

Datos Generales

Proyecto	Las tics como estrategia de marketing en las pyme del sector de Miami dos-centro Barranquilla		
Estado	INACTIVO		
Semillero	UNIAUTONOMA		
Área del Proyecto	Ciencias Sociales	Subárea del Proyecto	Administración
Tipo de Proyecto	Proyecto de Investigación	Subtipo de Proyecto	Propuesta de Investigación
Grado	V SEMESTRE	Programa Académico	ADMINISTRACION DE EMPRESAS
Email	centrodeinvestigaciones@uac.edu.co	Teléfono	3784939

Información específica

Introducción

El presente proyecto de investigación pretende concientizar a los microempresarios del sector Miami dos en la ciudad de Barranquilla, sobre el uso necesario de las tics como estrategia de marketing y publicidad teniendo en cuenta el crecimiento que tendrá este sector con las propuestas turísticas y comerciales que se han gestionado acerca de la expansión de la avenida el rio, la cual traerá más apertura en el ámbito mercantil y por consiguiente habrá más demanda y más competencia en este sector.

Planteamiento

En la actualidad, la zona comercial Miami Dos- centro de Barranquilla se encuentra geográficamente bien ubicada gracias a los avances que se han desarrollado de la avenida del rio, el cual pretende generar mayor demanda para este sector. Como bien dijo la alcaldesa Elsa Noguera para el periódico El Heraldo (Sección Loca, l 2013) “esta obra no solo va a ser un lugar hermoso para disfrutar sino que será un gran motor de nuestra economía, con un Gobierno Nacional que se ha propuesto recuperar la navegabilidad del Río, implementar el sistema de transporte multimodal, de tal manera que podamos ahorrar costos y ser la gran capital del TLC”. Aunque los pequeños comerciantes de este sector muestran poco interés e iniciativa hacia el futuro del crecimiento turístico y comercial que esta zona viene desarrollando y la expansión que logrará tener la avenida el rio, la presente investigación pretende identificar como las tics podrían ser utilizadas por los pequeños comerciantes de las pyme del sector Miami Dos de la ciudad de Barranquilla como estrategia de marketing; teniendo en cuenta los crecimientos continuos de la ciudad en los últimos años siendo este un sector muy cercano a la avenida el rio y que a futuro tendrá gran acogida ya que se convertirá en centro turístico dándole así más acogida por parte de los ciudadanos y turistas generando a estas micro empresas mayor oportunidad de comercializar sus productos. Por lo tanto teniendo en cuenta lo anteriormente planteado el investigador se hace el siguiente interrogante ¿Cómo las tics podrían ser utilizadas como estrategia de marketing en las pyme del sector Miami dos – centro en la ciudad de Barranquilla 2014-2015?

Objetivo General

Describir las tics como estrategia de marketing en las pyme del sector de Miami dos para incrementar la publicidad, y generar mayor demanda en la ciudad de Barranquilla-Colombia.

Objetivos Específicos

- Caracterizar el total de las pequeñas y medianas empresas activas en el sector de Miami dos de la ciudad de Barranquilla.
- Diseñar un web side que se utilizará como plataforma con el propósito de implementar una estrategia de marketing en las pyme del sector de Miami dos de la ciudad de Barranquilla.
- Escoger una microempresa modelo del sector de Miami dos de la ciudad de Barranquilla para de esta manera mostrar resultados del anterior objetivo

Metodología

El estudio será descriptivo transversal. Puesto que determinará las características de la población a investigar, se señalarán formas de conductas y actitudes y se relacionarán entre las variables Esta investigación se enfoca desde el diseño cuantitativo; será cuantitativo por la forma en cómo serán analizados los datos a través de promedios porcentual y transversal por realizarse en un periodo de tiempo específico 2014-2015 (Canales, Alvarado y Pineda 1998).

Resultados Esperados

Por medio del siguiente proyecto de investigación se espera obtener los siguientes resultados: • Obtener un análisis de las estrategias de marketing determinadas por los microempresarios de Miami dos de la ciudad de Barranquilla. • Crear un plan de intervención en el que se propicie las tics como estrategia de marketing para uso de los microempresarios de Miami dos en la ciudad de Barranquilla • Adaptar el plan de intervención en las microempresas del sector de Miami dos en la ciudad de Barranquilla.

Conclusiones

El presente proyecto de investigación no presenta resultados, por lo cual se espera cumplir con los anteriormente propuestos.

Bibliografía

• De la cruz Leonor (2013). Entregan al servicio de la comunidad la avenida del Rio. El Heraldo. EN:<http://www.elheraldo.co/local/entregan-al-servicio-de-la-comunidad-la-avenida-del-rio-94070> • Hidalgo Nuchera, La gestión de la tecnología como factor estratégico de la competitividad industrial (1999) • Anetcom “las tic en la estrategia empresarial ” (2007) • CABERO, J. (1998): Las aportaciones de las nuevas tecnologías a las instituciones de formación continuas: reflexiones para comenzar el debate, en MARTIN-MORENO, Q. y otros (coords): V Congreso interuniversitario de organización de instituciones educativas, Madrid, Departamentos de Didáctica y Organización Escolar de la Universidad de Alcalá, Complutense. • Junta de Castilla y León (www.jcyl.es) y Consejo Regional de Cámaras de Comercio e Industria de Castilla y León (www.camarascyl.es)

Integrantes

Documento	Tipo	Nombre	Email
1045728708	PONENTE	KAROLAYN FRANCO GAVIRIA	centrodeinvestigaciones@uac.edu.co

Instituciones

NIT	Institución
8901025729	UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL CARIBE