



DOI: <https://doi.org/10.23857/dc.v9i3.3605>

Ciencias Económicas y Empresariales  
Artículo de Investigación

*Marketing digital de rendimiento como herramienta potencial de los negocios populares y emprendedores*

*Performance digital marketing as a potential tool for popular and entrepreneurial businesses*

*Marketing digital de desempenho como ferramenta potencial para negócios populares e empreendedores*

Milton Fernando-Hidalgo Achig <sup>I</sup>  
[m.hidalgo@istvicenteleon.edu.ec](mailto:m.hidalgo@istvicenteleon.edu.ec)  
<https://orcid.org/0000-0001-5184-3110>

Cristian Stalin Salguero-Núñez <sup>II</sup>  
[s.salguero@istvicenteleon.edu.ec](mailto:s.salguero@istvicenteleon.edu.ec)  
<https://orcid.org/0000-0003-0270-3706>

Juan David Iza-Garnica <sup>III</sup>  
[j.iza@istvicenteleon.edu.ec](mailto:j.iza@istvicenteleon.edu.ec)  
<https://orcid.org/0000-0002-2926-358X>

Efraín Jeremías Guamán-Molina <sup>IV</sup>  
[jeremy\\_lince@outlook.com](mailto:jeremy_lince@outlook.com)  
<https://orcid.org/0009-0006-2815-9322>

**Correspondencia:** [m.hidalgo@istvicenteleon.edu.ec](mailto:m.hidalgo@istvicenteleon.edu.ec)

\***Recibido:** 01 de agosto de 2023 \***Aceptado:** 20 de septiembre de 2023 \* **Publicado:** 30 de septiembre de 2023

- I. Docente, Instituto Superior Tecnológico Vicente León, Carrera de Contabilidad y Asesoría Tributaria, Ecuador.
- II. Docente, Instituto Superior Tecnológico Vicente León, Carrera de Marketing Digital y Gestión de Negocios, Ecuador.
- III. Docente, Instituto Superior Tecnológico Vicente León, Carrera de Marketing Digital y Gestión de Negocios, Ecuador.
- IV. Docente, Unidad Educativa intercultural bilingüe Remigio Crespo Toral, Ecuador.

## Resumen

La presente investigación se orienta al análisis del marketing de rendimiento como herramienta potencial de los negocios populares y emprendimientos de la ciudad de Latacunga. La metodología empleada combinó el enfoque cualitativo y cuantitativo, también, se empleó el carácter descriptivo y exploratorio. Para la recolección de datos se aplicó una encuesta a una muestra de 150, de los cuales 60 fueron negocios populares y 90 emprendimientos de la ciudad de Latacunga. Los resultados reflejan que el 80% conoce lo que es el marketing digital y solo el 63% a aplicado alguna estrategia de marketing digital, los canales más utilizados son las redes sociales como Facebook (Marketplace, perfiles) y los estados de WhatsApp, el 92% no ha realizado un estudio de retorno de la inversión del marketing digital. El 85% de encuestados (128) al momento de la encuesta no conocía lo que es el performance digital marketing. Por ello, se procedió a mostrar mediante un video de lo que se trata y luego de recibir la información el 79% 119 de 150 estaría dispuesto a emprender una campaña publicitaria mediante esta estrategia. En resumen, el estudio refleja el potencial que tiene el performance digital marketing para impulsar el desarrollo y crecimiento de los negocios populares y emprendimientos.

