

# Accesibilidad de los consumidores a los establecimientos comerciales mediante el uso de la tecnología y la digitalización en el municipio de Baranoa- Atlántico

## Consumer accesibility to commercial establishments through the use of technology and digitization in the municipality of Baranoa-Atlántico

Iraida Caballero Nieto<sup>1</sup>, Rubén Cubillos Coll<sup>2</sup>,  
Viviana Fernández Ventura<sup>3</sup>, John Santana Neira<sup>4</sup>

**Resumen:** El presente artículo plantea medir la accesibilidad de los consumidores a los establecimientos comerciales, para el intercambio de bienes y servicios, a través de la tecnología y digitalización, en el municipio de Baranoa, Atlántico, Colombia. Para ello, se ejecutó una investigación cuantitativa, dividida en dos encuestas: la primera a 131 establecimientos comerciales y la segunda a 381 consumidores del municipio antes mencionado, esta cantidad se dedujo a partir de la aplicación de la fórmula de cálculo de la muestra de población finita, con datos tomados del DANE y de la Alcaldía municipal de Baranoa, para conocer el número de habitantes y establecimientos comerciales, respectivamente. Esta investigación, arrojó mediciones que plantean la situación actual del acceso que tienen los consumidores a los establecimientos comerciales, teniendo en cuenta el aspecto digital y tecnológico, pero también, permitió llegar a conclusiones que permiten mejoras para el intercambio de bienes y servicios.

**Palabras clave:** Tecnología, Digitalización, Accesibilidad, bienes, servicios, consumidores, establecimientos comerciales, redes sociales, transacciones.

---

<sup>1</sup> Ingeniera Comercial, Universidad de Ciencias Aplicadas y Ambientales, Especialista en Alta Gerencia, Universidad Autónoma del Caribe, Magister en Mercadeo, Universidad Autónoma del Caribe. Correo: [irycaballero@gmail.com](mailto:irycaballero@gmail.com) Empresa Universidad Autónoma del Caribe. Orcid: <http://Orcid.org/0000-0002-0311-3188>.

<sup>2</sup> Administrador de Empresas, Universidad Autónoma del Caribe. MBA, Universidad del Norte. Investigador Grupo GEMS. Correo: [rubenjrcubillos@gmail.com](mailto:rubenjrcubillos@gmail.com). Empresa: SENA/UAC. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-7679-7296>

<sup>3</sup> Administradora de Empresas, Universidad Autónoma del Caribe. Especialista en Mercadeo, Universidad Autónoma del Caribe. Maestrante en Mercadeo, Universidad Autónoma del Caribe. Correo: [vivi.f.v@hotmail.com](mailto:vivi.f.v@hotmail.com) Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-9720-7600>

<sup>4</sup> Comunicador social y periodista, Universidad Autónoma del Caribe. Maestrante en Mercadeo, Universidad Autónoma del Caribe. Correo: [jon.santana1978@hotmail.com](mailto:jon.santana1978@hotmail.com). Empresa: Universidad Autónoma del Caribe. Orcid: <https://Orcid.org/0000-0003-4133-6433>

**Abstract:** This article proposes to measure the accessibility of consumers to commercial establishment, for the exchange of goods and services, through technology and digitization, in the municipality of Baranoa, Atlántico, Colombia. For this, a quantitative research was carried out, divided into two surveys: the first to 131 commercial establishment and the second 381 consumers of the aforementioned municipality, this amount was deducted from the application of the calculation formula of the population sample finite, with data taken from Dane and the Baranoa Municipal Mayor's Office, to know the number of inhabitants and commercial establishments, respectively. This research, yield measurements that pose the current situation of access that consumers have to commercial establishments, taking into account the digital and technological aspect, but also, allowed to reach conclusions that allow improvements for the exchange of goods and services.

**Keywords:** Technology, Digitization, Accessibility, Goods, Services, Consumers, Commercial establishments, social networks, transactions.

## INTRODUCCIÓN

El intercambio de bienes y servicios es una actividad que se ha llevado a cabo desde la existencia de la humanidad; *“el mercado existe desde que se inició el intercambio”* (Sanz Serrano 2006) y es que éste hace parte de la supervivencia del hombre dentro de la sociedad, para lograr la subsistencia dentro del entorno.

Con el paso del tiempo, las distintas organizaciones empresariales y comerciales, han ido implementando tecnología en los distintos procesos para poder agilizar la producción de bienes y servicios, pero también, para que el intercambio de estos entre la organización y sus clientes se efectúe de manera más ágil y oportuna.

*“La evolución de la tecnología hizo que los clientes dispusieran de múltiples alternativas además de la telefónica: fax, e-mail, web chat, servicios a través de la web, etc.”* (Croxatto - 2005).

La tecnología ha demostrado ser una gran herramienta en todos los sectores de la economía; *“los nuevos adelantos tecnológicos han generado cambios en la sociedad”* (Gil-Olmeda-Rosas-

2012), no solo por la agilidad y rapidez que infunde en el reemplazo de los procesos manuales, sino que, a través de ésta, se ha dado una transformación digital de la que se goza a nivel mundial. “La transformación digital está cambiando el mundo” (Fundación telefónica - 2020); es por ello, que se convierte en una herramienta indispensable en la evolución de los establecimientos comerciales.

