cual contribuye al direccionamiento de mejora continua para aumentar toda actividad comercial.

Evaluar de algún modo, la psicología del consumidor su manera de pensar de expresarse de elegir cierto lugar o producto por su aroma, presentación poniendo en contexto sus sentidos llevándolo a vivenciar nuevas experiencias hace que el marketing no solo sea la manera de ofrecer de mejor manera un producto o servicio de que el precio no sea un determinante de compra a la hora de un valor agregado, un sentimiento percibido o un momento vivenciado que ofrezca algo diferente o fuera de lo normal del contexto es aquí donde el marketing digital llega a jugar un papel muy importante porque por medio de redes, páginas web y correos se puede ofrecer otro tipo de experiencias y mejorar la calidad del servicio lo cual juega un papel importante para las empresas.

El marketing digital puede reducir tiempo y costos para las empresas puede mejorar la segmentación del cliente y conocer nuevos nichos de mercados ya que facilita el uso de herramientas como las encuestas, lo que favorece a las empresas mostrándole el camino correcto para establecer nuevas estrategias. A continuación, en el libro hablemos de marketing interactivo podemos ver por medio del autor como cambia el marketing digital una comunicación unilateral a bilateral. Fleming (2000) afirma:

Hoy la publicidad ha sido, en primer lugar, un medio unidireccional: es decir, el anunciante elegía mojar a su audiencia y ésta podía responder solamente de dos maneras: dejarse mojar, o hundirse (por zapping: cambiando el canal de la tele, pasando la página, etcétera). Integrar una oportunidad de intercambio de ideas y comentarios era costoso (cupones, /focus groups, telemarketing) y por eso no figuraba siempre en el plan de marketing. (p.25)

Luego de la afirmación de Fleming se puede decir que las empresas deben empezar a generar estrategias que permita a sus clientes y usuarios interactuar más constantemente con ellos ya sea por su página web, correo electrónico o las diferentes redes sociales pero lo más importante de todo es que los encargados de estos medios digitales de cada empresa estén en contante intercambio con el interlocutor que den respuestas asertivas y prontas al cliente o consumidor que se tomó el tiempo de generar una opinión que ayuda a evaluar el direccionamiento dentro de cada compañía.

En consecuencia, a lo anterior, se observa que el marketing digital llega a romper barreras de comunicación siempre y cuando los medios digitales sean bien administrados por una empresa.

La falta de una comunicación virtual con el cliente puede retrasar el proceso de conectividad e intercambio de ideas con el cliente lo cual puede afectar enormemente a la compañía ya que no está llevando a cabo un plan de marketing y en caso de estarlo aplicando será por medios físicos lo que denotaría esto como un proceso de comunicación ambiguo con el cliente lo que conlleva a que los costos aumenten y se manejaría la incertidumbre si esta comunicación fue asertiva y productiva.

En ese orden de ideas se concluye que el internet no solo es un espacio para realizar transacciones comerciales, sino que se ha convertido en un espacio que permite llevar a cabo los procesos que preceden y siguen la transacción, como el servicio posventa al cliente y es un recurso tanto para la obtención de información en la investigación comercial, como un instrumento de marketing que permite a la empresa conseguir los objetivos de la organización. (Marketing Digital, 2010)

Las redes sociales digitales llegan a jugar un papel importante en el contexto de marketing digital, debido a que las empresas pueden interactuar de una manera más cercana con sus clientes y puede fomentar concursos, actividades donde los cibernautas pueden competir entre ellos para buscar un ganador; logrando así ser percibidos y recordados por otros usuarios que interactúen en el medio digital.

Las redes sociales son uno de esos elementos que las marcas y las empresas han puesto en el epicentro de sus estrategias de marketing y que se han convertido en uno de esos escenarios ultra destacados en los que todo el mundo quiere ocupar posiciones de primera. Por ello, no solo se abren perfiles en las diferentes redes



sociales, sino que también se trabaja para crear una estrategia que asegure que los consumidores recibirán los mensajes que las marcas quieren que reciban. Es decir, no solo es importante estar en las redes sociales sino también conectar con los consumidores en ellas y lograr que estas se conviertan en un escenario destacado para posicionar mensajes y contenidos. (Puro marketing, 2017)

Dulce Cuidado S.A.S es un centro geriátrico que se ha mantenido por medio de una voz a voz ya que los usuarios y familiares que pertenecen a la institución están satisfechos con el servicio brindado; sin dejar a un lado que los médicos de atención en casa que visitan a los usuarios se sienten confiados por que encuentran un apoyo y responsabilidad frente a los tratamientos asignados para cada paciente.

Se analiza que cuando llegan nuevos clientes al centro geriátrico Dulce Cuidado manifiestan haber buscado este lugar en internet, pero no es muy fácil la búsqueda ya que no aparece en las primeras páginas de los buscadores, las redes sociales están desactualizadas y además no tienen conectividad de una con otra.

Teniendo en cuenta los antecedentes anteriores se puede decir que se tiene desventaja frente a otros centros geriátricos que pueden tener mayor participación por medio de las redes y que pagan para estar en primera línea de los buscadores lo cual limitaría el flujo de nuevos clientes y usuarios para Dulce Cuidado.

También los afecta la falta de motivación para las familias que tienen a los usuarios en el centro geriátrico debido a que no cuentan con material fotográfico de los procesos que tienen sus familiares dentro del centro. Evaluando cada una de los sucesos anteriores se puede decir que la ausencia de redes sociales dentro de una organización minimiza las oportunidades de negocio, la rentabilidad y la permanencia de este en el mercado. Debido a la falta de

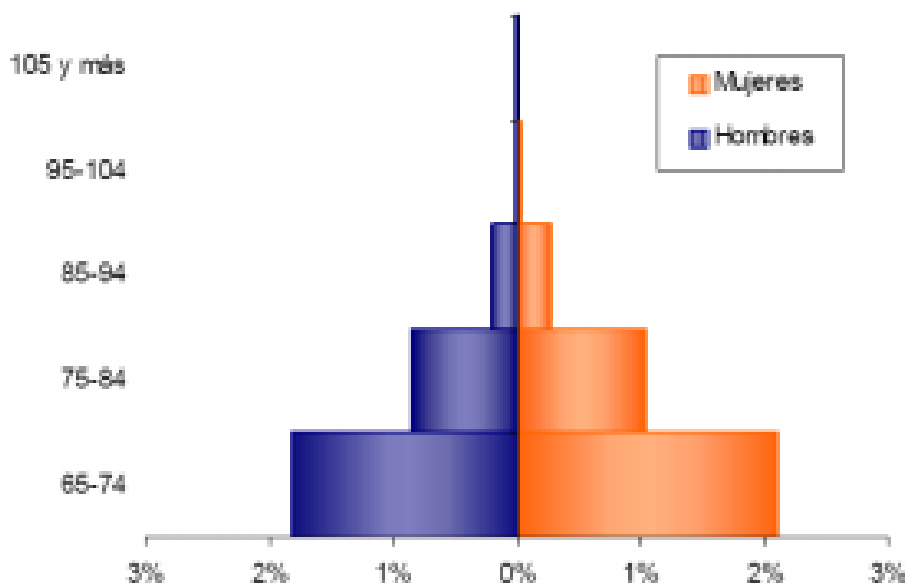
posicionamiento y de estrategias que integren a los cibernautas con la entidad que ofrece calidez para una vejez mejor.

Por otro lado, se puede decir que es un lugar que necesita referenciación de medios digitales debido a que sus servicios de cuidado personalizado para el adulto mayor se prestan en una casa en el barrio estadio de Medellín lo que genera poca atención de nuevos clientes por el desconocimiento del servicio prestado dentro de la organización.

Antes de evaluar lo mencionado con anterioridad , es bueno tener en cuenta que según estudios del ministerio de salud basados en una encuesta del DANE en el periodo 1990-2003; se evidencia que la población mayor de 80 años crece evidentemente a comparación de la general, también se aprecia como Colombia cuenta con 4.450 centenarios (personas de 99 y más años).

Además de que el 95% de ellos se encuentran en hogares particulares: destacando a Bogotá y a Medellín con altos porcentajes de 9% y 6,1% respectivamente. (minsalud)

En la gráfica 1 podemos ver la población colombiana adulta después de los 65 años de edad de un rango decenal aumentando en las posibilidades de vida



Gráfica 1. "Población por grupos decenales en Colombia." Obtenido de: Censo 2005

Según las estadísticas del DANE Medellín es la segunda ciudad con gran número de adultos mayores; lo que significa una buena noticia para dulce cuidado ya que esto representa una gran oportunidad para aumentar su servicio.

La esperanza de vida en los últimos 50 años se ha venido incrementando para todos, principalmente para las mujeres, de ahí que en la actualidad estas últimas vivan en promedio, 5.9 años más. Adicionalmente, el incremento de la esperanza de vida ha sido mayor en la población urbana, en los grupos con mayor nivel de instrucción y con mayores ingresos económicos. Estas diferencias podrían explicarse parcialmente, por profundas desigualdades en el acceso y utilización de los servicios de salud. Aumentando el incremento en la expectativa de vida para la población general, una vez cumplidos los 60 años, los colombianos vivan al menos otras dos décadas. (minsalud)

Esto de cierta manera puede significar la permanencia de los usuarios por más tiempo dentro del centro geriátrico y los medios digitales ayudan a sostener un nivel de confianza y de credibilidad dentro del centro geriátrico, además dinamiza los familiares con los usuarios optimizando los recursos; la gran mayoría recurren a este tipo de sitios por falta de tiempo lo que implica no tener la capacidad y conocimiento adecuado para cuidar de sus adultos mayores es por esto que dulce cuidado no solo debe brillar por los servicios ofrecidos y el trato del usuario y sus familias sino que además debe buscar una conexión con las páginas web y las redes sociales que beneficien los resultados en conjunto y logre estar siempre a la vanguardia frente a otros centros. Teniendo en cuenta que “Colombia en los últimos años registra un crecimiento exponencial en cuanto a la cantidad de usuarios que se encuentran registrados en las redes sociales. Facebook y Twitter son las que gozan de mayor popularidad” (mintic, artículo 2713).

Teniendo en cuenta la evolución del marketing y los procesos que esto implica, a Dulce Cuidado no actualizarse en los medios virtuales les trae grandes desventajas frente a sus competidores ya que los costos de publicidad pueden tender a no ser tan económicos y además no se tiene la certeza de que realmente llegue a las personas interesadas ya que utilizan estrategias de publicidad como volantes y el voz a voz si este centro no se actualiza en cuestiones digitales es muy probable que su reconocimiento siga siendo muy corto y que los clientes sean muy limitados para el proceso de incorporación de nuevas familias y de nuevos usuarios

Para tener un control del de este pronóstico mencionado anteriormente se pueden Realizar constantes actualizaciones de la información del Centro Geriátrico Dulce Cuidado, en las redes sociales y en la página oficial. Además, a esto se puede pagar para que cuando las

personas ingresen los diferentes nombres o modalidades que hagan referencia al cuidado del adulto mayor Dulce Cuidado aparezca en primera página y así se logre un mayor número de clientes. Otra manera de lograr reconocimiento por medios digitales es lograr estrategias en redes sociales que sean masivas e interactúen con diferentes públicos logrando tener una conectividad más cerca con el cliente potencial.

Para esto se puede realizar un video publicitario que presente a Dulce cuidado y compartir este en YOUTUBE; se debe hacer promoción de este compartiéndolo en las páginas oficiales e invitando a la comunidad a compartirlo en sus diferentes redes sociales.

A continuación, podemos ver cómo se puede crear estrategia en redes con el fin de aumentar la popularidad de la página en este caso se mencionarán una serie de eventos que se puede realizar en Facebook tales como:

- Cadena de “Me gusta”: Se procederá invitar diariamente al público de la red social a indicar que le gusta la página de Dulce Cuidado en dicha red social, además de invitar a las familias de los usuarios a que su grupo social y ellos mismos indiquen que les gusta.
- Concurso para las familias: 1 vez cada semestre se realizará un concurso con las familias, que consistirá en que la familia que más “me gusta” recolecte para la página recibirá un descuento de x porcentaje en el pago del mes en que se realice el concurso.  
¿Cómo se comprobará?

Los familiares que concursen deben tener los screenshot (captura de pantalla) de cada persona que indicó que le gustaba la página, y enviarlos, para después proceder a confirmar que la información es veraz.

Siendo estas algunas ideas que contribuyan a generar boom e intriga en las redes sociales se considera que así se puede llegar más fácil a las familias que requieren y necesitan este tipo de servicio para sus familiares de una manera más segura y cómoda.

## **6.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.**

¿Cómo puede afectar no poseer Marketing Digital en el hogar geriátrico Dulce Cuidado?

## **6.3. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.**

1. ¿Cómo se encuentra el Marketing Digital de Dulce cuidado?
2. ¿Por qué en dulce cuidado no se le ha dado importancia al desarrollo de un Marketing Digital?
3. ¿Al desarrollar estrategias de Marketing Digital dulce cuidado será más visible al público?
4. ¿Cuáles son las estrategias que ha desarrollado la competencia para su posicionamiento actual?
5. ¿Cuáles son las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas de la competencia?
6. ¿Cuáles son las principales ventajas que tiene dulce cuidado sobre la competencia?
7. ¿Qué opinan los clientes sobre el Marketing Digital de dulce cuidado?
8. ¿Qué efectos trae para dulce cuidado que se desarrolle un marketing Digital para el mismo?
9. ¿El personal de dulce cuidado tiene presente cuáles serán las futuras consecuencias al implementar el Marketing digital para el establecimiento?
10. ¿Qué podría pasar si dulce cuidado no incluye un Marketing Digital para sí?