**Palabras Claves:** Marketing digital; Negocios populares; Emprendimiento; Publicidad; Marketing de rendimiento.

## Abstract

This research is oriented to the analysis of performance marketing as a potential tool for popular businesses and ventures in the city of Latacunga. The methodology used combined the qualitative and quantitative approach, and the descriptive and exploratory nature was also used. To collect data, a survey was applied to a sample of 150, of which 60 were popular businesses and 90 were enterprises in the city of Latacunga. The results reflect that 80% know what digital marketing is and only 63% have applied any digital marketing strategy. The most used channels are social networks such as Facebook (Marketplace, profiles) and WhatsApp statuses, 92% % have not conducted a digital marketing return on investment study. 85% of respondents (128) at the time of the survey did not know what digital marketing performance is. For this reason, we proceeded to show what it is about through a video and after receiving the information, 79% 119 out of 150 would be willing to undertake an advertising campaign using this strategy. In summary, the study reflects the potential that digital performance marketing has to boost the development and growth of popular businesses and ventures..

**Keywords:** Digital marketing; Popular Business, Entrepreneurship; Advertising; Performance Marketing.

## Resumo

Esta pesquisa está orientada à análise do marketing de performance como ferramenta potencial para negócios e empreendimentos populares na cidade de Latacunga. A metodologia utilizada combinou a abordagem qualitativa e quantitativa, sendo também utilizada a natureza descritiva e exploratória. Para coletar dados, foi aplicada uma pesquisa a uma amostra de 150 pessoas, das quais 60 eram empresas populares e 90 eram empresas da cidade de Latacunga. Os resultados refletem que 80% sabem o que é marketing digital e apenas 63% aplicaram alguma estratégia de marketing digital. Os canais mais utilizados são redes sociais como Facebook (Marketplace, perfis) e status de WhatsApp, 92% não realizaram marketing digital estudo de retorno sobre investimento. 85% dos entrevistados (128) no momento da pesquisa não sabiam o que é desempenho de marketing digital. Por isso, passamos a mostrar do que se trata através de um vídeo e após receber a informação, 79% 119 em 150 estariam dispostos a realizar uma campanha publicitária utilizando esta estratégia. Em resumo, o estudo reflete o potencial que o marketing de desempenho digital tem para impulsionar o desenvolvimento e o crescimento de negócios e empreendimentos populares.

**Palavras-chave:** Marketing digital; Negócios Populares, Empreendedorismo; Anúncio; Marketing de desempenho.

## Introducción

En la era digital actual, el mundo de los negocios ha experimentado una transformación sin precedentes. La tecnología y la conectividad han democratizado el acceso a los mercados, brindando oportunidades sin límites a emprendedores y negocios populares que anteriormente se enfrentaban a barreras insuperables. En este contexto, el marketing digital se ha revelado como una poderosa herramienta publicitaria que está cambiando la forma en que las empresas se promocionan y se conectan con sus audiencias.

Los negocios populares y los emprendedores, a menudo caracterizados por sus recursos limitados y su presencia local, han encontrado en el marketing digital una vía para competir en igualdad de condiciones con las grandes corporaciones. Esta herramienta les permite llegar a públicos específicos, medir el impacto de sus esfuerzos promocionales y optimizar sus estrategias de manera eficiente y

## Marketing digital de rendimiento como herramienta potencial de los negocios populares y emprendedores

---

rentable. Sin embargo, a pesar de su potencial, muchos negocios populares y emprendedores aún no han aprovechado completamente las ventajas que el marketing digital tiene para ofrecer.

El marketing digital no solo es una herramienta publicitaria, sino un medio a través del cual los negocios populares y emprendedores pueden alcanzar nuevas alturas y mantenerse relevantes en un mundo empresarial en constante evolución.

### **Marketing digital**

El marketing digital se refiere a una estrategia de promoción y búsqueda de mercado que se realiza en el entorno en línea, utilizando diversos canales digitales, como las redes sociales. En el mundo actual, lo virtual no solo conecta a personas con dispositivos, sino también a personas entre sí a nivel global. El marketing digital, que a menudo involucra tácticas de marketing interactivo y enlazado, simplifica las interacciones entre los productores, los intermediarios del mercado y los posibles consumidores. (Purwanti et al., 2021)

