



ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL EN EL E-COMMERCE DE LAS EMPRESAS EN LA CIUDAD DE ASUNCIÓN MEDIANTE BIG DATA.

Nanddy Daihana de la Paz Benitez Vera

Tutor

Lic. Lourdes Natalia Martinez González

Proyecto de Tesis presentada en de la Universidad Integración de las Américas como
requisito parcial para obtención del título de Ingeniera Comercial.

Asunción - Paraguay

2024



Resumen Ejecutivo

El estudio titulado "Estrategias de Marketing Digital en el E-Commerce de las Empresas en la Ciudad de Asunción mediante Big Data" tuvo como objetivo general analizar cómo las empresas de e-commerce en Asunción utilizan Big Data para optimizar sus estrategias de marketing digital.

Se adoptó un enfoque cuantitativo y descriptivo. La recolección de datos se realizó mediante encuestas dirigidas a gerentes y propietarios de las empresas ubicadas en el barrio Santísima Trinidad en Asunción. Se empleó un cuestionario estructurado como instrumento principal de recolección de datos, abarcando aspectos como la segmentación de clientes, la personalización de campañas, y los desafíos técnicos y estratégicos de la adopción de Big Data.

La muestra consistió en 52 empresas de diferentes tamaños y sectores, comercios, empresas, medianas y grandes. Los resultados mostraron que el 60% de las empresas utiliza Big Data para personalización detallada, mientras que un 41% lo emplea para ajustar servicios basados en el comportamiento del usuario. Además, el 45% de las empresas optimiza la conversión y retención de clientes mediante Big Data. Los principales desafíos identificados fueron la capacitación técnica insuficiente (41%) y la complejidad de las herramientas (22%). El estudio concluyó que Big Data es crucial para la personalización y eficiencia de las campañas de marketing digital. Sin embargo, las empresas enfrentan importantes desafíos en términos de capacitación, infraestructura y gestión de datos, lo que requiere inversiones continuas en formación y tecnología para maximizar los beneficios y mantener una ventaja competitiva en el mercado.

Palabras claves: Estrategias; Marketing Digital; E-Commerce; Empresas; Big Data.