*“Internet ha creado oportunidades para que las empresas establezcan sus propios sitios, se comuniquen con otras empresas y consumidores y realicen transacciones” (Stanton-Etzel-Walker-2004).*

De acuerdo con información aportada por la Alcaldía municipal de Baranoa, *“Al analizar las actividades comerciales en el municipio de Baranoa este ha tomado un significativo desarrollo y se encuentra en un constante crecimiento debido a su ubicación geográfica y constituye el centro de comercio de los municipios vecinos. Este incremento del comercio se puede considerar que no es algo fortuito sino se debe en mayor parte a la posición geográfica del municipio de Baranoa; en donde una gran cantidad de personas de los municipios vecinos se trasladan al área urbana para obtener y vender diversos productos, contribuyendo de esta manera el crecimiento de este sector”<sup>5</sup>.*

**Ilustración 1.** Tabla de establecimientos comerciales de Baranoa, Atlántico.

ACTIVIDAD COMERCIAL	TOTAL	ÍNDICE (%)
Tiendas	187	37.10%
Estancos, estaderos, bares	121	24.01%
Panaderías, refresquerías, restaurantes	54	10.71%
Graneros	37	7.34%
Misceláneas, cacharrerías	33	6.55%
Almacenes	31	6.15%
Talleres	16	3.17%
Salones de belleza	10	1.98%
Ferreterías	91	1.79%
Clínicas	3	0.60%
Modisterías	3	0.60%
Agencia de apuestas	1	0.20%
<b>TOTAL</b>	<b>204</b>	<b>100%</b>

Fuente: <http://baranoa-atlantico.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Economia.aspx>.

Los establecimientos comerciales, sean grandes, medianos o pequeños e indistintamente del producto o servicio que ofrezcan, están en la obligación de incluir en sus procesos la

<sup>5</sup> Tomado de: <http://baranoa-atlantico.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Economia.aspx>. Consultado el día 1/11/2020.

tecnología y digitalización; *“cada vez somos más dependientes de la tecnología”* (Delgado – 2018), esto, si su objetivo es permanecer en el mercado.

Para (Swift -2002). *“La tecnología obliga fabricantes y detallistas a cambiar su manera de pensar.*

Actualmente el cliente es más exigente que en tiempos anteriores; *“las nociones de acceso y redes están comenzando a redefinir la dinámica social”* (Rifkin 2000); esto, porque es más fácil acceder a la información de servicios y productos que ofrece el comercio a través de las distintas plataformas digitales y tecnológicas; *“con internet llego la economía digital”* (Zapata- 2016) y con ello la interacción constante con los clientes y sus requerimientos; *“El servicio al cliente es algo que podemos mejorar si queremos hacerlo”* (Paz Couso - 2005).

*“Ahora el cliente está a un clic de distancia de comunicación y depende de la velocidad con la que responda la entidad para que la relación no se pierda”* (Vallejo López – 2018).

### **Evolución de la tecnología y los canales de acceso de los consumidores**

*“El fenómeno continuo de digitalización de cualquier contenido de información es, en esencia, la aplicación tecnológica transformadora más significativa que nos conduce a la sociedad de la información”* (Goñi Zabala-2012); y por supuesto que esta afirmación tiene mucho sentido porque, los contenidos masivos que encontramos en las distintas páginas web, permiten que los consumidores se encuentren más informados y actualizados, en definitiva, *“el acceso vía web a una inmensidad de información de todo tipo, desde cualquier lugar, a cualquier instante, cambió radicalmente la sociedad”* (Garrel-Guilera 2019); los clientes cada vez quieren más, cada vez son más exigentes, cada vez buscan y comparan más los productos o servicios que requieren, *“los clientes digitales están sedientos de información”* (Delgado-2016) y es una gran oportunidad para entregarle a los consumidores, lo que buscan, lo que quieren, pero sobre todo, lo que necesitan y es que *“ en la actualidad es más complicado encontrar una organización que no tenga presencia en la red, aunque sea de forma testimonial”* (Martínez-Rojas 2016).

En base a lo anterior, es de gran relevancia tener en cuenta que los distintos comercios deben tener presencia en la web, *“cada vez más las empresas ofrecen a sus clientes la posibilidad de efectuar las compras a través de una plataforma online”* (Basco-Beliz-Coatz-Guerrero 2018) y es que esto le facilita procesos a aquellos que desean adquirir un producto o servicio y que no les es factible ir al sitio físico, sea por motivos personales o de disponibilidad y es que *“la*

*comercialización de productos y servicios por canales digitales ha seguido creciendo a doble dígito en los países desarrollados incluso en lo más duro de la crisis”(Delgado-2016);* precisamente, esto refleja la importancia de la aplicación tanto de la tecnología, como, de la digitalización en los procesos empresariales; “ *mejorar la competitividad suele ser uno de los factores más invocados a la hora de resaltar la importancia de la aplicación de nuevas tecnologías en los procesos industriales, pero no en el único”* (Rodal-2020), si en realidad el objetivo es permanecer en el mercado, se debe entender que “ *el mundo es cada vez más digital”* (Langa-2018) y no solo eso, sino que es necesario saber que no es solo llevar una información a sitios web o redes sociales, “ *digitalizar una empresa es llevar todos los procesos de la misma al plano digital”(Trabado-2020),* por supuesto, se puede decir que “ *en la actualidad la digitalización es la herramienta de conservación más completa y con mejores resultados que nos has posibilitado la tecnología”* (Martínez-Cegarra 2014).