El marketing digital se ha vuelto indispensable en la promoción de productos y servicios debido al incremento en la competencia y la evolución de las necesidades de los consumidores. También conocido como e-marketing, este enfoque involucra la difusión de mensajes electrónicos dirigidos a posibles clientes a través de la publicidad en línea. (Nuseir & Aljumah, 2020)

En Ecuador cada vez más empresas están invirtiendo en tecnología y aplicaciones web para publicidad y para garantizar la seguridad de las transacciones electrónicas y ganarse la confianza de los usuarios. Es crucial que los emprendimientos estén al tanto de las tendencias actuales y consideren invertir en esta área, ya que representa una ventaja competitiva en constante crecimiento para los negocios emergentes. (Arteaga et al., 2018)

### **Rendimiento del marketing digital (ROI)**

En los últimos diez años, se ha observado un marcado aumento en la utilización de la ciencia de datos, lo que ha simplificado la toma de decisiones y la obtención de información y perspectivas prácticas a partir de extensos conjuntos de datos en el campo del marketing digital. . A pesar de estos avances, todavía existe una notable falta de evidencia con respecto a las estrategias para mejorar la gestión de la ciencia de datos en el ámbito del marketing digital. (Saura, 2021)

## Marketing digital de rendimiento como herramienta potencial de los negocios populares y emprendedores

---

La fórmula tradicional del retorno de la inversión es la siguiente:  $ROI = (\text{beneficio} - \text{inversión}) / \text{inversión}$  Esta ecuación dará como resultado una cifra que representa los ingresos obtenidos por la acción, descontando los costos de la inversión.

Un aspecto esencial es que las tácticas empleadas en las redes sociales deben tener en cuenta siempre un enfoque a largo plazo. Inicialmente, es probable que se logren resultados no monetarios, como visitas a un sitio web, visualizaciones, comentarios, menciones positivas, clics, exposición y el aumento de la red de influencia. Posteriormente, en una segunda fase, se podrá evaluar cómo estas variables influyen en el crecimiento financiero del negocio, como, por ejemplo, en el aumento de las ventas. (Moschini, 2012)

a la necesidad de implementar métodos de medición para calcular el rendimiento global de marketing, con el fin de aumentar la importancia de contar con medidas objetivas y disminuir la subjetividad. (Ramírez, 2018, p. 49)

### **Metodología**

La presente investigación combina el enfoque cualitativo y cuantitativo y es de carácter descriptiva y exploratoria, para comprender la percepción general de los negocios populares y emprendedores sobre el marketing digital de rendimiento, identificar el uso de esta tendencia de marketing, qué estrategias se aplican y cuáles son los resultados observados.

También, fue necesario realizar una revisión bibliográfica de la literatura existente relacionada con el marketing digital de rendimiento y su aplicación en negocios populares y emprendedores.

Como técnica empírica de recolección de datos se empleó la encuesta y se aplicó a una muestra de 150 individuos de estudio constituido por 60 negocios populares y 90 emprendedores ecuatorianos de la ciudad de Latacunga.

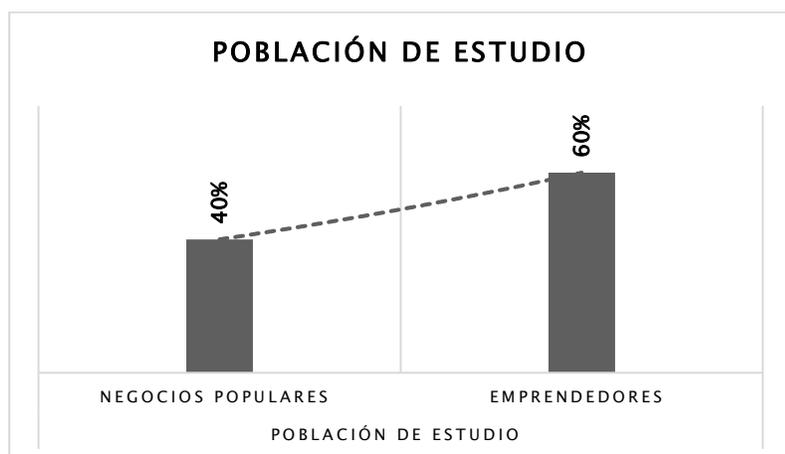
### **Resultados**

La población de estudio fue de 150 individuos de los cuales el 40% es decir 60 eran negocios populares y el 60% (90) emprendedores.

