

v.2, n.12, 2025 - Dezembro

**REVISTA
O UNIVERSO OBSERVÁVEL**

**EL PAPEL DEL MARKETING DIGITAL EN LA COMPETITIVIDAD
EMPRESARIAL CONTEMPORÁNEA**

Miguel Angel Tolentino Barrientos¹

Revista o Universo Observável

DOI: 10.69720/29660599.2025.000245

ISSN: 2966-0599

¹Tecnológico Nacional de México/ Instituto Tecnológico Tláhuac III, Estudiante 8° Semestre Ingeniería Industrial.
E-mail: L221120064@Tlahuac3.tecnm.mx
ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-8986-9131>





v.2, n.12, 2025 - Dezembro

EL PAPEL DEL MARKETING DIGITAL EN LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL CONTEMPORÁNEA

Miguel Angel Tolentino Barrientos



PERIÓDICO CIENTÍFICO INDEXADO INTERNACIONALMENTE

ISSN
International Standard Serial Number
2966-0599

www.ouniversoobservavel.com.br

Editora e Revista
O Universo Observável
CNPJ: 57.199.688/0001-06
Naviraí – Mato Grosso do Sul
Rua: Botucudos, 365 – Centro
CEP: 79950-000

RESUMEN

En un entorno empresarial marcado por la digitalización acelerada y la competencia global, el marketing digital se ha convertido en un elemento estratégico fundamental para las organizaciones. Este artículo analiza el papel del marketing digital como factor de competitividad empresarial, considerando su evolución, principales estrategias, beneficios y desafíos actuales. A partir de una revisión de literatura académica y fuentes institucionales recientes, se reflexiona sobre cómo el uso estratégico de medios digitales permite a las empresas mejorar su posicionamiento, fortalecer la relación con los clientes y tomar decisiones basadas en datos. Se concluye que el marketing digital no solo cumple una función comunicativa, sino que representa un pilar clave para la innovación y la sostenibilidad empresarial.

Palabras clave: marketing digital; competitividad empresarial; transformación digital; estrategias digitales.

ABSTRACT

In a business environment characterized by accelerated digitalization and global competition, digital marketing has become a fundamental strategic element for organizations. This article analyzes the role of digital marketing as a factor of business competitiveness, considering its evolution, main strategies, benefits, and current challenges. Based on a review of academic literature and recent institutional sources, it reflects on how the strategic use of digital media enables companies to improve positioning, strengthen customer relationships, and make data-driven decisions. It concludes that digital marketing goes beyond communication and represents a key pillar for innovation and business sustainability.

Keywords: digital marketing; business competitiveness; digital transformation; digital strategies.

INTRODUCCIÓN

La transformación digital ha modificado de manera significativa la forma en que las empresas operan, compiten y se relacionan con sus clientes. El crecimiento del uso de Internet, las redes sociales y los dispositivos móviles ha generado cambios profundos en los hábitos de consumo, obligando a las organizaciones a replantear sus estrategias de marketing. En este contexto, el marketing digital surge como una herramienta clave para responder a un mercado cada vez más dinámico y exigente.

Diversos autores coinciden en que el marketing digital permite una mayor segmentación de mercados, la medición de resultados en tiempo real y una interacción directa con el consumidor, lo que fortalece la competitividad empresarial (Kotler & Keller, 2016; Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). El objetivo de este artículo es analizar el impacto del marketing digital en la competitividad empresarial contemporánea desde una perspectiva analítica y divulgativa.

DESARROLLO

Marketing digital: concepto y evolución

El marketing digital se define como el conjunto de estrategias que utilizan medios y plataformas digitales para crear, comunicar y entregar valor al cliente, integrando tecnología, datos y creatividad (Kotler, Kartajaya & Setiawan, 2021). A diferencia del marketing tradicional, su

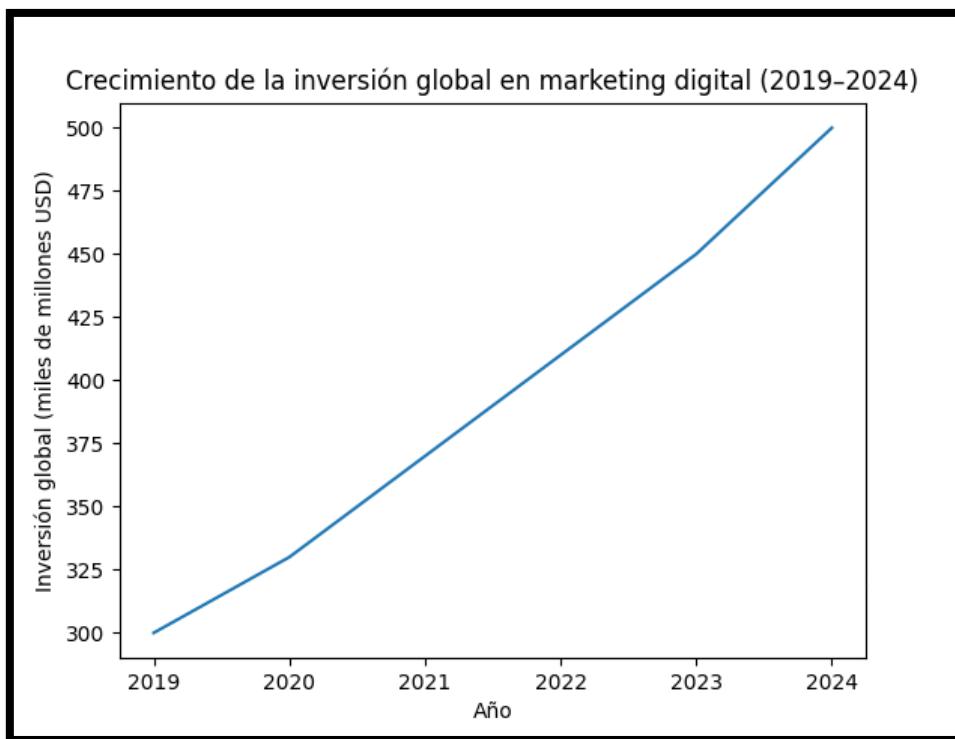
principal fortaleza radica en la interactividad y en la capacidad de analizar el comportamiento del consumidor en tiempo real.