Haciendo alusión a lo anterior, se debe traer a discusión un tema que no es menos relevante, por el contrario, toma gran fuerza si se tiene en cuenta que a diario, los seres humanos se han vuelto casi dependientes de estos equipos: los teléfonos móviles, cuyo avance tecnológico y digital, va a pasos agigantados, “ *Los dispositivos móviles han experimentado un crecimiento tecnológico espectacular en los últimos cinco años, convirtiéndose en pequeños ordenadores de bolsillo, hasta el punto de que actualmente no es concebible diseñar o implementar cualquier actuación de marketing o comercio electrónico sin contar con su visibilidad, operatividad y compatibilidad para este tipo de dispositivos”* (Martínez-Rojas 2017), esta es una herramienta que se debe considerar casi indispensable, porque los consumidores la tienen de manera literal a la mano, haciendo uso de todo lo que este mundo tecnológico y digital ofrece y es que “ *los avances tecnológicos hacen posible que el afán de mejora del ser humano se traduzca en grandes cambios que impactan en todo”* (Ramirez-2017).

Ser competitivos, es tener la capacidad de mantenerse, independiente del ritmo que el mercado exija, pero para ello, también es de gran valor el hecho de ser visionarios y disruptivos, pero también, adaptativos;” *la rapidez de la adopción de las nuevas tecnologías sugiere que no estamos ante una ola de innovaciones madura, cuyo dinamismo se está agotando. Por el contrario, los nuevos descubrimientos científicos van a aplicarse cada vez más a ámbitos de nuestra vida cotidiana y de la producción y el comercio, con un uso masivo que demandará y hará rentables nuevos desarrollos tecnológicos”* (Andrés-Doménech).

Se podría decir que la tecnología no solo está cambiando el mundo y el comercio mayorista, “la tecnología está cambiando las reglas del negocio minorista” (Kotler-Stigliano 2020).

## **METODOLOGÍA**

Se implementó una investigación de tipo descriptiva, ya que permitió medir y evaluar diversos aspectos, dimensiones, componentes del fenómeno o fenómenos a investigar, tal como lo describe (Hernández Sampieri 1991) en su libro: metodología de la investigación, estos aspectos, por supuesto, fueron concernientes al objetivo que se planteó al inicio de dicha investigación. Esta investigación fue de tipo cuantitativa, ya que se tuvieron en cuenta instrumentos estadísticos; se realizó una recolección de información de fuentes primarias y secundarias, esta última con la realización de encuestas estructuradas, que se practicaron a establecimientos comerciales y a habitantes del municipio de Baranoa, en un lapso de tiempo de aproximadamente mes y medio, iniciando el 14 de octubre de 2020 y finalizando el 29 de noviembre del mismo año, con un método de muestreo aleatorio simple, después de haber tomado el tamaño de la muestra tanto de dicha población, como, de los establecimientos.

## **RESULTADOS**

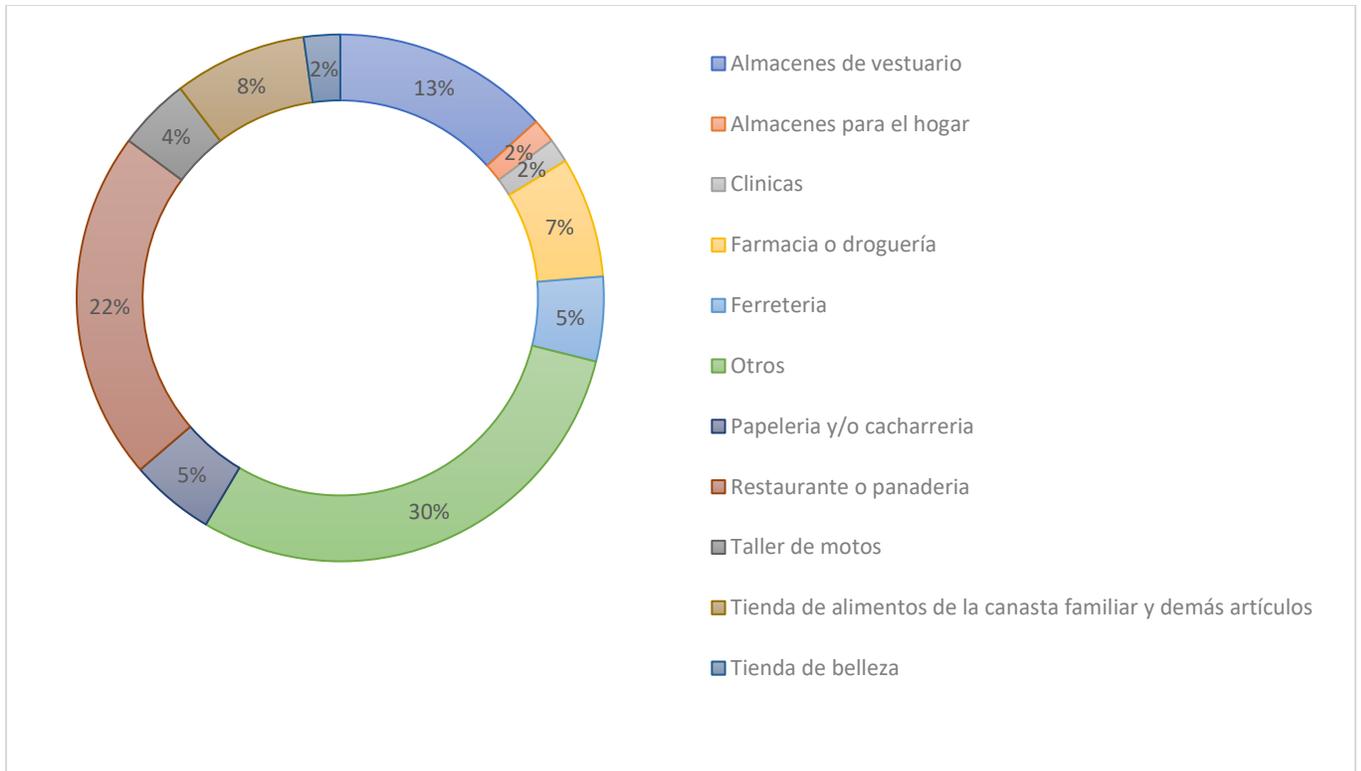
Los resultados de la investigación se dividen en dos partes: primero los hallazgos en la aplicación de la encuesta a 135 establecimientos comerciales objeto del estudio y segundo, los que se derivan de la encuesta a 381 consumidores de estos establecimientos comerciales en el municipio de Baranoa.