## **7. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN.**

### **7.1. OBJETIVO GENERAL.**

Diseñar una propuesta de marketing digital en el centro geriátrico Dulce Cuidado que aumente el reconocimiento en la búsqueda de nuevos clientes en la ciudad de Medellín para el año 2017.

### **7.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Identificar como el hogar implementa el marketing digital.
- Investigar la importancia del marketing digital para el reconocimiento de dulce cuidado.
- Implementar técnicas que permitan identificar la opinión del personal del hogar sobre la implementación de un marketing digital para el hogar.
- Analizar que estrategias de marketing digital ha utilizado la competencia para alcanzar el posicionamiento que ahora tienen.
- Proponer estrategias que encaminen a dulce cuidado a un alto reconocimiento.



## **8. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.**

### **8.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA.**

Esta investigación se realiza con el fin de analizar la tendencia que viene marcando el marketing digital en las empresas logrando así el reconocimiento y la voz a voz de una manera masiva buscando ser reconocido por diferentes tipos de clientes y que en algún momento en específico de su vida requieran del servicio.

También esta investigación invita a que las empresas puedan implementar un plan de marketing digital que no solo le habla de las ventajas de contar con este tipo de recursos dentro de la organización, sino que también les da a conocer las desventajas que tienen frente a sus competidores al no acudir a esta nueva modalidad de interactuar con el cliente.

### **8.2. JUSTIFICACIÓN SOCIAL.**

En esta monografía no solo se invita al lector a conocer una nueva tendencia en el mercadeo, sino que también se habla de la importancia de este frente a la vida diaria una de las causales principales del marketing digital es que no solo ayuda a optimizar tiempo y recurso, sino que también cuenta con una estrategia de marketing verde ya que ayuda en el cuidado y la optimización del papel de publicidad.

Se habla de la importancia de implementarla dentro de una organización y lo cuidadosos que se debe tener a la hora de generar estrategias ya que este tipo de publicidad pueden ser contraproducentes a la hora de una mala campaña y también es muy vulnerable a que sea manipulada por terceros que solo buscan dañar su imagen.

### **8.3. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA.**

Con el fin de un mejor posicionamiento en el mercado y obtener nuevos clientes, se opta por realizar una estrategia que permita implementar un marketing digital, buscando ayuda e investigaciones que muestren lo que es y la importancia de este en las empresas, de esta manera se podrá analizar el impacto social y económico que el marketing digital causa en las mismas y así lograr el fin propuesto, además de que se cree una diferencia entre dichas empresas y la competencia, destacando la conexión desarrollada con los clientes.

### **8.4. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA.**

Esta investigación podrá ayudar a todo tipo de empresas, pero se destaca su ayuda en los hogares geriátricos, que tengan o no conocimiento de marketing y más aún de marketing digital. Ya que se entiende que este (el marketing digital) trae para las empresas grandes beneficios como lo son: el posicionamiento en el mercado o destacar en el mismo, el llamado a nuevos clientes, lo que trae consigo beneficios económicos, el aumento de la producción y de las ventas.

### **8.5. JUSTIFICACIÓN GRUPAL.**

La investigación será de ayuda para sus desarrolladoras ya que permite afianzar sus conocimientos en lo que es y cómo se trabaja el marketing digital, también generando conocimiento del mismo en las personas que a la investigación se acerquen. Ayudará de igual modo a las empresas que no poseen o no implementan el marketing digital como estrategia para posicionar a las mismas en el mercado.

## **9. ALCANCE.**

Con la presente investigación se planea mejorar exponencialmente la divulgación e interacción con el cliente del hogar geriátrico dulce cuidado, que este mantenga una mejor y más amplia comunicación con sus actuales y futuros clientes mediante la implementación de marketing digital para el establecimiento y así lograr un mayor reconocimiento ante la competencia. Todo esto basados en comprender lo que es, la importancia, para que sirve y como se implementa el marketing digital en una empresa.

## **10. MARCO REFERENCIAL.**

### **10.1. MARCO TEORICO.**

#### **Internet.**

¿Qué es Internet? Hoy día, cuando se le hace esta pregunta a alguien tendrá una cara de confusión porque es algo que hasta un niño de 5 años sabe, entonces es entendido como una respuesta obvia, pero es algo un poco más complejo, internet es el espacio, que ha permitido evolución de la sociedad, es el espacio que hoy nos da todo lo que necesitamos con un “click” o con solo sacar nuestros celulares, internet ha permitido que las horas de estudio para los estudiantes no sean tan agotadoras pasando de horas y horas leyendo libros en las bibliotecas o solo buscar en un navegador sin tener que salir de casa, también Internet ha permitido la rápida comunicación entre personas pasando de las cartas que demoraban días en llegar a sus destinatarios a los E-mail, o mensajes de texto en redes sociales que solo tardan un segundos.

Dicho de una manera más simple internet es una red que conecta con otras permitiendo el intercambio de información.

Internet es el tejido de nuestras vidas en este momento. No es futuro. Es presente. Internet es un medio para todo, que interactúa con el conjunto de la sociedad y, de hecho, a pesar de ser tan reciente, en su forma social... no hace falta explicarlo, porque ya sabemos qué es Internet. Simplemente les recuerdo, para la coherencia de la exposición, que se trata de una red de redes de ordenadores capaces de comunicarse entre ellos. No es otra cosa. Sin embargo, esa tecnología es mucho más que una tecnología. Es un medio de comunicación, de interacción y de organización social. (Castells, 2000)

## **Efectos de internet en la sociedad.**

### **Lo bueno.**

Es un espacio donde se puede: educar, utilizando los diferentes navegadores o aplicaciones, se puede aprender un nuevo idioma o el tema que no se comprendió en el instituto; consultar, buscar nueva información, actualizarse de la situación actual del país y del mundo entre otros esto depende de la necesidad del usuario pero de seguro lo que se necesite allí estará; brindar ocio, cuenta con múltiples juegos para niños pequeños o los gamers más expertos además de tener acceso a YouTube, portal de internet que permite tener acceso a videos; comunicar, con la llegada de las redes sociales la comunicación entre los usuarios es cada vez más rápida; ubicarse, puedes buscar cualquier lugar y su dirección e incluso buscarlo en el mapa utilizando aplicaciones como GOOGLE maps; dar opinión, siendo una red que permite que cualquier usuario haga uso de esta, los usuarios pueden utilizar redes, blogs... para realizar comentarios de un tema de interés sin ningún problema; realizar compras, pues si esto también se puede hacer gracias a internet donde encontraras plataformas para vender y comprar gran variedad de productos.

### **Lo malo.**

Internet, aunque bueno por la evolución y gran ayuda para la comunicación en la sociedad también cuenta con puntos negativos que afectan a la misma.

Estando internet al alcance de todo público, hay personas que se pueden sacar provecho de esto, y es que es una realidad que por lo menos en Colombia se ve muy seguido como hombre e inclusive mujeres contactan a menores de edad por las redes sociales para después abusar de ellos. Robos, ya que podemos hacer compras por este medio, muchas veces las personas no

toman precauciones cuando van a comprar o vender productos, y pueden perder buena suma de dinero. Es un lugar donde todos pueden publicar, esto quiere decir que se puede escribir lo que se desee sin importar que sea verdad o no. Internet puede ser un lugar no apto para niños por su alto nivel de información estos quienes aún no tienen conciencia de sus actos son los más afectados y vulnerables por eso, es el público al que más atención y orientación se le debe brindar.

(Perez & Florido, 2003)“Internet es una fuente de conocimiento y sabiduría que le reporta beneficios a la educación, permitiendo que este avance a través de su tecnología, aunque para ello se hace necesario saber usar adecuadamente dichas tecnologías en búsqueda del conocimiento.”

## **REDES SOCIALES.**

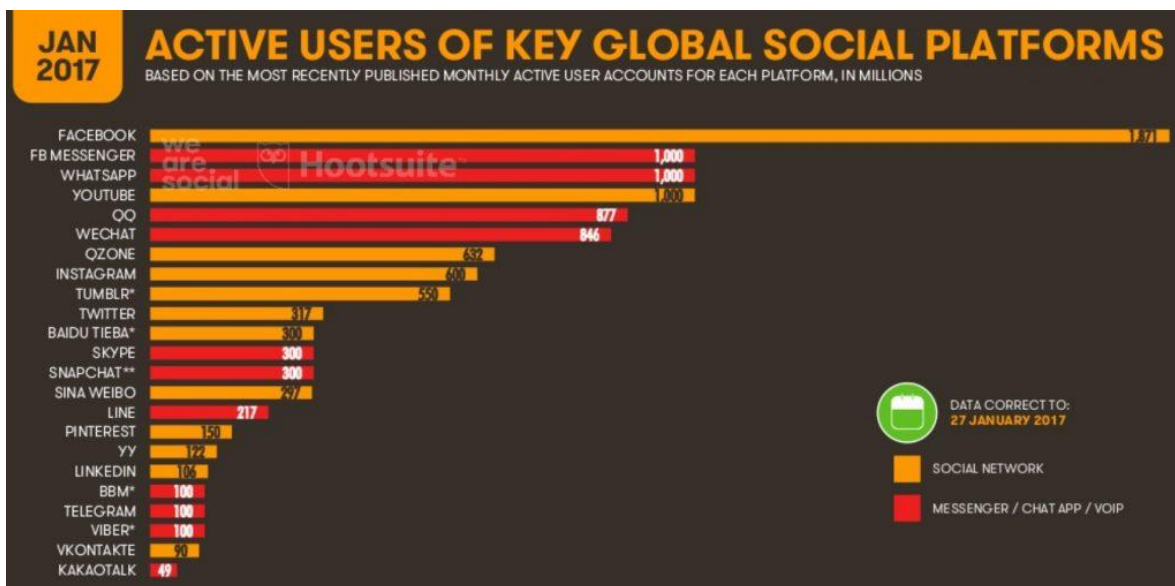
Son plataformas de comunicación y/o entretenimiento desarrolladas para los usuarios de internet. Por ello este término se hace más común a nuestros oídos, porque, así como los usuarios en internet incrementan, los usuarios de esta también se informan, además de que en la actualidad la mayoría de personas tienen al menos acceso a una red social.

En sentido amplio, una red social es una estructura social formada por personas o entidades conectadas y unidas entre sí por algún tipo de relación o interés común. El término se atribuye a los antropólogos británicos Alfred Radcliffe-Brown y Jhon Barnes. Las redes sociales son parte de nuestra vida, son la forma en la que se estructuran las relaciones personales, estamos conectados mucho antes de tener conexión a Internet. (idatzia, 2012)

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente por Idatzia es bueno que dulce

cuidado cuente con una red social donde se puedan vincular todas las personas interesadas en el cuidado del adulto mayor ya que permitirá dar a conocer dudas e inquietudes sobre el comportamiento de estos y así ayudar a mucha más gente que tenga la misma inquietud o inconveniente.

Facebook es líder en las redes sociales en el mundo. Sin lugar a dudas. Según el informe Digital In 2017 elaborado por We Are Social 2017 en colaboración con Hootsuite sobre estadísticas, análisis y tendencias digitales, Facebook, con 1.871 millones, es la red social con mayor número de usuarios activos mensuales en el mundo. Más de la mitad, un 55 %, utilizan la red social a diario



Gráfica 2. “Ranking de redes sociales” <https://marketing4ecommerce.net/cuales-redes-sociales-mas-usuarios-mundo-2017/>.

“Como puedes ver en la gráfica de We Are Social, en el ranking de las redes sociales con más usuarios activos del mundo se incluyen un buen número de plataformas poco conocidas”

El uso de las redes sociales incrementara cada vez, de igual manera nacerán más de estas para

el uso de todos los usuarios. (Villanueva, 2017)

## PUBLICIDAD EN LAS REDES SOCIALES.

Estando las redes sociales tan bien posicionadas hoy, muchas empresas han decidido usar estas para promocionar sus productos, y es que esto es una muy buena estrategia ya que son tantas las personas que diariamente ingresan a las redes, que en uno de sus ingresos puedan ver la publicidad y generar más clientes para las empresas es muy óptimo para las mismas.

(Alvarez, 2017)“Las empresas publicitarias empiezan a apostar por incluir sus anuncios en las redes sociales y en el próximo año se verán más acciones relacionadas con la compra de productos.”



Gráfica 3. “Seguidores de influencers” <http://www.antevenio.com/blog/2016/05/analisis-del-informe-de-2016-del-iab-sobre-el-uso-de-redes-sociales/> Estudio Anual de redes sociales del IAB

Sabiendo que los influencers son personas con gran presencia y nivel de credibilidad en redes



sociales. Vemos que un 85% de los usuarios les sigue, lo que quiere decir que internet es un espacio que ha de ser aprovechado por las empresas para crecer y desarrollar mayor presencia en el mercado, una buena estrategia para llevar el producto a los usuarios y escoger la red social correcta han de ser elementos claves.

## **¿QUÉ ES MARKETING DIGITAL?**

(Sierra, 2017) director general de SM Digital- SM group: El marketing Digital es una tendencia que entiende los cambios de comportamiento del consumidor, y actúa más bajo estrategias Pull en donde es el usuario quien jala el contenido, lo cual lo hace más efectivo, con la opción de poderlo compartir con sus círculos sociales, y complementado con potentes herramientas de medición y la posibilidad de estar al lado del consumidor las 24 horas del día.

En algunos casos el marketing digital ayuda también a encontrar ese público objetivo que por medio de volantes y eventos no conocen de los productos o servicios que le puede ofrecer el mercado. El marketing digital para algunas empresas sale mucho más económico que la publicidad tradicional. Además, que la comunicación ya puede ser bilateral cuando antes solo era unilateral y se puede tener en cuenta la opinión de los clientes.