Desde la década de 1990, el marketing digital ha evolucionado de simples sitios web informativos a complejas estrategias basadas en automatización, análisis de datos e inteligencia artificial. Esta evolución ha permitido a las empresas desarrollar campañas más eficientes, personalizadas y orientadas a resultados.

Estrategias digitales y competitividad empresarial

Entre las estrategias de marketing digital más utilizadas se encuentran el marketing en redes sociales, el posicionamiento en motores de búsqueda (SEO y SEM), el marketing de contenidos y el email marketing automatizado. Estas herramientas permiten aumentar la visibilidad de las marcas, fortalecer la relación con los consumidores y diferenciarse frente a la competencia.

Desde el enfoque de la competitividad empresarial, el marketing digital representa una ventaja estratégica al optimizar recursos, ampliar el alcance de mercado y mejorar la toma de decisiones mediante el uso de datos (Porter, 2008).



Gráfica 1. Crecimiento de la inversión global en marketing digital (2019–2024).
Fuente: Elaboración propia con base en reportes institucionales.

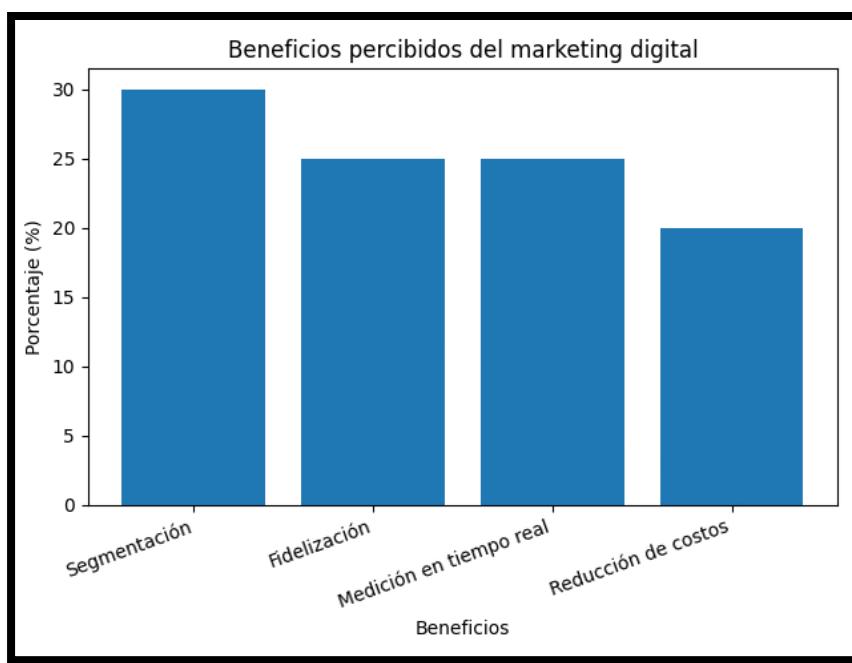


Gráfica 2. Estrategias de marketing digital más utilizadas.
Fuente: Elaboración propia.

Beneficios y desafíos del marketing digital

Entre los principales beneficios del marketing digital destacan la reducción de costos frente a medios tradicionales, la segmentación precisa del público objetivo, la medición inmediata del desempeño de las campañas y la mejora en la relación empresa–cliente.

No obstante, también existen desafíos importantes, como la saturación de contenidos, la protección de datos personales, la rápida obsolescencia tecnológica y la necesidad de personal capacitado. Para enfrentar estos retos, las empresas deben adoptar una visión estratégica y ética del marketing digital.



Gráfica 3. Beneficios percibidos del marketing digital.

Fuente: Elaboración propia.

CONCLUSIONES

El marketing digital se ha consolidado como un elemento esencial para la competitividad empresarial contemporánea. Su correcta implementación permite a las organizaciones innovar, mejorar su posicionamiento y responder de manera eficaz a un entorno cambiante y altamente competitivo. Más allá de ser una herramienta promocional, el marketing digital representa un pilar estratégico para el crecimiento sostenible de las empresas. Se recomienda que las organizaciones inviertan en capacitación, análisis de datos y estrategias digitales integrales para mantener ventajas competitivas a largo plazo.

REFERENCIAS

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Pearson Education.
- Gómez, L. (2021). *Transformación digital y marketing postpandemia*. Editorial UOC.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. Wiley.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Dirección de marketing* (15.^a ed.). Pearson Educación.
- Porter, M. E. (2008). *The five competitive forces that shape strategy*. Harvard Business Review.
- Ryan, D. (2016). *Understanding digital marketing: Marketing strategies for engaging the digital generation*. Kogan Page.
- Torres, M. (2022). *Estrategias digitales para la competitividad empresarial*. McGraw-Hill.