#### **Figura 1**

##### **Población de estudio**

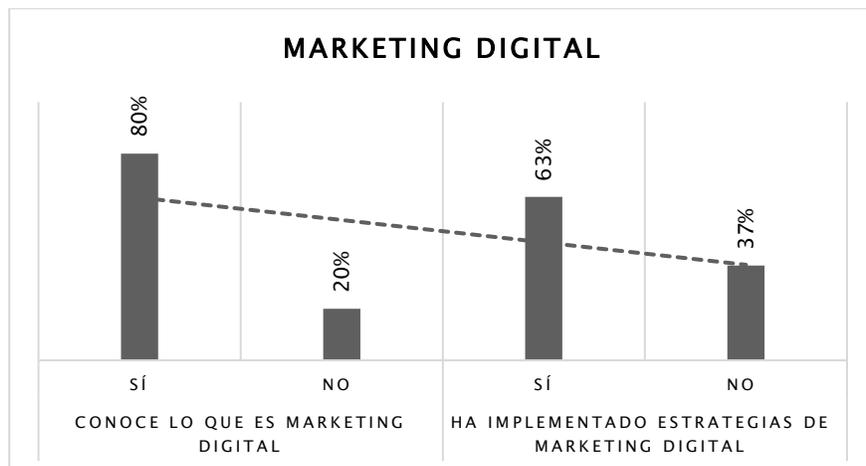
## Marketing digital de rendimiento como herramienta potencial de los negocios populares y emprendedores



El 80% (120) conocen lo que es marketing digital y el 20% (30) no posee información certera del tema. Solo el 63% ha implementado alguna estrategia de marketing digital y el 37% es decir 55 no ha empleado ninguna estrategia de marketing de esta naturaleza.

**Figura 2**

### Marketing digital



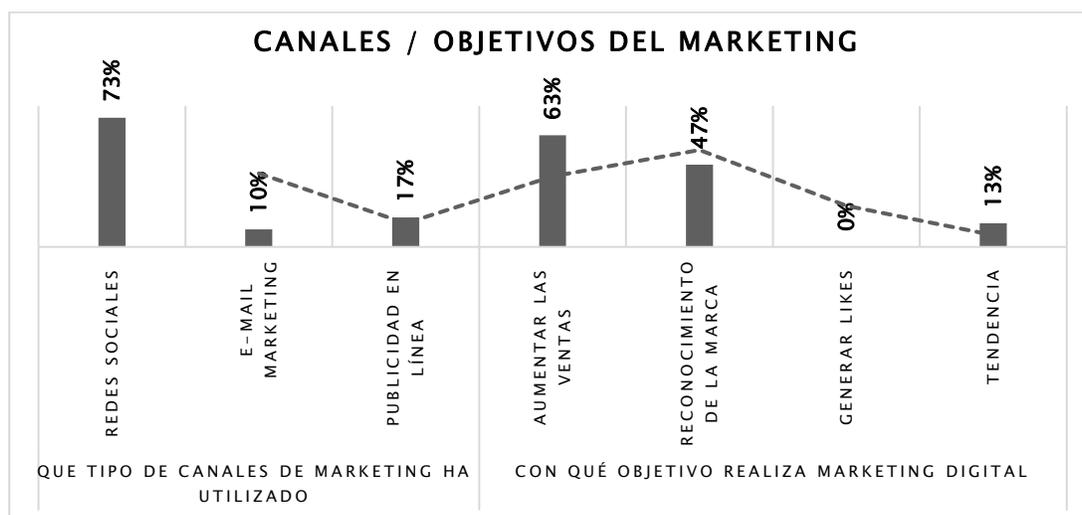
Los canales más utilizados son las redes sociales el 73% es decir 110 de 150 encuestados emplea las redes sociales como Facebook (Marketplace, perfiles) y los estados de WhatsApp, para promocionar sus productos.