## **IMPORTANCIA DEL MARKETING DIGITAL:**

El marketing está presente en todas las acciones sociales y económicas de nuestras culturas. Su importancia se hace evidente cuando las personas aun sin saberlo usan leyes de marketing en muchos actos cotidianos. “Es imperativo en estos tiempos crear

un valor y satisfacción en el cliente, como también lograr que la gente conozca la marca y el producto. Cuando la marca logra prestigio es mucho más sencillo penetrar en nuevos y diferentes mercados” (Rivera Camino & Garcillán López- Rúa, 2009). (Marín & Estrella., 2015)

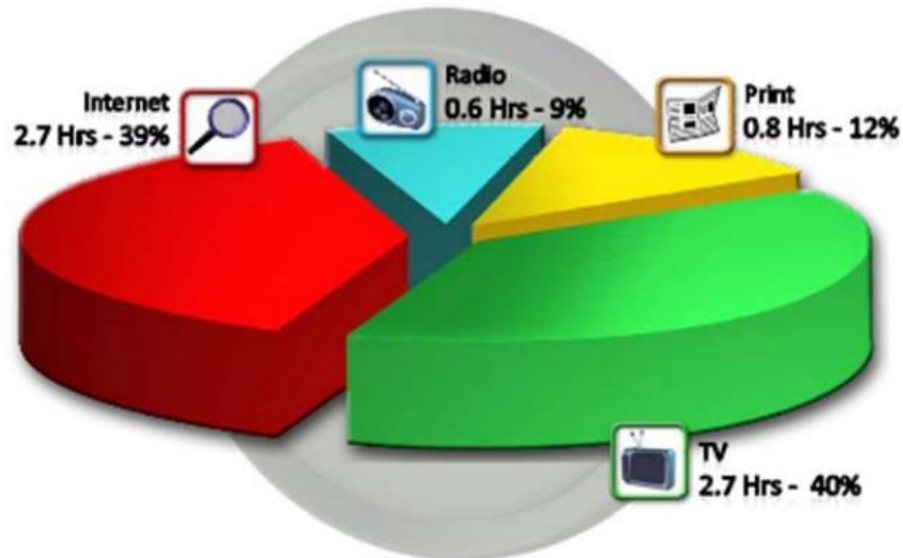
El marketing digital es importante ya que con este las empresas pueden ampliar la forma en la que presentan sus productos al mercado, aprovechando la cantidad de usuarios de internet y presentándole a estos, de una manera diferente a la común lo que dicha empresa les puede ofrecer. Este traerá gran consecuencia a nivel económico en la empresa porque al incrementar los clientes la economía de esta también se verá afectada

En otras palabras, nos lo dice (Fleming, 2000), en su libro “Hablemos de marketing interactivo”

Gracias a la naturaleza multimedia, el poder de la publicidad en internet te permite tenerlo todo a la vez; video, audio, animación, texto, distribución inmediata de muestras. Todo está a tu disposición y te da la oportunidad de crear un lugar vivo y dinámico en el cual el interesado podría experimentar su producto. (pág. 25 las posibilidades de la multimedia)

Esto no enseña como la implementación del marketing digital hace que el cliente tenga a un fácil alcance y de manera directa lo que necesita saber sobre la empresa, es decir captar 100% su atención, además de atraer nuevos clientes para la misma.

## El nuevo consumo de medios...



Gráfica 4. "El nuevo consumo de medios..." Tomada de "plan de marketing digital". <http://www.camaramadrid.es/doc/linkext/plan-marketing-digital2.pdf>

Si analizamos la anterior imagen podemos ver que los medios de comunicación como internet y televisión son los que predominan en el consumo de medios, es aquí donde el marketing digital entra y toma esta información para ayudar a las empresas, y que estas tengan nuevos caminos para exponerse al mundo, dar un nuevo rumbo a la publicidad utilizada y como consecuencia esto los llevará a incrementar sus clientes, mostrarse de otra manera al mercado, incrementar los ingresos entre otros.

Por esto decimos que implementar el Marketing digital en las empresas traerá grandes ventajas para esta en el mercado.

Entonces el md toma tanta importancia dado que en la actualidad el mundo digital es el más apetecido por los usuarios, estamos en un constante cambio donde la tecnología se atribuye un

rol fundamental en el mercado.

Ejemplo de ello, es el times square, una intersección en Manhattan (Nueva York) que ha aumentado su popularidad por la publicidad luminosa que allí se encuentra, todo eso hace parte de el apoderamiento de la tecnología en el mundo.

### ¿Por qué desarrollar un plan de marketing digital es importante para las empresas?

La era digital es ahora y seguirá evolucionando cada día. Al pasar de los días la tecnología evoluciona, las estadísticas aumentan, nuevos productos salen al mercado y de estos salen actualizaciones constantemente, así mismo crecen las cifras de los usuarios que recurren a internet, esto nos lo confirma el informe de We Are Social 2017 donde dice que “Más de la mitad de la población mundial utiliza Internet, con más de 3.750 millones de personas online; y el 50% del tráfico web ya procede de dispositivos móviles”.

Y nos presenta esta información de una manera gráfica donde...

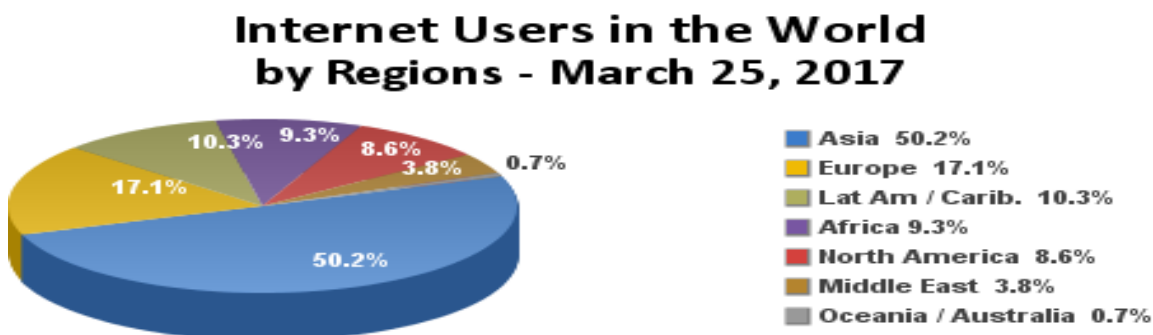


Gráfica 5 “EL NÚMERO DE USUARIOS DE INTERNET EN EL MUNDO ALCANZA EL 50% DE LA POBLACIÓN (2017)” <https://marketing4ecommerce.net/usuarios-de-internet-mundo-2017/>

...nos presentan la cantidad de usuarios de internet, usuarios activos en redes sociales, quienes

son solo utilizan sus móviles, y quienes están activos en redes sociales por medios de sus dispositivos móviles.

También nos los muestra internet world stats la siguiente grafica donde podemos ver como latino América y caribe representan un 10.3% de los usuarios de internet a nivel global, y solo un 0.7% no hacen parte de los usuarios de internet.



Source: Internet World Stats - [www.internetworldstats.com/stats.htm](http://www.internetworldstats.com/stats.htm)  
Basis: 3,731,973,423 Internet users on March 31, 2017  
Copyright © 2017, Miniwatts Marketing Group

Gráfica 6 “Internet users in the world by regions...”<http://www.internetworldstats.com/images/world2017pie.png>

Otra razón es que claramente las personas cada día refuerzan sus decisiones consultando en internet la información. De este modo, si la información de su empresa se encuentra bien presentada frente un usuario que busca en la web, esta será la oportunidad de un nuevo cliente para su negocio.

En Colombia los buscadores se han vuelto la herramienta más importante para tomar decisiones de compras, en el primer momento de búsqueda, en promedio 30% de las personas utilizan internet, en los verticales de turismo hoteles y pasajes la proporción sube a un 50% (Arias & Lopez)

Siendo la implementación de un marketing digital una nueva estrategia para hacer

crecer las empresas es importante que las mismas, empiecen a desarrollar estrategias para implementarlo. Ya que es estar un paso adelante es bueno tener en cuenta que marketing digital no es solo crear una página.

Hay que tener en cuenta que este necesita constante mantenimiento y que los administradores deben estar pendiente de sus páginas para responder las dudas e inquietudes de los clientes por este medio digital.

El marketing digital se puede considerar como la forma más práctica y ligera de llegar al cliente final, rompiendo todo tipo de barreras. Ya que el mensaje puede ser más directo e interactuar por medio de la página con ellos logrando que el cliente satisfecho lo recomiende con su círculo social.

### **¿Que es posicionamiento en los buscadores?**

“Los motores de búsqueda como Google, Ask, Bing o Yahoo. Las técnicas utilizadas de marketing en los motores de búsqueda son más comúnmente llamadas SEO y SEM. Estas técnicas están orientadas a optimizar los resultados de búsqueda”. (torres, 2015)pg. 76 según lo mencionado anteriormente los buscadores ayudan a que los cibernautas interactúen más rápido con la página ya que si son buscadores SEO son totalmente naturales porque es algo que tiene identificado google como tal a la hora de tener interacciones frecuentes con la pagina es decir si varias personas siempre buscan una palabra desde ordenadores diferentes y en medio de eso siempre llegan a la misma página de interés y permanecen en ella google automáticamente la va guardando como prioritaria aplicando así al buscador SEO.

Mientras que los buscadores SEM son aquellos que tienen un costo para que las empresas logren estar en primera página resaltados según las palabras indicadas.

## **10.2.MARCO CONCEPTUAL**

(William, Michael, & Bruce, 2007) “Definen el Marketing de la siguiente manera: Marketing es un sistema total de actividades de negocios ideado para planear productos satisfactorios de necesidades, asignarles precio, promoverlos y distribuirlos a los mercados meta, a fin de lograr los objetivos de la organización”. En esta definición se puede decir que se habla de lo que es el comienzo del mercadeo donde solo se generaban estrategias y se velaba por el uso de las 4 p y velar por la colocación del producto por medio de estrategias de precio y amarre.

(Philip & Kevin, 2006) El Marketing consiste en identificar y satisfacer las necesidades de las personas y de la sociedad. Una de las definiciones más cortas de marketing dice que el marketing consiste en "satisfacer necesidades de forma rentable" teniendo en cuenta que el marketing es crear necesidades a los usuarios e impulsar productos o servicios de una organización se debe establecer que los costos de publicidad tengan retorno a la hora de la venta para cumplir con los objetivos de mercadeo.

((A.M.A), 2009) Nos brinda la siguiente definición: Marketing es una función organizacional y un conjunto de procesos para crear, comunicar y entregar valor a los clientes y para administrar las relaciones con los clientes en formas que beneficien a la organización y sus grupos de interés. En esta hablan más del marketing como una unión de relaciones que vinculan al cliente con la empresa y genera alianzas que fidelizan a los compradores con la compañía u organización.

(Marketing., 2009) Define el marketing de la siguiente manera: Es el proceso de administrar responsablemente la identificación, anticipación y satisfacción de las necesidades

de los clientes de forma rentable

(Marketing Digital, 2010) define marketing digital: El marketing digital es un sistema interactivo dentro del conjunto de acciones de Marketing de la empresa, que utiliza los sistemas de comunicación telemáticos para conseguir el objetivo principal que marca cualquier actividad de marketing: conseguir una respuesta medible ante un producto y una transacción comercial. (pag.2)

(Selman, 2017)Lo define de la siguiente manera: Así que el marketing digital consiste en todas las estrategias de mercadeo que realizaremos en la web para que un usuario de nuestro sitio concrete su visita tomando una acción que nosotros hemos planeado de antemano. Va mucho más allá de las formas tradicionales de ventas y de mercadeo que conocemos e integra estrategias y técnicas muy diversas y pensadas exclusivamente para el mundo digital.

#### **LOS 4 FANTASTICOS DEL MARKETING DIGITAL.**

SEO: buscador natural que apoya las páginas que mantienen mayor interacción colocando las páginas de mayor interacción con los usuarios en la primera hoja. trata de reaccionar más rápidamente a las búsquedas establecidas en internet es decir ayuda a que los usuarios por medio de palabras claves lleguen más rápido a conocer el sitio web que desean o buscan para satisfacer una necesidad.

SEM: son los encargados de la publicidad online, ya que buscan la mejor manera de que las empresas que paguen aparezcan en las primeras páginas de los buscadores de google, Yahoo y entre otros favoreciendo a las empresas con más visitantes en sus páginas.



COMMUNITY MANAGER: es el encargado de facilitar el dinamismo de las empresas con los buscadores y las redes, ya que este asesora en el tema de los buscadores y la compactibilidad con las páginas web, Son comunicativos, con don de gentes y saben captar nuevos clientes potenciales.

ANALISTA WEB: todo lo anterior no lo podríamos medir, si no tenemos un analista web con nosotros que sepa todo lo que está pasando en nuestro sitio web en cada momento.