### **Los Establecimientos Comerciales de Baranoa y las facilidades de accesibilidad que disponen.**

Los 135 establecimientos comerciales objetos del presente estudio corresponden a un: 22% Restaurantes o panaderías, 13% almacenes de vestuario, 8% tienda de alimentos de la canasta familiar y demás artículos, 7% farmacias o droguerías, 5% ferreterías, 5% papelerías o y/o cacharrerías, 4% taller de motos, 2% almacenes para el hogar. 2% tienda de belleza, 2% clínicas y 30% equivale a otros, tal como, se puede observar en el siguiente gráfico.

**Grafica 1:** *Establecimientos comerciales encuestados.*

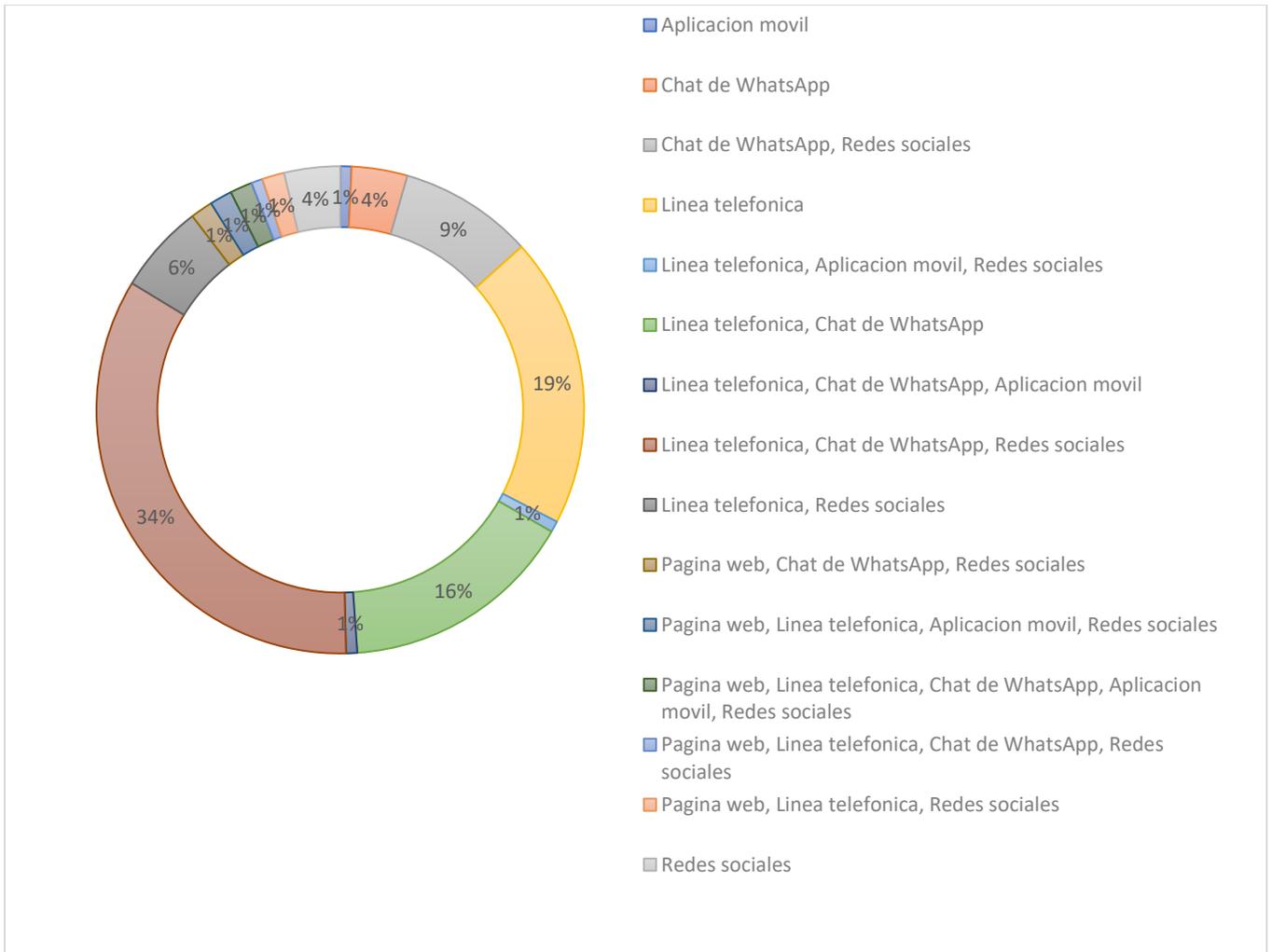
## Accesibilidad de los consumidores a los establecimientos comerciales mediante el uso de la tecnología y la digitalización en el municipio de Baranoa- Atlántico



Fuente: Elaborado por los Autores

Solo el 34% de los establecimientos comerciales de Baranoa, cuentan con línea telefónica, WhatsApp y redes sociales, seguido con el 19% que hacen uso de solo línea telefónica, por otro lado, un 16% con línea telefónica y chat de WhatsApp, un 9% WhatsApp y redes sociales, el 6% línea telefónica y redes sociales, de igual manera el resto de los establecimientos ofrecen medios de información como se detalla a continuación, (se dio la opción a los establecimientos de elegir respuestas múltiples).:

**Grafica 2.** Medios de información de los establecimientos comerciales.

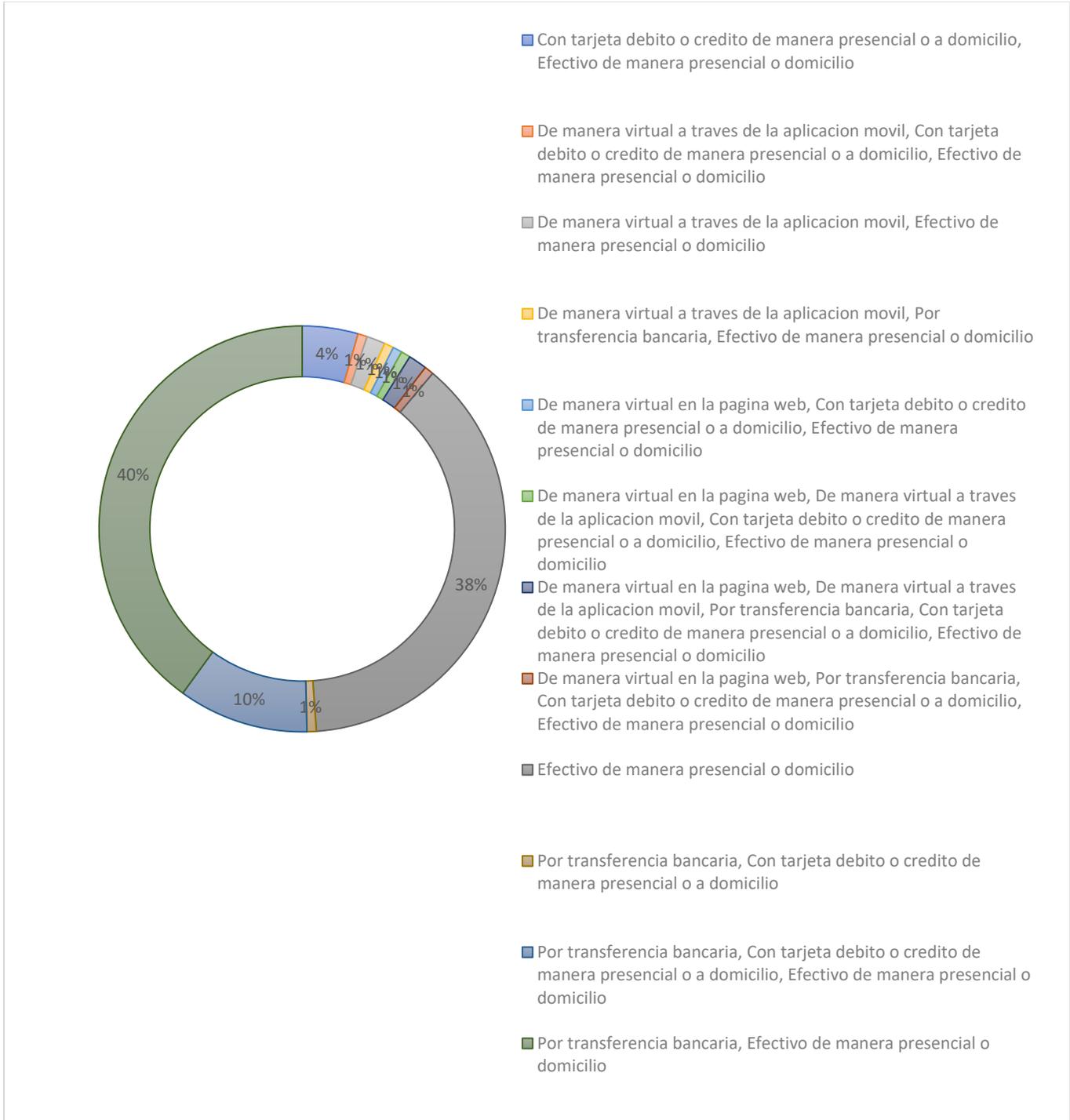


Fuente: Elaborado por los Autores

El 40% de los establecimientos comerciales en Baranoa, ofrecen a sus clientes la transferencia bancaria y pago en efectivo como medio de pago, seguido del 38% que solo ofrecen pago en efectivo, el 10% por transferencia bancaria, con tarjeta débito y crédito y pago en efectivo y el resto de los establecimientos ofrecen más maneras de pago como lo muestra la próxima gráfica, (se dio la opción a los establecimientos de elegir respuestas múltiples):

**Grafica 3.** Forma de pago que los establecimientos ofrecen a sus clientes en Baranoa.

Accesibilidad de los consumidores a los establecimientos comerciales mediante el uso de la tecnología y la digitalización en el municipio de Baranoa- Atlántico