El marketing digital es realizado para incrementar las ventas y lograr reconocimiento de la marca 63% y 47% respectivamente.

**Figura 3**

### Canales y Objetivos del marketing

Marketing digital de rendimiento como herramienta potencial de los negocios populares y emprendedores

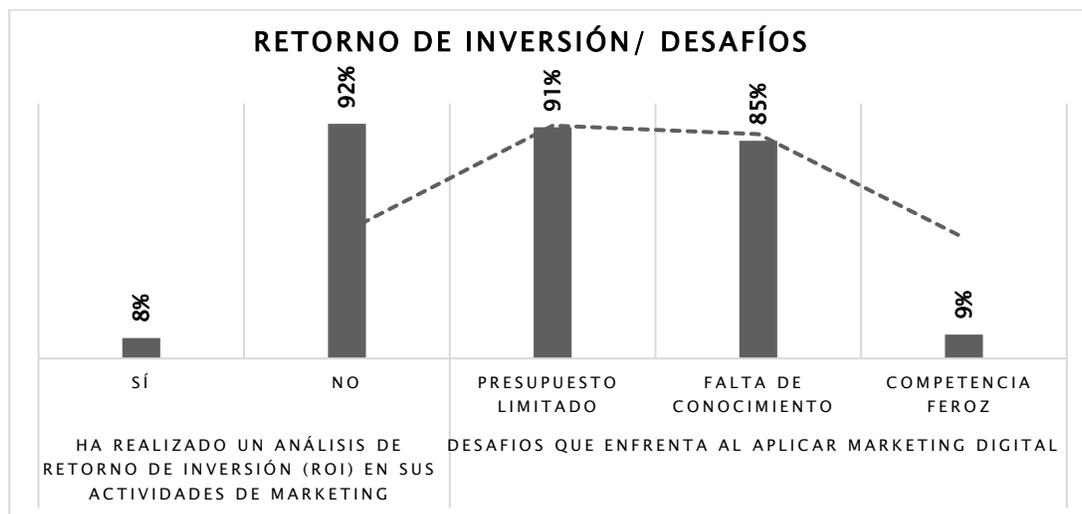


El 92% (138) no han realizado estudios de retorno de la inversión, esto puede deberse a que emplean los medios gratuitos de las redes sociales, pero no han emprendido una campaña publicitaria con impulso económico.

Los desafíos que enfrentan los negocios populares y emprendedores para emprender campañas de marketing digital son la falta de presupuesto y falta de conocimiento.