Calculadores metodológicos con gran visión de los “pros” y “contras” que pueda tener tu sitio web, para optimizarlo y mejorarlo. (ADVEISCHOOL, 2016)

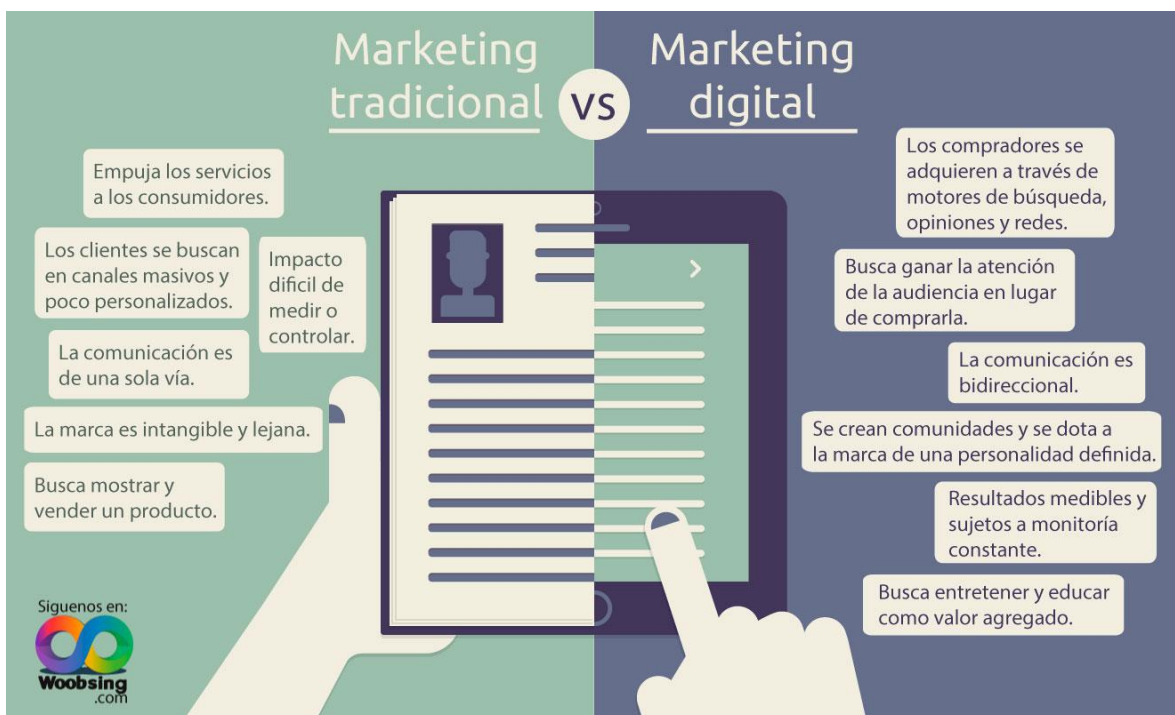


Ilustración 1 “Infografía: Marketing Digital Vs. Marketing tradicional” obtenido de <http://woobsing.com/infografia-marketing-digital-vs-marketing-tradicional/>

Como podrás ver, las diferencias entre el marketing tradicional y el marketing digital son abismales, sin tener en cuenta la importancia de la presencia digital en la actualidad para cualquier empresa pues, la gran mayoría de personas (incluyendo tus compradores

potenciales) se encuentran buscando en Internet, soluciones a sus necesidades o problemas. No esperes más para iniciar una campaña de marketing digital que no solo te traerá ventas, sino que generará clientes fieles a tu producto o servicio, motivados a dar opiniones y recomendaciones sobre el mismo, iniciando así un ciclo en el cual, encontrarás cada vez más clientes a un menor costo de inversión. (Rozo, 2016)

### 10.3. MARCO CONTEXTUAL.



Ilustración 2. Logo dulce cuidado. Obtenido de <http://www.dulcecuidadosas.com/>

La investigación se realizará en el centro geriátrico Dulce Cuidado en la Ciudad de Medellín, ubicado en el sector estadio, del departamento de Antioquia.

#### **Características de la empresa.**

La empresa dulce cuidado se encuentra en el sector terciario de servicios (salud), es una empresa pequeña tiene 7 años en el mercado

Son una Vivienda asistida especializada en el adulto mayor, que cuenta con personal profesional experimentado y capacitado en la atención integral de los usuarios, familias y

equipo de trabajo en pro de la calidad de vida. Son el sueño de vivienda asistida humanizada que cualquiera desearía para sí mismo o su familiar más querido, sin tener restricción de su realidad o condición biopsicosocial. Son un espacio amable y cálido, con una infraestructura acorde para cubrir las necesidades de confort del adulto mayor.

### **Misión.**

Prestar servicios de vivienda asistida para el adulto mayor propendiendo por la calidad de vida de los usuarios y los empleados, brindado un servicio multidisciplinario y personalizado, que facilite la independencia, autonomía y participación activa de cada uno.

### **Visión.**

Su excelente servicio humanizado, multidisciplinario y personalizado prestado con calidad y calidez al adulto mayor.

Por su seriedad, calidad humana y ética administrativa y por su solidez económica.

Por ser permanentemente innovadores de forma efectiva y eficiente, en la prestación del servicio para dar respuesta a las demandas y por ser competitivos en el mercado. Ser una ciudadela que cumpla con la norma para así brindar mayor bienestar y confort a nuestros usuarios.

### **Valores corporativos.**

- a. Respeto: Esmero, consideración y cortesía en el trato con los demás.
- b. Transparencia: Claridad en las actuaciones.
- c. Compromiso: Pro actividad, sentido de pertenencia y diligencia en el desempeño de los roles y responsabilidades.

- d. Calidez: Cercanía, cordialidad y delicadeza en el quehacer diario.
- e. Amor: es el sentimiento más grande que Dios nos dio, nos impulsa a hacer el bien.
- f. filosofías: ética, calidad humana, eficiencia, bienestar.

**Cuenta con servicios de atención personalizada de.**

- a) Gerontóloga profesional: estimulación cognitiva, socialización permanente y consultoría gerontológica, socialización
- b) Enfermería: atención 24 horas, asistencia y vigilancia permanente en el cuidado integral al adulto mayor.
- c) Nutrición: evaluación nutricional, dieta saludable, mejor sabor y presentación de la alimentación
- d) Fisioterapia: acondicionamiento físico, mantenimiento de las capacidades funcionales, de actividades básicas y de la vida diaria.

**Gestión de otros Servicios.**

- a) Servicio odontológico
- b) Hidroterapia
- c) Spa de uñas y cuidado del cabello
- d) Salidas extramurales (fincas, museos, restaurantes entre otros)
- e) Celebración de cumpleaños y fechas especiales
- f) Actividades lúdicas (juegos de mesa, bingo, música en vivo, costurero entre otros)
- g) Servicios religiosos (comunión en casa un día a la semana y visita al templo los fines de semana)

### **Otras zonas comunes.**

- a) Sala de visitas y comedor
- b) Punto de terapia (gerontológica y fisioterapia)
- c) Solárium
- d) Puesto de enfermería.

Dulce cuidado (2017) recuperado de <http://www.dulcecuidadosas.com>

### **Cualidades.**

- a) Un cuidado integral y personalizado del adulto mayor
- b) Alimentación balanceada y con el seguimiento de un nutricionista
- c) Esparcimiento, espacios amplios y dinámicos
- d) Mantenimiento a la parte motriz del adulto mayor.

(dulce cuidado, 2017)

## **ANÁLISIS ENTORNO EXTERNO**

### **Competencia**

El Ciruelo Pilarica es competencia de Dulce cuidado debido a que las socias lograron su idea de trabajo por medio de este. Ya que estuvieron vinculadas laboralmente con esta entidad por muchos años donde lograron obtener la confianza de muchas familias y lograr tener experiencia en el sector. Las ventajas del Ciruelo Pilarica es el musculo financiero que tienen y que además cuenta con una sucursal en el poblado para un segmento de clientes con mejores ingresos económicos. La estructura es decir la construcción de este lugar fue diseñado específicamente para brindar el servicio de estancia para el adulto mayor por eso cuenta con una capilla, zonas verdes y habitaciones adecuadas para suplir la necesidad de cada usuario en cuanto al precio están por encima de dulce cuidado como desventaja se puede observar que la

ubicación queda un poco escondida y que por ser una entidad tan grande el servicio es menos personalizado mientras que dulce cuidado tiene la ventaja de que las socias están pendiente de todas las necesidades de sus usuarios y sus clientes.

Dulce Cuidado cuenta con varios competidores a su alrededor, los cuales han generado una gran dinámica debido a que este sector está siendo reconocido por la gran presencia de hogares geriátricos en él. Cabe decir que después de la apertura De Dulce Cuidado en el 2011, llego un año más tarde un competidor que sin duda llegaría a competir por precio el cual se llama Mi Abuelo Mi Viejo Querido. Se puede afirmar esto debido a que se realizaron llamadas y se pudo concretar que la diferencia en el precio de Mi Abuelo Mi Viejo Querido en comparación con Dulce Cuidado tenían gran diferencia y todo esto se debe a que ellos no cuentan con auxiliares de enfermería certificadas para el cuidado del adulto mayor el servicio de audiología que ofrecen diferente al resto de los servicios que ofrece Dulce Cuidado solo lo ofrecen siempre y cuando el usuario lo requiera. Además de esto es bueno hablar de las condiciones de visitas que tienen para las familias visitar a sus seres queridos lo cual trae bastantes desventajas ya que las familias pueden percibir esto como un hospital o en el peor de los casos una cárcel ya que solo los pueden ver de 2 a 5 de la tarde y los días lunes y miércoles no hay visitas por que ellos realizan interventoría al centro

A continuación, hay una tabla detallada de los servicios ofrecidos por cada centro donde se puede evidenciar los costos y servicios ofrecidos por estos.

Servicio	Dulce cuidado	Abuelo mi viejo Querido	Abuelo Pilarica
Habitaciones individuales	\$2.700.000	\$1.900.000	\$3.500.000
Habitaciones compartidas	\$1.700.000	\$1.100.000	NO
Alimentación	SI	SI	SI
Alojamiento	SI	SI	SI
Eucaristía	SI	SI	SI
Enfermería 24 horas	SI	SI	SI
Suministro de medicamentos	SI	SI	SI
Lavandería	SI	SI	SI
Celebración fechas especiales	SI	SI	X
Paseos	4 al Año	1 al año	4 al año
Gerontología	SI	SI	SI
Fisioterapia	SI	SI	SI
Fonoaudiología	X	X	X
Guardería	X	\$50000	X
Ubicación	X	X	X
Capacidad de usuarios	34	25	42



Ilustración 3. Logo Abuelo, mi viejo querido. Obtenido de <http://www.miabuelomiviejoquerido.com/>

“Fuiste lo que soy, y seré lo que eres.”

Hogar gerontológico de cuidado y atención para el adulto mayor.

"MI ABUELO, MI VIEJO QUERIDO". Somos un hogar gerontológico que presta cuidados personalizados las 24 horas a adultos mayores, proporcionando un ambiente familiar, sano y tranquilo, contamos con amplias y cómodas instalaciones para un mayor confort. (Abuelo, mi

viejo querido, 2017)



Ilustración 4. Logo El ciruelo. Obtenido de <http://www.tucasaelciruelo.co/>

"LA EXPERIENCIA TE HACE SABIO, LA SABIDURÍA TE ENSEÑA EL CAMBIO; POR  
ESO NOSOTROS SOMOS TU CASA EL CIRUELO"

Somos una estancia especializada en la atención y cuidados al adulto mayor.

Nuestra motivación es lograr que cada día nuestros residentes se sientan como en casa; con la libertad y la alegría de disfrutar sus días en un ambiente familiar y de armonía. (El ciruelo estancia para el adulto mayor., 2017)

#### **10.4. MARCO LEGAL.**

- Ley 1273 de 2009: ley de delitos informáticos.

Se crea una ley de la protección de la información y de los datos y de esta manera se preservan los sistemas que usen las tecnologías de la información y las comunicaciones.



Se encuentra el acceso abusivo a un sistema informático, la interceptación de datos informáticos y el uso de software malicioso, entre otros (Gobierno de Colombia, 2009).

- Ley 527 de 1999: ley de comercio electrónico.

Aportó un gran desarrollo para el comercio electrónico ya que legitima y reconoce los mensajes de datos de contenido comercial digitales, la firma electrónica, y los contratos en forma de mensajes de datos digitales. Esta ley también determina la forma en que los proveedores deben realizar las transacciones Comerciales (Gobierno de Colombia, 1999).

- Ley 1581 de 2012 y Decreto 1377 de 2013: la protección de datos.

Recientemente esta ley ha sido actualizada mediante un decreto, asimismo es más conocida como la Ley de Hábeas Data<sup>16</sup> y se basa en el tratamiento y el uso de los datos privados de las personas naturales y jurídicas. Este decreto desmontó muchas empresas que dedicaban sus servicios a vender bases de datos y permitió a todos los usuarios a autorizar voluntariamente quienes podían utilizar sus bases de datos (Presidencia de Colombia, 2013).

- Ley 1231 de 2008: factura electrónica.

La factura digital es la forma electrónica de un documento con las características mercantiles y tributarias que la DIAN en nuestro país ha establecido, este documento en Colombia se estableció mediante una resolución en el 2007 como modalidad de facturación y se reglamentó

su alcance mediante la Ley 1231 de 2008 (Presidencia de Colombia, 2008).

### **BASE LEGAL PROGRAMA ADULTO MAYOR DE ANTIOQUIA.**

La Ley 29 de 1975

Esta vela por hacer cumplir las normas de construcción de obras y condicionamiento de lugares hospitalarios y centros del adulto mayor dictadas por el ministerio de salud en el año 1990(Constitución Política de Colombia ,1991)

Artículo 13.

Dice: Todas las personas nacen libres e iguales ante la ley

No excluye al viejo en ninguno de sus articulados, lo cual es lógico porque el viejo es PERSONA hasta su muerte, recibirán la misma protección y trato de las autoridades y gozaran de los mismos derechos, libertades y oportunidades... el Estado promoverá las condiciones para que la igualdad sea real y efectiva y adoptara medidas a favor de grupos discriminados y marginados. El Estado protegerá especialmente aquellas personas que por su condición económica, física o mental se encuentren en circunstancias de debilidad manifiesta y sancionará los abusos o maltratos que contra ellos se cometan. (Constitución Política de Colombia ,1991)

### **10.5. MARCO ESPACIAL.**

Dulce cuidado está ubicado en Carrera la 78A No. 48B - 49 Sector Estadio, Medellín, a dos cuadras de la estación Floresta del sistema integrado metro y muy cercano carrera 80, estos dos puntos lo hacen muy atractivo para el usuario por el fácil transporte. Hace parte de la comuna 11 y se destaca que el punto donde se encuentra es una zona muy tranquila lo que la hace cómodo para los usuarios.