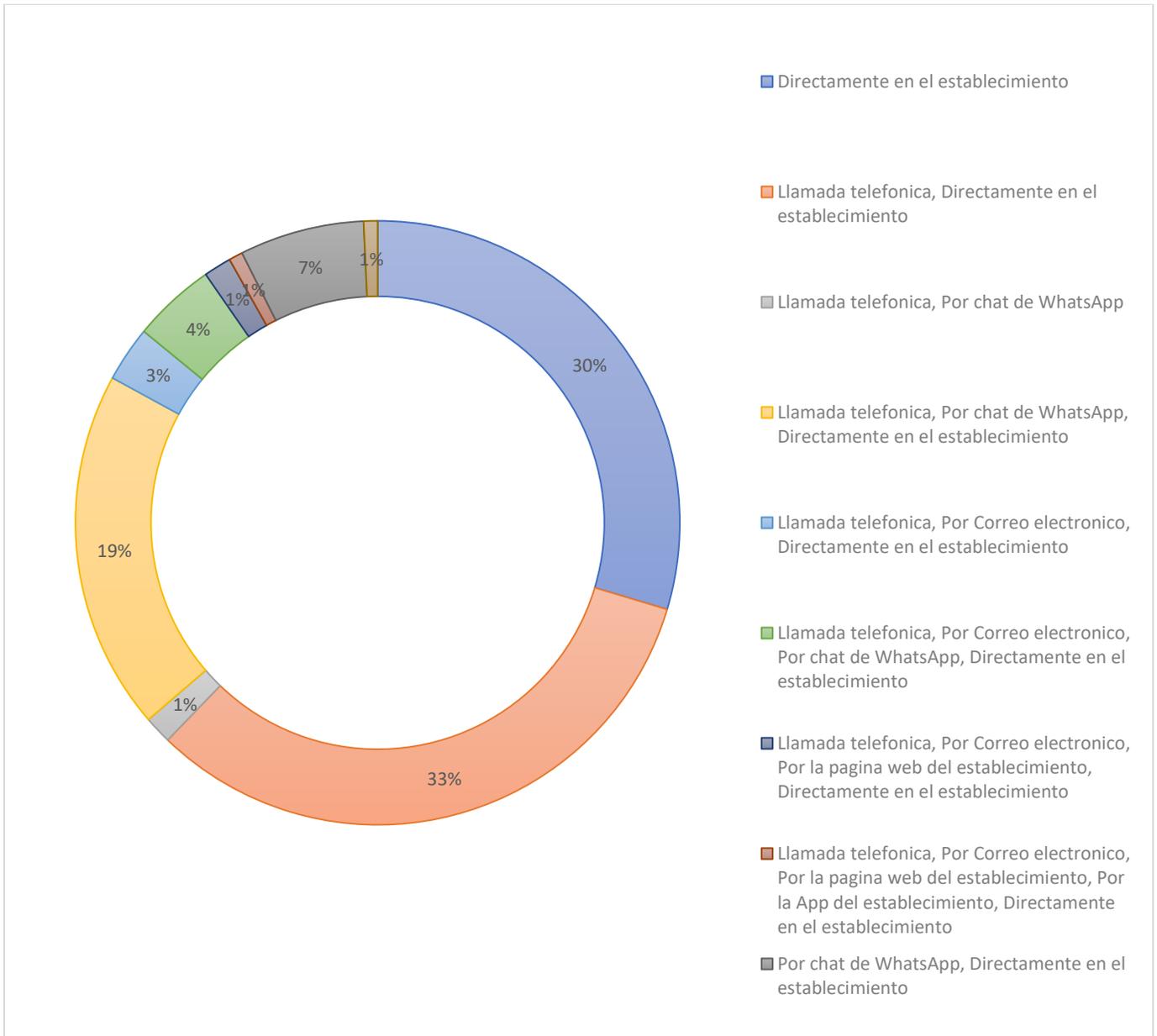


Fuente: Elaborado por los Autores

El 33% de los establecimientos en Baranoa, ofrecen como medio para notificar PQRs, línea telefónica y directamente en el establecimiento, otro 30% directamente en el establecimiento, el 19% línea telefónica, chat de WhatsApp y directamente en el establecimiento y los demás

establecimientos, como puede observar en el grafico siguiente, (se dio la opción a los establecimientos de elegir respuestas múltiples):