Figura 4

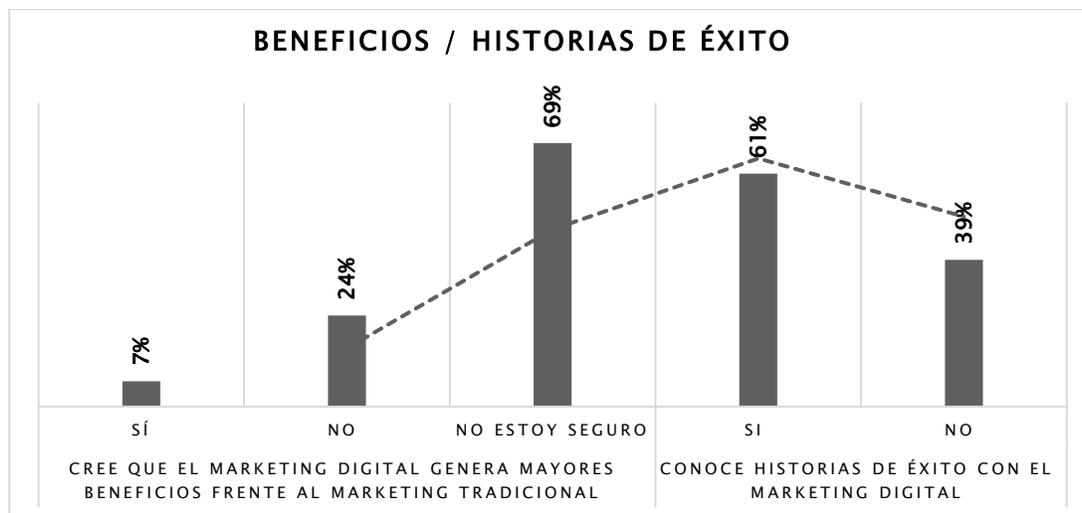
Retorno de inversión y desafíos



El 69% (104 de 150) no está seguro si el marketing digital genera mayores beneficios frente al marketing convencional, el 24% cree que no y solo el 7% opina que los beneficios son mayores con el marketing digital.

**Figura 5**

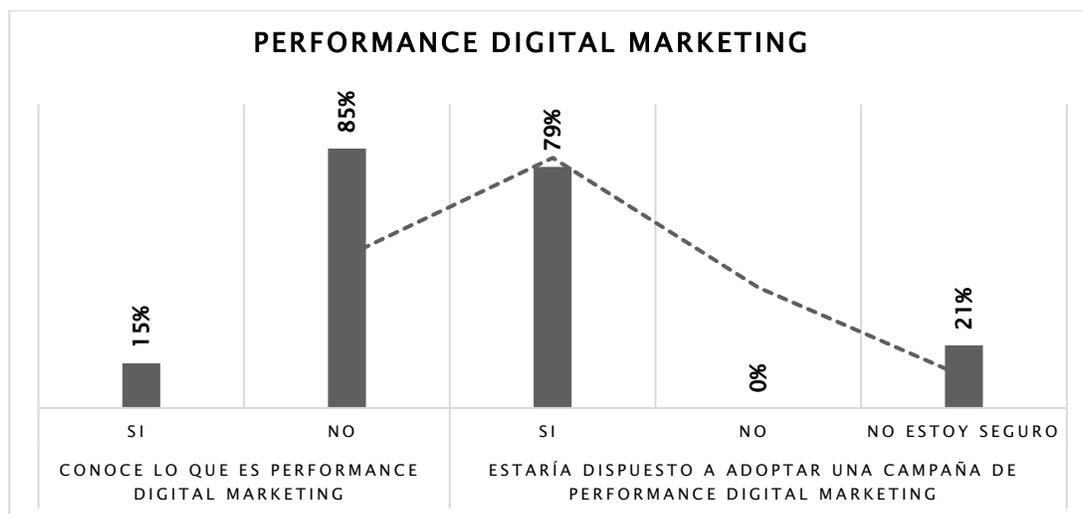
**Beneficios e historias de éxito**



El 85% de encuestados (128) al momento de la encuesta no conocía lo que es el performance digital marketing. Por ello, se procedió a mostrar mediante un video de lo que se trata y luego de recibir la información el 79% 119 de 150 estaría dispuesto a emprender una campaña publicitaria mediante esta estrategia, y el 21% aún no está seguro, este segmento necesita mayor información para comprender los beneficios y adoptar estas tendencias de marketing que impulsarían el desarrollo y crecimiento de los negocios y los mantendría en la tendencia competitiva.

**Figura 6**

**Performance digital marketing**



## Discusión

La composición de la población de estudio, con un 40% de negocios populares y un 60% de emprendedores, refleja una diversidad significativa en el tejido empresarial. Esta distribución subraya la importancia de comprender cómo el marketing digital de rendimiento puede beneficiar tanto a emprendedores como a negocios populares, y abre la puerta a investigaciones que analizan las estrategias más efectivas para cada grupo, contribuyendo así al avance de las prácticas de marketing en ambos sectores.