### **10.6.MARCO TEMPORAL.**

El estudio se realizara desde el mes de Febrero hasta Mayo de 2017 en el Hogar geriátrico Dulce Cuidado, con el fin de identificar su nivel de Marketing Digital y su posicionamiento con respecto a la competencia.

## **11. ASPECTOS METODOLOGICOS.**

### **11.1.TIPO DE ESTUDIO.**

El tema del Marketing digital como herramienta de mercadeo, es una investigación de tipo exploratoria y descriptiva.

Es exploratoria, dado que la ausencia de un marketing digital en la empresa hace necesario que el investigador parta de una serie de preguntas partiendo de lo observado, que ayuden a que el mismo encuentre un enfoque y una solución.

A su vez es descriptiva porque se presenta una realidad sobre un hecho, que comprende una descripción y análisis de la situación, para así desarrollar estrategias, que permitan crear una visión enfocada hacia lo que un buen marketing digital hace en la empresa y cómo influye en los clientes finales.

### **11.2.MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.**

El método implementado en esta investigación es el método inductivo ya que se inicia de ciertos interrogantes formulados de la observación del problema y después se continua con un diseño flexible, es decir obtener conclusiones que sirven para dar solución al problema de investigación, apoyándose en la inducción científica, en el cual es necesario estudiar las conexiones necesarias del tema de investigación, relaciones, entre otros, este se apoya en los métodos empíricos de la observación y experimentación.

Esta metodología es para esta investigación, una herramienta eficiente que ayuda a identificar la situación actual del hogar geriátrico dulce cuidado, en el proceso de reconocimiento en el mercado, teniendo presente que este no cuenta con un plan de marketing

digital para cumplir el objetivo.

### **11.3.FUENTES Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.**

#### **11.3.1. Fuentes de información.**

La investigación de Marketing digital como herramienta de mercadeo, se llevara a cabo de dos maneras; la primera entrevistas a personas relacionadas con el hogar geriátrico dulce cuidado y la segunda es utilizar el método de observación.

En primer lugar para obtener información verídica y puntal se escoge la entrevista y esta se les realizara a Elizabeth Londoño Toro socia del hogar, Yuliana Valencia auxiliar de gerontología y actualmente labora en el hogar, además a dos familiares Leonella Otriz de Arroyabe y Lucia Taborda. Este se aplica para la investigación ya que es un método que permite recolectar información verídica y diversas opiniones que ayudan a generar una conclusión.

Basados en la observación de la forma en que se mueve y se presenta información en la página web y el Facebook del hogar, se llenara un cuadro donde se encuentran los indicadores con sus respectivas respuestas basadas en la observación.

### **11.4.TRATAMIENTO DE INFORMACIÓN.**

#### **11.4.1. Presentación de la información.**

Se va a transcribir las entrevistas realizadas, plasmando las preguntas y respuestas dadas por las entrevistadas, para después analizarlas y extraer los elementos más significativos que ayuden a dar respuesta al problema de investigación.

## 12. CRONOGRAMA.

Etapas proyecto	2017																			
	Febrero				Marzo					Abril				Mayo				Junio		
	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Formulación del título, tema, idea.																				
Planteamiento del problema y objetivos de investigación.																				
Marco referencial .																				
Aspectos metodologicos de la investigación.																				
Justificación de la investigación.																				
Antecedentes de la investigación.																				
Objeto de investigación.																				
Alcance de investigación.																				
Aplicación de fuentes y técnicas para relección de la información																				
Conclusiones, bibliografía, descripción y recomendaciones.																				
Revisión del informe final por parte del docente del trabajo de grado.																				
Entrega del trabajo de grado completo para la evaluación por el jurado																				

## 13. RESULTADOS.

### 13.1. TABLA DE SEGUIMIENTO.

No	RELACIÓN PREGUNTAS DE SISTEMATIZACIÓN- OBJETIVOS ESPECÍFICOS	FUENTE DE INFORMACIÓN	INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS	PROCESAMIENTO DE DATOS	RESULTADO
1	<p>¿Cómo se encuentra el Marketing Digital de Dulce cuidado?</p> <p><b>OE:</b> Identificar como el hogar implementa el marketing digital.</p>	Análisis de las redes sociales y la página web del hogar geriátrico, y se realizó la observación de las publicaciones y las fechas entre cada uno.	Observación.	Desde el comienzo del trabajo se realizó seguimiento a la página y se evidencia que la página web no se ha modificado y que la red social facebook su última publicación fue el 13 de Febrero del 2017	Dulce Cuidado no cuenta con un buen marketing digital debido a las pocas interacciones que se tienen en la página.
2	<p>¿Por qué en dulce cuidado no se le ha dado importancia al desarrollo de un Marketing Digital?</p> <p><b>OE:</b> Identificar como el hogar implementa el marketing digital.</p>	se realizó una entrevista a una de las socias del hogar y de esta se obtuvo la respuesta.	Entrevista.	se realizó una entrevista a una de las socias que manifiesta que por su función multitarea no cuentan con el tiempo suficiente para administrar los medios virtuales.	Este hogar geriátrico no cuenta con un departamento de mercadeo, quien ve por la publicidad del mismo ya que las socias son las únicas administradoras de la red.
3	<p>¿Al desarrollar estrategias de Marketing Digital dulce cuidado será más visible al público?</p> <p><b>OE:</b> Proponer estrategias que encaminen a dulce cuidado a un alto reconocimiento.</p>	Aplicar el método de investigación, inductivo, además de los conocimientos previos sobre marketing digital.	observación y planteamiento de interrogantes.	a partir de la observación se evidencia que Dulce Cuidado a tenido buenas reacciones en los medios virtuales a pesar de no tener una constancia en las actualizaciones	si Dulce Cuidado interactura más en los medios digitales y aprovechara los buscadores para priorizar su página tendría más éxito

No	RELACIÓN PREGUNTAS DE SISTEMATIZACIÓN-OBJETIVOS ESPECÍFICOS	FUENTE DE INFORMACIÓN	INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS	PROCESAMIENTO DE DATOS	RESULTADO
4	<p>¿Cuáles son las estrategias que ha desarrollado la competencia para su posicionamiento actual?</p> <p><b>OE:</b> Analizar que estrategias de marketing digital ha utilizado la competencia para alcanzar el posicionamiento que ahora tienen.</p>	Revisar fuentes secundarias como las páginas web de la competencia y se analizó las diferencias entre estas y la página del hogar.	Observación.	se reviso las paginas de los competidores directos de Dulce Cuidado y se evidencia que al igual que este no son actualizadas constantemente.	se evidencia que Dulce Cuidado cuenta con una gran oportunidad de crecer en medios virtuales y ser el primer centro geriatrico que pueda generar impacto con ideas nuevas e invadoras.
5	<p>¿Cuáles son las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas de la competencia?</p> <p><b>OE:</b> Analizar que estrategias de marketing digital ha utilizado la competencia para alcanzar el posicionamiento que ahora tienen.</p>	Revisar fuentes secundarias como las páginas web de la competencia y se analizó las diferencias entre estas y la página del hogar.	Observación.	<p>investigar e indagar sobre la competencia observando oportunidades</p> <p>se realizo seguimiento a las paginas de los centros geriatricos para evidenciar factores relevantes dentro de ellas.</p>	<p>se hizo un seguimiento minucioso de la pagina de los competidores principales y se encontro que mi abuelo mi viejo querido no cuenta con fan page en facebook lo cual no permite mayor interaccion con los cibernautas en cambio cuenta con una pagina web que es amigable y que no esta muy recargada de informacion por otro lado el Ciruelo Pilarica no cuenta con redes sociales pero si con pagina web.</p>
6	<p>¿Cuáles son las principales ventajas que tiene dulce cuidado sobre la competencia?</p> <p><b>OE:</b> Analizar que estrategias de marketing digital ha utilizado la competencia para alcanzar el posicionamiento que ahora tienen.</p>	Revisar fuentes secundarias como las páginas web de la competencia y se analizó las diferencias entre estas y la página del hogar.	Observación.	observacion de los servicios, precio y comodidades de los otros centros.	<b>dulce cuidado tiene la confianza de los familiares lo que los motiva a referir a otros a recibir la atencion del hogar. Tambien, los precios frente a los servicios prestados logran un balance en la adquisicion del servicio.</b>



No	RELACIÓN PREGUNTAS DE SISTEMATIZACIÓN-OBJETIVOS ESPECÍFICOS	FUENTE DE INFORMACIÓN	INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS	PROCESAMIENTO DE DATOS	RESULTADO
7	¿Qué opinan los clientes sobre el Marketing Digital de dulce cuidado?	Análisis de las respuestas dadas por los familiares de los usuarios en las entrevistas realizadas.	Entrevista.	se realizo entrevista a familiares y ademas un conversatorio en el que se evidencia que Dulce Cuidado no tiene bien estructurado los medios virtuales y que estos desconocen la existencia de dichas paginas.	la gran mayoría no interactúan con medios virtuales ya que son personas de alta edad, y en los familiares jóvenes algunos desconocen la página de Dulce Cuidado
	<b>OE:</b> Implementar técnicas que permitan identificar la opinión del personal del hogar sobre la implementación de un marketing digital para el hogar.		Deducir a partir de la observación y planteamiento de interrogantes.		
8	¿Qué efectos trae para dulce cuidado que se desarrolle un marketing Digital para el mismo?	Análisis de las respuestas de las preguntas realizadas a 4 personas que hacen parte del hogar geriátrico dulce cuidado.	Entrevista.	entrevista con las socias e investigaciones que muestran que el marketing digital es el boom de la nueva era.	reconocimiento y atracción de nuevos usuarios. Además, reducen costos de publicidad.
	<b>OE:</b> Investigar la importancia del marketing digital para el reconocimiento de dulce cuidado.		Deducir a partir de la observación y planteamiento de interrogantes.		
9	¿El personal de dulce cuidado tiene presente cuáles serán las futuras consecuencias al implementar el Marketing digital para el establecimiento?	Tomar en cuenta las respuestas dadas por la auxiliar de gerontología Yuliana Valencia y la observación de las empleadas del hogar implementando preguntas a las mismas.	Deducir a partir de la observación y planteamiento de interrogantes.	se entrevisto a una auxiliar quien manifiesta que esto mejoraria la imagen de Dulce cuidado y se realizaron visitas en las que se indagaban a otras colaboradoras de Dulce Cuidado y manifestaban que esto daria crecimiento al centro y apertura a nuevas sedes.	el personal lo tiene presente pero argumentan no tener el tiempo suficiente para administrar las paginas y que contratar a alguien para que lo haga subiria los costos. se estima la apertura de una nueva sede con la que se pretende incrementar las ventas y asi la publicidad en medios digitales.
	<b>OE:</b> Implementar técnicas que permitan identificar la opinión del personal del hogar sobre la implementación de un marketing digital para el hogar.				

No	RELACIÓN PREGUNTAS DE SISTEMATIZACIÓN- OBJETIVOS ESPECÍFICOS	FUENTE DE INFORMACIÓN	INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS	PROCESAMIENTO DE DATOS	RESULTADO
10	<p>¿Qué podría pasar si dulce cuidado no incluye un Marketing Digital para sí?</p> <p><b>OE:</b> Identificar el efecto final de la implementación del marketing digital.</p>	<p>Aplicar el método de investigación, inductivo, además de los conocimientos previos sobre marketing digital.</p>	<p>Deducir a partir de la observación y planteamiento de interrogantes.</p>	<p>se evidencia que el internet esta logrando un gran impacto en los negocios ya que corta distancias y ahorra costos de publicidad y la falta de esta puede retrasar los procesos.</p>	<p>Dulce Cuidado en primera instancia tendria ventas o ingresos de nuevos usuarios de una manera mas lenta y efectiva que es el voz a voz mientras que con el marketing digital puede llegar muchas personas interesadas a conocer el lugar y algunos acogersen al servicio.</p>

## 13.2. ENTREVISTAS.

### FICHA TÉCNICA

**NOMBRE DEL ENTREVISTADOR:** Andrea Carolina Londoño Cardenas.

**NOMBRE / DATOS DEL ENTREVISTADO:** Elizabeth C. Londoño Toro.

**FECHA:** 24 de may. de 17

**GRUPO OBJETIVO:** Personal Hogar geriátrico Dulce Cuidado.

**LUGAR:** Hogar geriátrico dulce cuidado

**TÉCNICA DEL INSTRUMENTO:** Entrevista estructurada.

**OBJETIVO DE LA ENTREVISTA:** Obtener información que permita identificar la tendencia e importancia del marketing digital.

Buenos días, mi nombre es Andrea Carolina Londoño y el día de hoy estamos con Elizabeth Londoño socia del hogar geriátrico dulce cuidado, el día de hoy te vamos a realizar una serie de preguntas y agradeceremos que nos las respondas.

- De acuerdo, buenos días.

#### 1. ¿Conoce qué es Marketing Digital?

Realmente no conozco que es marketing digital pero supongo que tiene que ver algo con mercadeo y la venta de mi producto o del servicio que estoy ofreciendo y si hablo de digital pues sería a nivel de las redes sociales supongo que es lo que ahora está funcionando.

#### 2. ¿Cuándo llegan nuevos usuarios, estos como se han enterado de la existencia del hogar?

Por lo general son referidos entonces es más como el voz a voz por el servicio que hemos prestado a otras personas entonces nos llegan nuevos, nos refieren, pero

también hemos tenido casos de personas que conocen dulce cuidado por nuestra página.