**Grafica 4. Medios ofrecidos a los clientes para PQRS.**



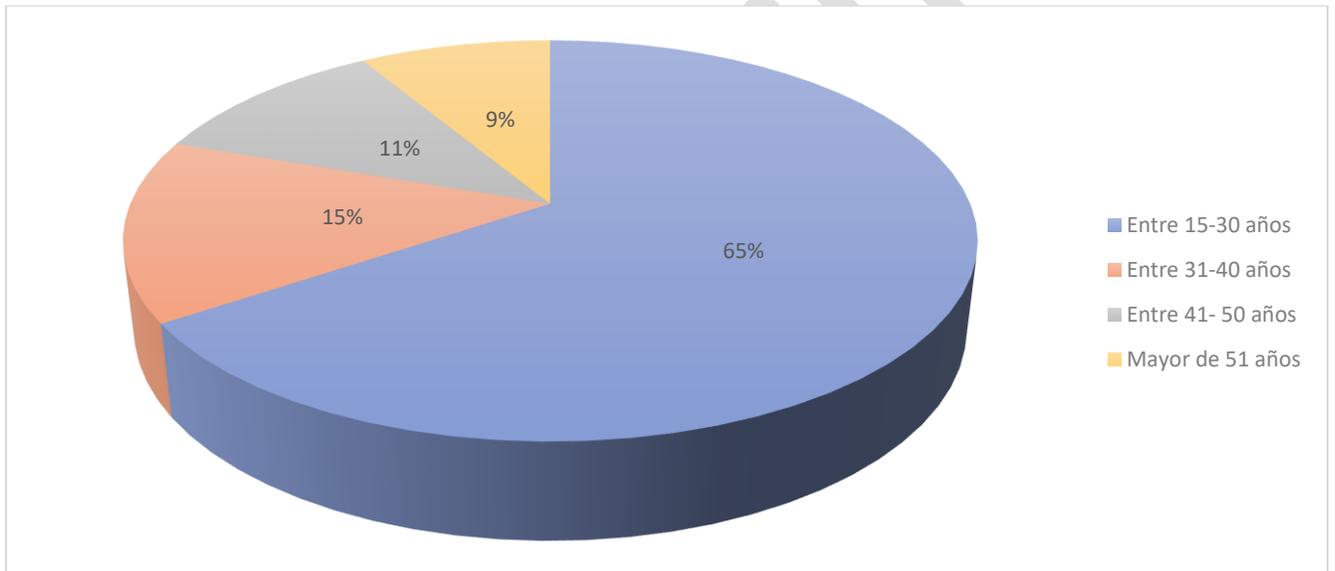
Fuente: Elaborado por los Autores

### Percepción de los Consumidores de bienes y servicios en cuanto a los canales de accesibilidad que cuentan los establecimientos en Baranoa

Durante la fase de recopilación de datos, se encuestaron un total 381 consumidores de productos y servicios de establecimientos comerciales en el municipio de Baranoa, Atlántico, Colombia, permitiendo obtener resultados como se detallan a continuación:

El 65% de los consumidores encuestados, tienen un rango de edad entre 15 y 30 años, un 15% entre 31 y 40 años, el 11% entre 41 y 50 años y por último un 9% mayor de 51 años, como se refleja en el siguiente gráfico:

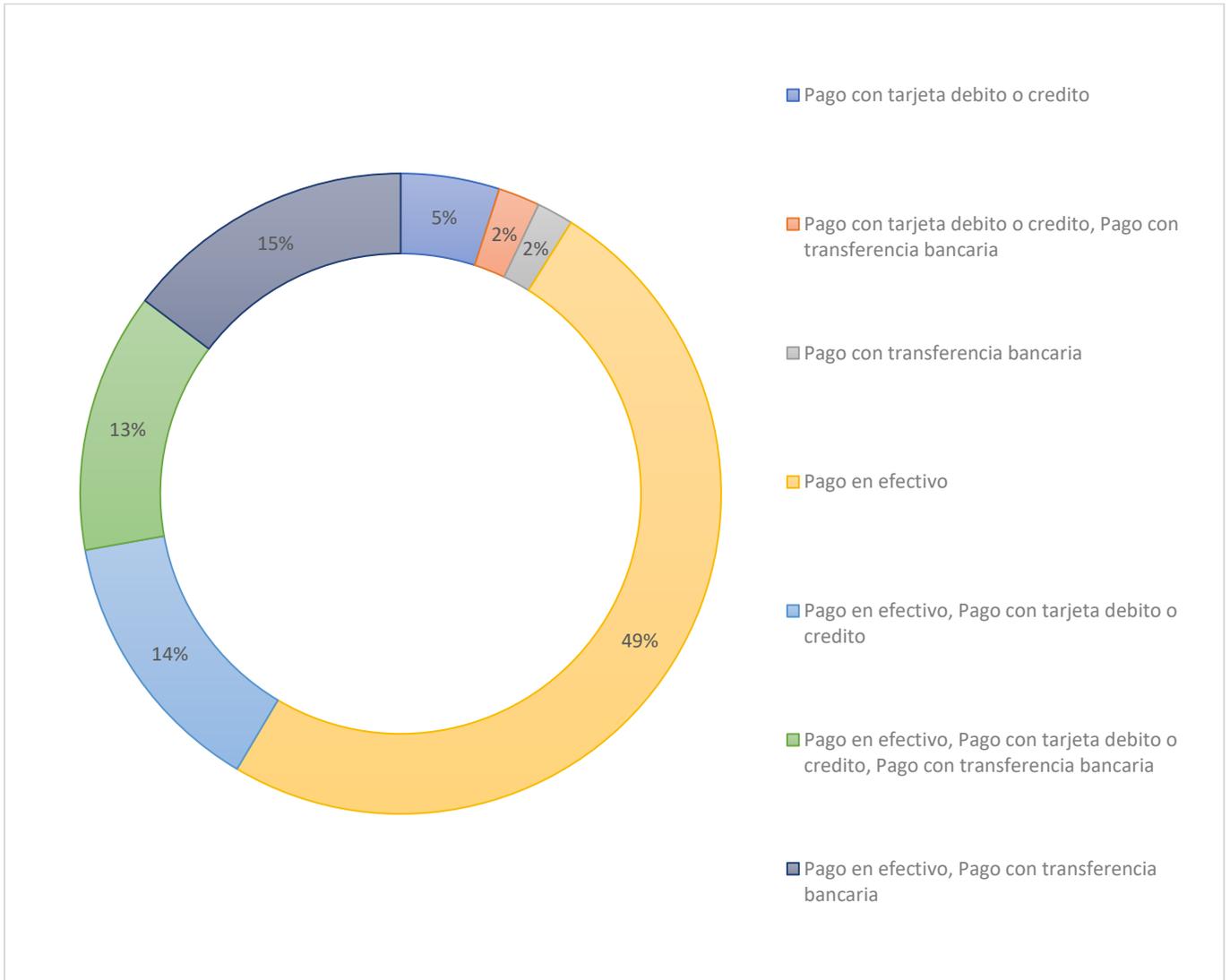
**Grafica 5.** Rango de edad de los consumidores.