Los datos revelan una disparidad interesante en la comprensión y la implementación del marketing digital dentro de la muestra estudiada. Aunque la mayoría, el 80%, está familiarizada con el concepto, el hecho de que un considerable 20% carezca de información precisa destaca la necesidad de una mayor educación en este ámbito. Además, el hecho de que solo el 63% haya implementado estrategias de marketing digital sugiere un espacio significativo para el crecimiento y la adopción de estas prácticas. Esta brecha entre el conocimiento y la aplicación subraya la relevancia de la investigación sobre el rendimiento del marketing digital, ya que puede ayudar a guiar y optimizar los esfuerzos de aquellos que están en el proceso de incorporar estas estrategias en sus negocios o emprendimientos.

La predominancia del uso de redes sociales, con un notable 73% de los encuestados optando por plataformas como Facebook y WhatsApp para promocionar sus productos, subraya la creciente importancia de las redes sociales en el panorama del marketing digital. Estos canales han dejado de ser simplemente lugares de interacción social para convertirse en poderosas herramientas comerciales. Además, el objetivo principal del marketing digital, que es aumentar las ventas (registrándose un 63% en la encuesta), demuestra que las estrategias están efectivamente alineadas con resultados tangibles. La búsqueda del reconocimiento de la marca, con un 47%, también destaca la importancia de la construcción de la identidad y la reputación en el entorno digital y subraya la doble naturaleza del marketing digital: no solo se trata de alcanzar una audiencia más amplia, sino de convertirla en clientes satisfechos y leales.

La estadística reveladora del 92% de los encuestados que no han realizado estudios de retorno de inversión (ROI) apunta a una realidad importante: muchos de estos negocios populares y emprendedores están aprovechando los canales de marketing digital gratuitos, como las redes sociales, pero aún no han dado el salto a campañas publicitarias pagadas. Esto sugiere una oportunidad latente para mejorar la eficacia de sus estrategias mediante un análisis más detallado de los resultados. Sin embargo, es crucial tener en cuenta los desafíos que obstaculizan este avance, en

## Marketing digital de rendimiento como herramienta potencial de los negocios populares y emprendedores

---

particular, la falta de presupuesto y de conocimiento en marketing digital. Estos obstáculos subrayan la necesidad de brindar apoyo y educación a este segmento empresarial para abordar estos obstáculos y desbloquear el verdadero potencial del marketing digital en el contexto de negocios populares y emprendimientos.

Los datos revelan una percepción variada entre los negocios populares y emprendedores con respecto a la efectividad del marketing digital en comparación con el marketing convencional. El hecho de que el 69% no esté seguro de si el marketing digital genera mayores beneficios sugiere una cierta ambigüedad en torno a esta cuestión. Mientras que un 24% cree que no, y solo un pequeño 7% opina que los beneficios son mayores con el marketing digital. Esta diversidad de opiniones subraya la importancia de investigaciones adicionales para evaluar y demostrar de manera concluyente el rendimiento del marketing digital en estos contextos, proporcionando así una base sólida para la toma de decisiones informadas por parte de los negocios populares y emprendedores en su estrategia de marketing.

El 85% de los encuestados no tenía conocimiento previo sobre el performance digital marketing al inicio de la encuesta destaca la necesidad de concienciación y educación en este campo. Sin embargo, es talentoso observar que después de recibir información, un sólido 79% mostró disposición para emprender campañas publicitarias mediante esta estrategia. Este cambio de actitud indica el potencial que tiene el performance digital marketing para impulsar el desarrollo y crecimiento de los negocios populares y emprendimientos. El 21% que aún se muestra incierto representa una oportunidad para brindar información adicional y promover una comprensión más profunda de los beneficios de esta tendencia de marketing, lo que podría ayudar a mantener competitivos en un mercado en constante evolución.