**3. ¿Le parece que la información del hogar es fácil de encontrar en internet?**

Hace un tiempo, te estoy hablando de un año era muy fácil, uno colocaba dulce cuidado como tal y salía entre las primeras opciones. Este año hemos hecho el ejercicio y muchas veces es como el link de otra página entonces no este año realmente hemos tenido dificultades con que sea de las primeras opciones.

**4. ¿Cómo considera usted que es la publicidad suministrada en internet?**

Nosotros realmente, si califico la publicidad la página es linda pero no tiene dinámica y hace poco incentivamos mucho lo que era la página de Facebook y creo que de Instagram, pero empezando por eso por creo, ese creo no significa que sea fortaleza porque sé que están, sé que tratamos de actualizar o de compartir fotos con los usuarios a través de ellas pero no es una tarea que se haga constantemente.

**5. ¿La información de las redes sociales y la página están actualizadas? ¿Se hace constantemente? ¿Hay alguien que se encargue de eso o lo hace cualquiera?**

No están actualizadas, eh específicamente eh nosotros tenemos para el manejo de la página web con “publicar” pero hemos tenido dificultades por ejemplo en el manejo de las fotografías o el suministro de nueva información y hemos intentado hacerlo nosotras pero realmente por nuestra multitareas no las llevamos a cabo pues en tiempos frecuentes

**6. ¿informan a los familiares que el hogar tiene redes sociales y una página donde se suministra información?**

Sí, las familias saben que tenemos la página web saben que tenemos el “face” de hecho hay mucha demanda de las familias o bueno observaciones más que demanda en la actualización de la misma página para que se comparta información novedosa o actividades que se hagan con los usuarios en casa.

**7. ¿considera que los familiares hacen uso de estas?**

Sí, de hecho ellos la piden, es más el pecado de nosotros que no tenemos la disposición de no darle buen manejo o continuidad pero existen.

**8. ¿Qué opina de implementar un plan de marketing digital para el hogar?**

Pues si hubiese alguien, si me lo preguntan a mí para manejarlo diría que delicioso pero no tengo tiempo porque seguiríamos en la misma dinámica ósea muy poca continuidad, muy poca actualización pero si lo hace otra persona y me dicen y que lo va a hacer maravilloso, porque de hecho es como la carta de presentación.

**9. ¿considera que hacer esto los hará resaltar ante la competencia?**

Sí, sí porque las redes sociales por ejemplo Instagram o el mismo “face”, uno son herramientas que mucha gente maneja y obviamente conoce entonces en la manera en que es fácil y que es fácil y que es tan asequible a tanta gente obviamente que uno pueda desde hay compartir información de la casa perfecto

**10. ¿Qué otro beneficio cree que puede traer?**

¿Beneficios? La venta, ósea la venta por si sola a veces no se requieren tantas palabras sino imágenes lo que uno observa dice muchísimas cosas y si uno puede ir actualizando, compartiendo eventos o fotografías de ellos en su vida cotidiana pues sería machismo más ... sería como una venta sin hacer mucha publicidad.

Agradecimientos.(Toro, 2017)

### **FICHA TÉCNICA**

**NOMBRE DEL ENTREVISTADOR:** Andrea Carolina Londoño Cardenas.

**NOMBRE / DATOS DEL ENTREVISTADO:** Yuliana Valencia

**FECHA:** 24 de may. de 17

**GRUPO OBJETIVO:** Personal Hogar geriátrico Dulce Cuidado.

**LUGAR:** Hogar geriátrico dulce cuidado

**TÉCNICA DEL INSTRUMENTO:** Entrevista estructurada.

**OBJETIVO DE LA ENTREVISTA:** Obtener información que permita identificar la tendencia e importancia del marketing digital.

Mi nombre es Andrea Carolina Londoño y hoy estamos con Andrea Valencia Auxiliar en gerontología del hogar geriátrico dulce cuidado. Hola ¿Cómo estás?

- Muy bien muchas gracias.
- El día de hoy te vamos a hacer 10 preguntas muy sencillas que esperamos que respondas.

**1. ¿Conoce qué es Marketing Digital?**

Pues lo que yo tengo de conocimiento como marketing es como algo que tiene que ver con mercadeo y la parte de digital no tengo mucho conocimiento.

**2. ¿Cuándo llegan nuevos usuarios, estos como se han enterado de la existencia del hogar?**

Eh se han enterado pues por la página por internet porque buscan en internet hogares geriátricos y pues les aparece la información de la institución eh llaman a la institución de pronto en otros casos llaman a la institución por que alguna persona que ya tiene conocimiento de la institución les comenta o les da su experiencia entonces por estas razón han llegado los familiares de los usuarios que son los primeros que llegan.

**3. ¿Le parece que la información del hogar es fácil de encontrar en internet?**

Sí, es fácil de encontrar porque cuando uno entra a internet a buscar hogares geriátricos inmediatamente aparece dulce cuidado.

**4. ¿Cómo considera usted que es la publicidad suministrada en internet?**

Me parece que es clara, como lo principal, lo principal que se necesita saber, ya para la persona saber de todos los servicios y eso tendría que llamar a la institución para darle ese tipo de información.

**5. ¿La información de las redes sociales y la página están actualizadas? ¿Se hace constantemente? ¿Hay alguien que se encargue de eso o lo hace cualquiera?**

Sí,

Sí esto se hace constantemente claro para que la gente este pues enterada se sube fotos lo que corresponde pues a la redes sociales.

No

**6. ¿informan a los familiares que el hogar tiene redes sociales y una página donde se suministra información?**

Sí los familiares tienen conocimiento de eso.

**7. ¿considera que los familiares hacen uso de estas?**

No estoy muy clara en eso pues no sabría si muchos se meterán a la página no tengo mucho conocimiento de eso, que yo sepa, a mí no me lo han manifestado entonces no sé.

**8. ¿Qué opina de implementar un plan de marketing digital para el hogar?**

**9. ¿considera que hacer esto los hará resaltar ante la competencia?**

Sí, sí porque en este momento es lo que más, eh como todas las personas ya se mueven es por redes sociales entonces yo digo que eso si tiene mucho que ver con eso la información en la redes sociales.

**10. ¿Qué otros beneficios cree que puede traer?**

¿Qué otros beneficios? Pues uno eso da, pienso yo que buena imagen y lo otro eh que eso puede traer más usuarios a la institución porque están viendo... pues porque por medio de las fotos pueden ver eh la organización y muchas cosas, me parece que sí.

Agradecimientos. (Valencia, 2017)

**FICHA TÉCNICA**

**NOMBRE DEL ENTREVISTADOR:** Andrea Carolina Londoño Cardenas.

**NOMBRE / DATOS DEL ENTREVISTADO:** Leonella Ortiz de Arroyabe

**FECHA:** 24 de may. de 17

**GRUPO OBJETIVO:** Personal Hogar geriátrico Dulce Cuidado.

**LUGAR:** Hogar geriátrico dulce cuidado

**TÉCNICA DEL INSTRUMENTO:** Entrevista estructurada.

**OBJETIVO DE LA ENTREVISTA:** Obtener información que permita identificar la tendencia e importancia del marketing digital.

Mi nombre es Andrea Carolina Londoño y el día de hoy me encuentro con Doña Leonella Ortiz de Arroyabe familiar de uno de los usuarios del hogar geriátrico dulce cuidado. Muy buenos días doña Leonella ¿como esta?

-Muy bien y usted Andrea.

-El día de hoy le realizaré una serie de preguntas y tú me las vas a responder.

-Con mucho gusto Andrea.



**1. ¿Ha buscado alguna vez centros geriátricos en internet?**

No, Lo he hecho en el directorio telefónico.

**2. ¿Dulce cuidado es uno de los primeros centros en aparecer?**

Pregunta saltada puesto que no realiza la búsqueda en internet.

**3. ¿Cómo se enteró usted de la existencia del hogar?**

Soy... vivo en el sector, en el sector del estadio cerca a la iglesia san pedro san pablo, hace 6 años más o menos lo fundaron y 7 años hace que tengo el espeso con Parkinson buscando un hogar, estuve varias veces averiguando pero cuando estaba recién creada los costos eran muy altos respecto a la situación económica de nosotros , pues ambos somos pensionados como educadores pero el demanda mucho gasto porque generalmente una persona con esas dificultades demanda mucho y yo no me podía adaptar casi a los pecios pero es excelente, mi familia lo veía y nos provocaba mucho hasta que llego el día de poder venir acá.

**4. ¿Conoce usted la existencia de la página y el Facebook del hogar?**

No, porque no conozco mucho de... por mi edad, yo una persona pensionada y de muchos años no estoy... solamente manejo el celular y el WhatsApp y algunas cositas de...mu poquito de eso de internet

**5. ¿Le parece fácil acceder a la página del hogar? ¿considera que tiene información de su interés y que esta se encuentra actualizada?**

No conoce esta información.

**6. ¿le gustaría poder estar informado de lo que ocurre en el hogar por medio de internet?**

Sí en este momento la hija mía me está orientando un poquito de eso, de internet.

Agradecimientos.(Arroyabe, 2017)

**FICHA TÉCNICA**

**NOMBRE DEL ENTREVISTADOR:** Andrea Carolina Londoño Cardenas.

**NOMBRE / DATOS DEL ENTREVISTADO:** Lucia Taborda.

**FECHA:** 24 de may. de 17

**GRUPO OBJETIVO:** Personal Hogar geriátrico Dulce Cuidado.

**LUGAR:** Hogar geriátrico dulce cuidado

**TÉCNICA DEL INSTRUMENTO:** Entrevista estructurada.

**OBJETIVO DE LA ENTREVISTA:** Obtener información que permita identificar la tendencia e importancia del marketing digital.

Mi nombre es Andrea Carolina Londoño y el día de hoy me encuentro con Lucia Taborda familiar de uno de los usuarios del hogar geriátrico dulce cuidado. Buenos días lucia ¿Cómo estás?

- Buenos días Andrea muy bien y usted.
- Muy bien te voy a realizar una serie de preguntas y tu me las vas a responder po favor.
- Claro que sí, con mucho gusto.

**1. ¿Ha buscado alguna vez centros geriátricos en internet?**

Eh no, no he tenido la oportunidad porque eh he tenido conocidos que ya saben de los centros geriátricos entonces no tengo la necesidad de llegar hasta allí porque me dan la información ellos directamente.

**2. ¿Dulce cuidado es uno de los primeros centros en aparecer?**

No realiza la búsqueda en internet por tanto es una pregunta saltada.

**3. ¿Cómo se enteró usted de la existencia del hogar?**

Por conocidos, familiares que si habían buscado mucho, de los mejores, de tratar de ubicar bien el familiar entonces por medio de ellos.

**4. ¿Conoce usted la existencia de la página y el Facebook del hogar?**

No, realmente no lo conozco.

**5. ¿Le parece fácil acceder a la página del hogar? ¿considera que tiene información de su interés y que esta se encuentra actualizada?**

No lo conoce por tanto se saltan las preguntas.

**6. ¿le gustaría poder estar informado de lo que ocurre en el hogar por medio de internet?**

Sería perfecto, sería perfecto poder acceder y si existe la página me voy a ir a mirar cual es para estar informado de todo y me encantaría poder enseñarles a mi familia y a los familiares de la persona que tenemos acá que ya son gente pues como de edad, de la tercera edad, poderles contar sobre como poder acceder a la página para que estemos al tanto, informados de todo lo que pasa allí.

Agradecimientos.(Taborda, 2017)

### 13.3.TABLA DE OBSERVACIÓN.

Indicador (Aspectos a observar)	Rúbrica				
	fecha y hora	SI	Comentarios u observaciones	NO	Comentarios u observaciones
1. El hogar geriátrico cuenta con una página web.	19/05/2017 5: 30 pm	X	<a href="http://www.dulceciudadodulce.com/">http://www.dulceciudadodulce.com/</a> Se evidencia una buena construcción de la página web ya que tiene varios enlaces que permiten al usuario interactuar en ella aporta tips para el cuidado del adulto mayor y alguna información sobre las enfermedades que puedan presentar, también es apreciable que la información se encuentre algo saturada.		
2. EL hogar geriátrico cuenta con la red social Facebook.	20/05/2017 4: 00 pm	X	<a href="https://es-la.facebook.com/hogardulceciudadodulce/">https://es-la.facebook.com/hogardulceciudadodulce/</a> En la observación realizada en el Facebook del hogar se encontró que las publicaciones se hacen de manera esporádica además se evidencia que por lo general son fotos de los usuarios realizando diferentes actividades.		

<p><b>3. La información de Facebook se actualiza con frecuencia</b></p>	<p>20/05/2017 4:30 pm</p>	<p><b>X</b></p>	<p>Ultimo post: 17 Febrero 2017.  La información encontrada es actual y los lapsos de tiempo son de unos cuantos días de diferencia entre uno y otro post pero consideramos que se puede crear un ritmo constante para actualizar la misma.</p>	
<p><b>4. La información de la página web se actualiza con frecuencia</b></p>	<p>21/05/2017 1: 30 pm</p>			<p><b>X</b> Es una página enfocada a dar información general del hogar pero no presenta gran interacción.</p>
<p><b>5. Las familias interactúan con la página web.</b></p>	<p>21/05/2017 2:40 pm</p>			<p><b>X</b> Es posible que las familias ingresen a la página para obtener información general del hogar pero no hay función en la página para que las familias ingresen a esta.</p>
<p><b>6. Las familias interactúan con el Facebook.</b></p>	<p>22/05/2017 5:00 pm</p>			<p><b>X</b> Aunque se ve un poco más la presencia de las familias en esta red social, por la posibilidad de “me gusta” la interacción es muy leve.</p>
<p><b>7. Las familias conocen la existencia de una página web.</b></p>	<p>23/05/2017 10:30 am</p>			<p><b>X</b> Aunque si hay personas que si conocen esta información, es muy baja la cantidad de personas que conocen estos dos medios.</p>
<p><b>8. Las familias conocen la existencia de un Facebook.</b></p>	<p>23/05/2017 3:30 pm</p>			<p><b>X</b></p>

9. Se comparten con frecuencia actividades y fotografías en la página web.	23/05/2017 5:30 pm			X	En la página web solo podemos encontrar 12 fotos.
10. Se comparten con frecuencia actividades y fotografías en el Facebook.	24/05/2017 9: 00 am	X	En su mayoría las actualizaciones que se hacen son para mostrar a la comunidad fotografías del hogar.		
11. Es fácil encontrar la página web, al buscar “hogares geriátricos” en el buscador	24/05/2017 11: 00 am			X	No aparece en la primera página de búsqueda y tampoco en las tres siguientes.
12. La información suministra en la página web es útil para los usuarios.	25/05/2017 12:00 pm	X	Puesto que es información general del hogar y permite dar una idea de cómo es el mismo.		
13. El hogar geriátrico cuenta con al menos 50 seguidores en Facebook.	25/05/2017 6:30 pm	X	Cuenta con 84 seguidores, superando el número indicado pero el número podría ser mayor.		
14. Existen grandes diferencias a nivel de marketing digital entre dulce cuidado y la competencia.	26/05/2017 9:00 am			X	Tanto dulce cuidado como su competencia se encuentran que una línea muy pareja a nivel de marketing digital. Esto es una oportunidad para dulce cuidado para destacar ante su competencia si implementa un buen y desarrollado plan de marketing digital.

## **14. ANALISIS DE LOS RESULTADOS.**

### **¿Cómo se encuentra el Marketing Digital de Dulce cuidado?**

Con el objetivo de dar solución a la presente pregunta de sistematización, se revisaron las redes sociales y la página web del hogar geriátrico, y se realizó la observación de las publicaciones y las fechas entre cada uno. De lo cual se concluyó que:

El centro geriátrico Dulce Cuidado Cuenta con una página web donde informan los servicios que se ofrecen dentro del centro geriátrico, algunos tips de cuidado del adulto mayor y algunas de las enfermedades que el ser humano coge a lo largo del tiempo. Además, permite que los cibernautas observen evidencias de algunas de las actividades que se realizan dentro del hogar por medio de fotografías. Por otro lado, cuenta con un fan page en Facebook que le permite tener control de sus seguidores y además evidenciar cual es la reacción de los usuarios frente a las publicaciones realizadas en este medio.

Adicional a esto en una de las visitas de observación se platicó con la gerontóloga Elizabeth Londoño socia del hogar geriátrico Dulce Cuidado la cual nos comentaba que la página web es administrada por publicar S.A por lo cual ellas no saben en qué tipo de buscadores y que palabras claves tienen programadas para facilitar la búsqueda del hogar.

Se evidencia que dulce cuidado a tratado de generar marketing digital de una forma empírica debido al desconocimiento de la nueva era digital en el mercadeo de las empresas y que además no les ha generado mayor importancia debido a que la mayoría de usuarios han sido recomendados por otras familias que han pertenecido al centro, lo cual les deja muy claro que lo más importante es el servicio, el cuidado y la atención prestada.

## **¿Por qué en dulce cuidado no se le ha dado importancia al desarrollo de un Marketing Digital?**

Con el objetivo de dar solución a la presente pregunta de sistematización, se realizó una entrevista a una de las socias del hogar y de esta se obtuvo la siguiente respuesta:

En un principio ellas contaban con tener marketing digital por contar con un fan page en Facebook y una página web donde se podía encontrar toda la información del hogar lo que ellas desconocían es como potencializar estas dos páginas para obtener mayor éxito.

En la entrevista con una de las socias se logra evidenciar que no hay una persona encargada o comprometida que vele por el constante funcionamiento del marketing digital es decir no hay quien responda a las interacciones de las familias y los nuevos posibles clientes en las páginas lo que evita el éxito de estas.

También nos informaron que al ser administrada por publicar para ellas es muy difícil hacer algún tipo de modificación en la página por lo cual se necesita de una asesoría en marketing digital que les ayude a aclarar dudas y a mejorar su visibilidad en páginas virtuales y motores de búsqueda que lleguen a nuevos posibles clientes.



**¿Al desarrollar estrategias de Marketing Digital dulce cuidado será más visible al público?**

Con el objetivo de dar solución a la presente pregunta de sistematización, se aplica el método de investigación, inductivo, además de los conocimientos previos sobre marketing digital.

Si se elabora un buen plan de marketing digital que le de prioridades en los motores de búsqueda a dulce cuidado el centro geriátrico puede estar en una de las primeras opciones de google lo cual ayudara a lograr más reconocimiento y ser la primera opción para los cibernautas interesados en el cuidado del adulto mayor.

También si se generan estrategias que ayuden a viralizar la página; donde se integren a las familias y allegados a interactuar con ella y además a recomendarla se puede estar logrando que dulce cuidado sea uno de los centros geriátricos más apetecido por las redes sociales. Debido a que los competidores tampoco generan estrategias de gran impacto que busque el reconocimiento de ellos.

**¿Cuáles son las estrategias que ha desarrollado la competencia para su posicionamiento actual?**

Con el objetivo de dar solución a la presente pregunta de sistematización, se revisaron fuentes secundarias como las páginas web de la competencia y se analizó las diferencias entre estas y la página del hogar.

Se observa que al igual que dulce cuidado no generan estrategias de marketing digital por lo cual se nota que dulce cuidado tiene una gran oportunidad para innovar y

marcar la diferencia entre los centros geriátricos de la ciudad.

Además de las estrategias de marketing se logra evidenciar que un factor clave a la hora de escoger un centro geriátrico puede ser: el precio, la ubicación, el servicio, la atención y ante todo las comodidades lo que puede ayudar a la hora de tomar decisiones de escoger un centro geriátrico.

### **¿Cuáles son las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas de la competencia?**

Con el objetivo de dar solución a la presente pregunta de sistematización, se revisaron fuentes secundarias como las páginas web de la competencia y se analizó las diferencias entre estas y la página del hogar

Debilidades: no todas cuentan con un fan page de Facebook, la gran mayoría tienen página de internet, pero en este año no han realizado ningún tipo de actualización ni de publicación.

Oportunidades: todas en el momento que deseen pueden lograr innovar con marketing digital y lograr mayor cobertura regional, nacional e incluso internacional debido a que cualquiera que este por fuera de la ciudad puede buscar un lugar por medio de internet para ubicar a su familiar querido que requiere de un cuidado especializado.

Fortalezas: algunos centros geriátricos de la ciudad con mayor reconocimiento tienen convenio con grupos reconocidos de la ciudad como lo es el grupo sura que ha venido incursionando en la compra de algunos centros geriátricos de la ciudad y cuentan con un gran musculo financiero.

Amenazas: si ellos decidieran invertir en un plan de marketing digital puede lograr el monopolio de la ciudad en los centros geriátricos. Ya que cuentan con un respaldo grande como sura.

### **¿Cuáles son las principales ventajas que tiene dulce cuidado sobre la competencia?**

Con el objetivo de dar solución a la presente pregunta de sistematización, se toma la información planteada en las dos preguntas anteriores.

Como se ha venido hablando se considera que dulce cuidado tiene una gran ventaja frente a los otros centros geriátricos y es que se ha descubierto que ninguno le ha puesto la fuerza suficiente para realizar campañas de marketing digital.

Como se habló en el trabajo el marketing digital traspasa barreras lo cual ayuda a llegar a todo tipo de público logrando así llegar a nuestro público objetivo por otro lado este centro geriátrico es muy bien referenciado por los familiares de los usuarios, por los médicos de medicina en casa y otros agentes de la salud que llegan al centro.

### **¿Qué opinan los usuarios sobre el Marketing Digital de dulce cuidado?**

Con el objetivo de dar solución a la presente pregunta de sistematización, se analiza las respuestas dadas por los familiares de los usuarios en las entrevistas realizadas.

La gran mayoría desconocen la página del centro y han interactuado con ella, y algunos familiares interactúan en Facebook con las publicaciones, aunque hace días no se hacen ellos tienen un grupo de WhatsApp donde interactúan y comparten fotos. Aunque con los que se pudo dialogar e interactuar en medio de las visitas de observación en dulce cuidado decían que le parecería muy chévere que estuvieran actualizando las páginas.

**¿Qué efectos trae para dulce cuidado que se desarrolle un marketing Digital para el mismo?**

Con el objetivo de dar solución a la presente pregunta de sistematización, se analiza las respuestas de las preguntas realizadas a 4 personas que hacen parte del hogar geriátrico dulce cuidado.

Mediante la técnica de observación y las entrevistas se ven efectos positivos ya que lo poquito que tienen ha logrado llamar la atención entonces tener un plan de marketing digital bien estructurado lograra beneficiar a dulce cuidado con la llegada de nuevos usuarios.

Además, llamara la atención por ser un lugar innovador y estar a la vanguardia de la tecnología ya que el marketing no solo es la publicidad sino también ese valor agregado que se da a la hora de prestar un servicio. Es decir, si se comienza una buena tarea de administrar bien esas páginas, actualizándolas, los familiares van a estar informados de las actividades que sus seres queridos realizan en los momentos de ausencia de ellos y además se pueden informar de actividades y eventos que se programen por medio de este.

**¿El personal de dulce cuidado tiene presente cuáles serán las futuras consecuencias al implementar el Marketing digital para el establecimiento?**

Con el objetivo de dar solución a la presente pregunta de sistematización, se tendrá en cuenta las respuestas dadas por la auxiliar de gerontología Yuliana Valencia y la observación de las empleadas del hogar implementando preguntas a las mismas.

Ellas reconocen que es la oportunidad de brindar amor y cuidado a nuevas personas que se

integrarán a dulce cuidado y que esto ayudara a tener trabajo por más tiempo ya que si crece la empresa crecerán ellas en conjunto. Las redes sociales y la página web ayudaran a incrementar el número de usuarios

### **¿Qué podría pasar si dulce cuidado no incluye un Marketing Digital para sí?**

Con el objetivo de dar solución a la presente pregunta de sistematización, se aplica el método de investigación, inductivo, además de los conocimientos previos sobre marketing digital.

Quizás no pueda pasar nada o a la vez mucho porque se viene dando la compra de centros geriátricos ya establecidos creando un monopolio en el tema de estos. Si dulce cuidado no invierte e interactúa en la construcción de un plan de marketing digital su crecimiento será más lento y no tendrá un factor diferencial aparte del servicio y la credibilidad de la gente.

### **Puntos a mejorar para dulce cuidado.**

Los aspectos positivos de la cultura organizacional de los empleados es que son personas profesionales con gran vocación de servicio en ayudar a los otros y se esmeran por hacer las cosas bien, más que usuarios son considerados como miembros de la familia con una atención personalizada.

Dulce cuidado es una sociedad pequeña que los ingresos son cortos por lo que no generan ganancias que permitan invertir en un plan de mercadeo, se debe buscar la manera de ampliar e invertir en un nuevo hogar para el adulto mayor y buscar la manera de generar una estrategia de mercadeo que genere resultados con pocos costos.

Dulce Cuidado S.A.S debe mejorar la planeación estratégica debido a que su visión no está proyectando a lo que quiere ser la empresa más bien se refieren en las virtudes que se tienen dentro de la organización.

La cultura organizativa con la que cuenta el centro geriátrico se detalla en que no hay un organigrama establecido, pero hay unos roles y funciones que deben cumplirse, para una mejor atención al cliente.

La falta de un plan de marketing afecta en el reclutamiento de nuevos clientes, aunque en medio del desconocimiento se aplica un sistema de voz a voz generando confianza en sus clientes y familiares y que contribuyen a la entrada de nuevos usuarios para el centro geriátrico además tienen una página web y Facebook la cual favorece y desfavorece debido a que no las actualizan muy a menudo y no interactúan con ella. Es claro que no contar con un plan de mercadeo no contribuye a el reconocimiento del centro y lo pone en desventaja para el ingreso de nuevos clientes. A mediano plazo se busca incrementar un plan de mercadeo digital que ayude a abrir nuevos mercados y que las familias puedan acceder a la información de dulce cuidado de una manera más fácil y concreta.

## 15. CONCLUSIONES.

La presente investigación tuvo como objetivo elaborar una estrategia de marketing digital en el centro geriátrico Dulce Cuidado que aumente el reconocimiento en la búsqueda de nuevos clientes en la ciudad de Medellín para el año 2017. Con el fin de lograr este objetivo se realizó un estudio de tipo exploratorio y descriptivo, partiendo de una serie de interrogantes que parten de la observación actual del hogar para después proceder a la formulación de conclusiones.

En la empresa Dulce Cuidado se identifica que no tiene un plan establecido de metas y objetivos de marketing debido a que la empresa es muy pequeña y su acogida es muy poca, aunque la misión de la empresa es consistente y está enfocada en prestar el servicio de la atención integral del usuario y mejorar la calidad de vida del paciente, esta no cuenta con los factores de marketing determinados para evaluarlos, no obstante, se puede decir, que, si los tiene, pero muy empíricamente.

En el momento dulce cuidado no cuenta con infraestructura para abarcar la demanda del mercado, por ello su participación es nula, aunque como se mostró en el presente trabajo, la población del adulto mayor cada día está más alta según estadísticas de la alcaldía de Medellín.

### **¿Cómo se encuentra el Marketing de Dulce cuidado?**

Dulce cuidado aunque tiene una página web y hace uso de las redes sociales como lo es Facebook, no lo hace de la mejor manera para lograr una correcta promoción del lugar por medio de estas, dado que les hace falta realizar más interacción con las familias por medio de estos medios y que los mimos deben ser actualizados con más constancia.