### Conclusiones

Los resultados de la investigación destacan que el Performance Digital Marketing tiene el potencial de ser una herramienta altamente valiosa para negocios populares y emprendimientos. La disposición de un gran porcentaje de encuestados a emprender campañas publicitarias mediante esta estrategia después de recibir información indica que existe un interés genuino en aprovechar esta herramienta para promocionar productos o servicios y lograr un mayor crecimiento.

pesar de su potencial, un porcentaje significativo de encuestados carecía de conocimiento previo sobre el Performance Digital Marketing. Esto resalta la necesidad constante de educación y

concienciación en este campo para que más negocios populares y emprendedores puedan comprender y aprovechar adecuadamente las ventajas de esta estrategia. La capacitación y el apoyo continuo pueden ser clave para fomentar una adopción más amplia y efectiva del Performance Digital Marketing en estos sectores.

## Referencias

- Arteaga Cisneros, J. P., Coronel Pérez, V., & Acosta Véliz, M. M. (01 de 06 de 2018). Influencia del marketing digital en el desarrollo de las MIPYME's en Ecuador. *Espacios*, 39(47), 1 - 11. Recuperado el 27 de 09 de 2023, de <https://www.revistaespacios.com/a18v39n47/a18v39n47p01.pdf>
- Moschini, S. (2012). *Claves del marketing digital*. Barcelona: Actividades Digital Media, S.L. (ADM). Recuperado el 27 de 09 de 2023, de <https://www.ceut.edu.mx/Biblioteca/books/Administraci%C3%B3n-2/Claves-del-Marketing-Digital.pdf>
- Nuseir, M., & Aljumah, A. (04 de 2020). The Role of Digital Marketing in Business Performance with the Moderating Effect of Environment Factors among SMEs of UAE. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 11(3), 310 - 324. Recuperado el 27 de 09 de 2023, de [https://www.researchgate.net/profile/Mohammed-Nuseir/publication/340874998\\_The\\_role\\_of\\_digital\\_marketing\\_in\\_business\\_performance\\_with\\_the\\_moderating\\_effect\\_of\\_environmental\\_factors\\_among\\_SMEs\\_of\\_UAE\\_International\\_Journal\\_of\\_Innovation\\_Creativity\\_and\\_Chang](https://www.researchgate.net/profile/Mohammed-Nuseir/publication/340874998_The_role_of_digital_marketing_in_business_performance_with_the_moderating_effect_of_environmental_factors_among_SMEs_of_UAE_International_Journal_of_Innovation_Creativity_and_Chang)
- Purwanti, Y., Erlangga, H., Kurniasih, D., Pratama, A., Sunarsi, D., Nurjaya, . . . Purwanto, A. (16 de 04 de 2021). The Influence Of Digital Marketing & Innovation On The School Performance. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 12(7), 118 - 127. Recuperado el 27 de 09 de 2023, de <https://turcomat.org/index.php/turkbilmater/article/view/2551/2188>
- Ramírez Ochoa, N. (10 de 2018). *Uso del Social Media Analytics para la Medición del Rendimiento del Marketing Digital en Instituciones de Educación Superior de Manizales*. Obtenido de [https://ridum.umanizales.edu.co/bitstream/handle/20.500.12746/3929/Ramirez\\_Ochoa\\_Nelly\\_2018.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://ridum.umanizales.edu.co/bitstream/handle/20.500.12746/3929/Ramirez_Ochoa_Nelly_2018.pdf?sequence=2&isAllowed=y)

Marketing digital de rendimiento como herramienta potencial de los negocios populares y emprendedores

---

Saura, J. R. (06 de 2021). Uso de las ciencias de datos en marketing digital: marco, métodos y métricas de rendimiento. *Journal Innovation Knowledge*, 6(2), 92 - 102.  
doi:<https://www.journals.elsevier.com/journal-of-innovation-and-knowledge>

©2023 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).|