**¿Por qué en dulce cuidado no se le ha dado importancia al desarrollo de un Marketing Digital?**

Las socias del hogar tiene presente que hacer esto traería grandes oportunidades o beneficios para el mismo, pero explican que por la multitarea que ellas implementan, no es posible poner esto como una prioridad, es algo que se desea hacer pero se tiene claro que no podrían ser ellas quienes lo lleven a cabo.

**¿Al desarrollar estrategias de Marketing Digital dulce cuidado será más visible al público?**

Sí, dado que implementar significa hacer gran uso de las redes sociales y pagina web del mismo, donde millones de personas también interactúan, también significa invitar o promover a las familias a utilizar estos medios para informarse del hogar y sus actividades.

**¿Cuáles son las estrategias que ha desarrollado la competencia para su posicionamiento actual?**

La principal diferencia encontrada en la página web de dulce cuidado y la competencia es que las páginas de esta (la competencia) son menos saturadas y llamativas, también ha de destacarse que estas cuentan con un mejor posicionamiento en la lista de búsqueda, al buscar “hogares geriátricos Medellín”

**¿Cuáles son las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas de la competencia?**

La competencia implementa buenas estrategias de marketing digital cosa que dulce cuidado no, y acceder a la información de la competencia por medio de los buscadores es mucho más fácil que a la información de dulce cuidado.



### **¿Cuáles son las principales ventajas que tiene dulce cuidado sobre la competencia?**

Dulces cuidado aunque no presenta tan buenas estrategias de marketing digital como la competencia cuenta con gran fidelidad de sus usuarios, y excelentes recomendaciones dadas por los mismo, por eso dulce cuidado se ha basado en crecer mediante el voz a voz desarrollado por los familiares del hogar.

### **¿Qué opinan los usuarios sobre el Marketing Digital de dulce cuidado?**

Los usuarios no opinan mucho dado que no poseen conocimiento de que dulce cuidado cuente con este, dado que los familiares de los usuarios son en general adultos mayores con poco acercamiento al área de internet.

### **¿Qué efectos trae para dulce cuidado que se desarrolle un marketing Digital para el mismo?**

Como lo dice Elizabeth Londoño en la entrevista que se le realizó esto traerá venta, lo que quiere decir que si se implementa marketing digital en el hogar serán mayores los usuarios que lleguen al hogar y que estos no llegaran solo por el voz a voz de las familias.

### **¿El personal de dulce cuidado tiene presente cuáles serán las futuras consecuencias al implementar el Marketing digital para el establecimiento?**

Es probable que no todo el personal lo tenga presente dado que implantar este no es una prioridad de las socias, pero si se les hace la pregunta tienen claro la respuesta, ejemplo de esto es la entrevista realizada a Yuliana Valencia, trabajadora del hogar, que con su respuesta también deja claro que implementarlo traerá más usuarios.

## **¿Qué podría pasar si dulce cuidado no incluye un Marketing Digital para sí?**

En el presente los cambios no serán tan notorios, puesto que seguirán con su situación actual, como ha sido desde hace un tiempo hasta hoy, pero en unos cuantos años cuando la tecnología haya avanzado aún más, implantarlo será más que una necesidad para el hogar y se convertirá en una obligación.

## **16. DESCRIPCION DE LAS LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN.**

La presente investigación se realizó en el hogar geriátrico dulce cuidado de Medellín, con las socias y un familiar de un usuario del hogar. Las limitaciones encontradas en la investigación se basan en disponibilidad de tiempo, dado que las socias del hogar también son trabajadoras dedican buena cantidad de su tiempo en la atención de los usuarios.

## **17. RECOMENDACIONES PARA INVESTIGACIONES FUTURAS.**

Para futuros investigadores se recomienda realizar entrevistas a personas expertas en el tema de marketing digital, para obtener mejores opiniones, que permitan ampliar el campo de investigación.

Ampliar la investigación realizando a futuro capacitaciones que permitan informar a las familias del tema y de su importancia.

Los futuros investigadores podrán realizar encuestas a la comunidad, para encontrar estadísticas que permitan evidenciar si se ha desarrollado o no un plan de marketing digital en el hogar.

## **18. POSIBLES APLICACIONES PRÁCTICAS.**

La presente investigación es posible aplicarla principalmente a hogares geriátricos pero en su defecto esta investigación se puede aplicar a empresas en general que carezcan de un plan de marketing digital.

## 19. REFERENCIAS.

### Referencias

- (A.M.A), A. M. (Diciembre de 2009). *MarketinPower.com*. Obtenido de [http://www.marketingpower.com/\\_layouts/Dictionary.aspx?dLetter=M](http://www.marketingpower.com/_layouts/Dictionary.aspx?dLetter=M)
- Abuelo, mi viejo querido*. (15 de Mayo de 2017). Obtenido de <http://www.miabuelomiviejoquerido.com/>
- ADVEISCHOOL*. (15 de Enero de 2016). Obtenido de <https://adveischool.com/los-4-fantasticos-del-marketing-digital/>
- Alvarez, N. (15 de Enero de 2017). *Expansión*. Obtenido de <http://www.expansion.com/economia-digital/companias/2017/01/15/587899f8e2704e2e588b460b.html>
- Arias, A. I., & Lopez, J. (s.f.). *U tadeo*. Obtenido de [http://www.utadeo.edu.co/files/collections/documents/field\\_attached\\_file/el\\_marketing\\_digital\\_en\\_colombia.pdf?width=740&height=780&inline=true#pdf\\_reader](http://www.utadeo.edu.co/files/collections/documents/field_attached_file/el_marketing_digital_en_colombia.pdf?width=740&height=780&inline=true#pdf_reader)
- Arroyabe, L. O. (24 de Mayo de 2017). (A. C. Cardenas, Entrevistador)
- Castells, M. (7 de Octubre de 2000). *Amazon S3*. Obtenido de [http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/34314728/INTERNET\\_Y\\_LA\\_SOCIEDAD\\_RED.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1494546877&Signature=szkbqi5CXoGO1YB8bceQEBjNeSA%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DINTERNET\\_Y\\_LA\\_SOCIED](http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/34314728/INTERNET_Y_LA_SOCIEDAD_RED.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1494546877&Signature=szkbqi5CXoGO1YB8bceQEBjNeSA%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DINTERNET_Y_LA_SOCIED)
- dulce cuidado*. (15 de Febrero de 2017). Obtenido de <http://www.dulcecuidadosas.com/>
- El ciruelo estancia para el adulto mayor*. (15 de Mayo de 2017). Obtenido de <http://www.tucasaelciruelo.co/>
- Fleming, P. (2000). *Hablemos de Marketing interactivo*. Madrid: ESIC. Obtenido de [https://books.google.es/books?hl=es&lr=lang\\_es&id=Fj-I5ZXro\\_sC&oi=fnd&pg=PA17&dq=Marketing+digital+&ots=pSz2ntTpnO&sig=RWiVYQFLEdQr7yiYpdFiYxhX190#v=onepage&q=Marketing%20digital&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=lang_es&id=Fj-I5ZXro_sC&oi=fnd&pg=PA17&dq=Marketing+digital+&ots=pSz2ntTpnO&sig=RWiVYQFLEdQr7yiYpdFiYxhX190#v=onepage&q=Marketing%20digital&f=false)
- idatzia, I. P.-k. (2012). *Obeservatorio tecnologico*. Obtenido de <http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/eu/internet/web-20/1043-redes-sociales?start=1>
- Marín, A. M., & Estrella., J. L. (2015). *Universidad politecnica salesina*. Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/9939/1/UPS-GT000974.pdf>

- Marketing Digital*. (2010). vertice. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=qdGjYHkGB1UC&oi=fnd&pg=PP2&dq=+que+es+Marketing+digital+&ots=PZI2QvwdA1&sig=iauYwAjwI2MhW-IJQb6tII492DA#v=onepage&q=que%20es%20Marketing%20digital&f=false>
- Marketing., T. C. (Diciembre de 2009). *cim.co.uk*. Obtenido de <http://www.cim.co.uk/resources/glossary/home.aspx>
- minsalud. (s.f.). *ministerio de salud y protección social*. Obtenido de <https://www.minsalud.gov.co/proteccionsocial/Documents/Situacion%20Actual%20de%20las%20Personas%20adultas%20mayores.pdf>
- Perez, A., & Florido, R. (Diciembre de 2003). *Universidad de granda*. Obtenido de <http://www.ugr.es/~sevimeco/revistaeticanet/Numero2/Articulos/Intrecedu.pdf>
- Philip, K., & Kevin, K. L. (2006). Dirección de Marketing. En K. Philip, & K. L. Kevin, *Dirección de Marketing* (pág. 5).
- Rozo, A. M. (2 de Agosto de 2016). *Smart Marketing*. Obtenido de <http://woobsing.com/infografia-marketing-digital-vs-marketing-tradicional/>
- Selman, H. (2017). marketing Digital. En H. Selman, *marketing Digital* (pág. 6). Ibukku. Obtenido de <https://books.google.com.co/books?id=kR3EDgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=marketing+digital&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiDqOv5xPLTAhVGTSYKHUjRBqwQ6AEISDAG#v=onepage&q&f=false>
- Sierra, A. (16 de Mayo de 2017). *SMDIGITAL*. Obtenido de <https://www.smdigital.com.co/blog/porque-el-marketing-digital-es-tan-importante-hoy/>
- Taborda, L. (24 de Mayo de 2017). (A. C. Cardenas, Entrevistador)
- Toro, E. C. (24 de Mayo de 2017). (A. C. Cardenas, Entrevistador)
- Valencia, Y. (24 de Mayo de 2017). (A. C. Cardenas, Entrevistador)
- Villanueva, P. (14 de febrero de 2017). *MARKETING ECOMMERCE*. Obtenido de <https://marketing4ecommerce.net/cuales-redes-sociales-mas-usuarios-mundo-2017/>
- William, S. J., Michael, E. J., & Bruce, W. J. (2007). Fundamentos de Maketing. En S. J. William, E. J. Michael, & W. J. Bruce, *Fundamentos de Maketing* (pág. 6).

## 20. ANEXOS.

### Anexo 1. Glosario de términos técnicos.

**Redes sociales:** Una Red Social es una estructura social compuesta por un conjunto de actores (tales como individuos u organizaciones) que están conectados por diadas denominadas lazos interpersonales, que se pueden interpretar como relaciones de amistad, parentesco, entre otros.

**SEO:** (Search Engine Optimization) es optimización para los motores de búsqueda y el concepto trata de las acciones requeridas para lograr que un sitio web posicione entre los primeros resultados en un buscador orgánica/natural.

**SEM:** (Search Engine Marketing) es marketing en buscadores y representa a las acciones asociadas a lograr posicionamiento en un sitio en buscadores a través de enlaces patrocinados.

**Community manager:** Persona encargada o responsable de sostener, acrecentar y en cierta forma, defender las relaciones de la empresa con sus clientes en el ámbito digital.



## Anexo 2. Plantilla entrevista.



INSTITUCION UNIVERSITARIA ESUMER.  
FACULTAD DE ESTUDIOS EMPRESARIALES Y DE MERCADEO.  
ADMINISTRACION COMERCIAL Y DE MERCADEO.

**Tema de tesis:** Este trabajo está basado en el Marketing digital como herramienta de mercadeo.

**Autores:** Diana Marcela Londoño Toro. - Andrea Carolina Londoño Cardenas

**Tutores:** Jeferson Carmona Maldonado.

**Objetivo:** Obtener información que permita identificar la tendencia e importancia del marketing digital.

**Nombre del instrumento de recolección de datos:** Entrevista dirigida a familiar del hogar geriátrico dulce cuidado.

### ENTREVISTA.

#### PREGUNTAS AL FAMILIAR.

1. ¿Ha buscado alguna vez centros geriátricos en internet?
2. ¿Dulce cuidado es uno de los primeros centros en aparecer?
3. ¿Cómo se enteró usted de la existencia del hogar?
4. ¿Conoce usted la existencia de la página y el Facebook del hogar?
5. ¿Le parece fácil acceder a la página del hogar? ¿considera que tiene información de su interés y que esta se encuentra actualizada?
6. ¿le gustaría poder estar informado de lo que ocurre en el hogar por medio de internet?



INSTITUCION UNIVERSITARIA ESUMER.  
FACULTAD DE ESTUDIOS EMPRESARIALES Y DE MERCADEO.  
ADMINISTRACION COMERCIAL Y DE MERCADEO.

**Tema de tesis:** Este trabajo está basado en el Marketing digital como herramienta de mercadeo.

**Autores:** Diana Marcela Londoño Toro. - Andrea Carolina Londoño Cardenas

**Tutores:** Jeferson Carmona Maldonado.

**Objetivo:** Obtener información que permita identificar la tendencia e importancia del marketing digital.

**Nombre del instrumento de recolección de datos:** Entrevista dirigida a socios del hogar geriátrico dulce cuidado.

#### **PREGUNTAS A LAS SOCIAS.**

1. ¿Conoce qué es Marketing Digital?
2. ¿Cuándo llegan nuevos usuarios, estos como se han enterado de la existencia del hogar?
3. ¿Le parece que la información del hogar es fácil de encontrar en internet?
4. ¿Cómo considera usted que es la publicidad suministrada en internet?
5. ¿La información de las redes sociales y la página están actualizadas?  
¿Se hace constantemente? ¿Hay alguien que se encargue de eso o lo hace cualquiera?
6. ¿informan a los familiares que el hogar tiene redes sociales y una página donde se suministra información?
7. ¿considera que los familiares hacen uso de estas?
8. ¿Qué opina de implementar un plan de marketing digital para el hogar?
9. ¿considera que hacer esto los hará resaltar ante la competencia?
10. ¿Qué otros beneficios cree que puede traer?