Fuente: Elaborado por los Autores

El 49% de los establecimientos comerciales en Baranoa, ofrecen como medio de pago, el efectivo, seguido de pago en efectivo y tarjeta débito y crédito, el 15% pago en efectivo y por transferencia bancaria, el 14% pago en efectivo y con tarjeta débito o crédito, el 13% pago en efectivo, tarjeta débito o crédito y con transferencia bancaria, el 5% pago con tarjeta débito o crédito y finalmente un 2% con pago con tarjeta débito o crédito y por transferencia bancaria y otro 2% pago por transferencia bancaria, esta información se visualiza en el gráfico a continuación, (se dio la opción a los consumidores de elegir respuestas múltiples):

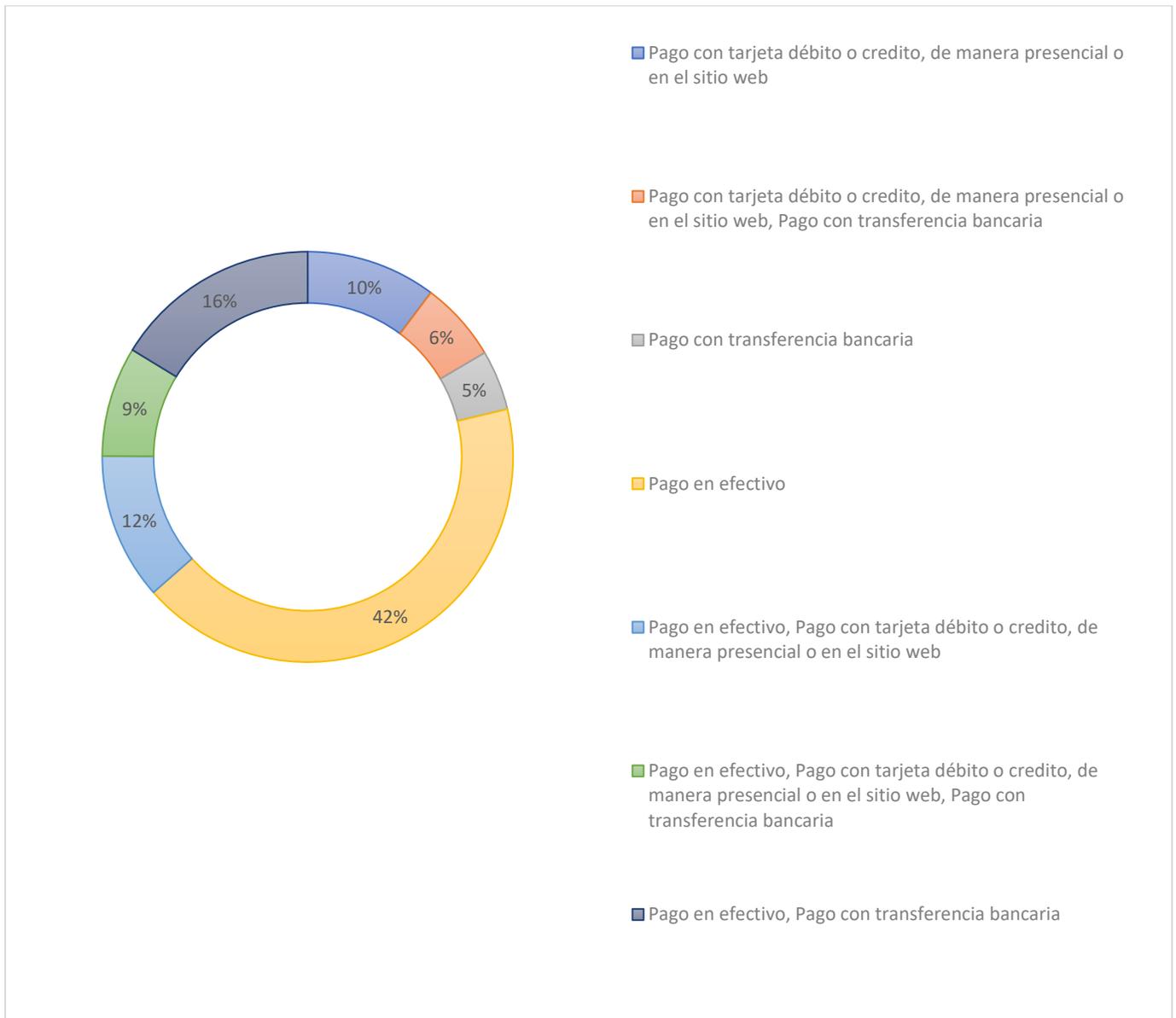
**Grafica. 6** Formas de pago que ofrecen los establecimientos comerciales.



Fuente: Elaborado por los Autores

El medio de pago que prefieren los usuarios al hacer compra es el efectivo con un 42%, el 16% pago en efectivo y transferencia bancaria, 12% pago en efectivo o con tarjeta débito o crédito de manera presencial o en el sitio web, el 10% pago con tarjeta débito o crédito, de manera presencial o en el sitio web, el 9% pago en efectivo, con tarjeta débito o crédito de manera presencial o en el sitio web y por transferencia bancaria, el 6% pago con tarjeta débito o crédito, de manera presencial o en el sitio web y pago con transferencia bancaria, y por último, el 5% con transferencia bancaria, esta información se detalla en el próximo gráfico, (se dio la opción a los consumidores de elegir respuestas múltiples):

**Grafica 7. Formas de pago que prefieren utilizar los usuarios.**



Fuente: Elaborado por los Autores

## **CONCLUSIONES**

Después de analizar el acceso de los consumidores a los establecimientos comerciales a través de la tecnología y digitalización en el municipio de Baranoa, Atlántico, Colombia, se concluye que:

Los establecimientos comerciales del municipio de Baranoa están en la obligación de ser más innovadores en la implementación de herramientas tecnológicas y digitales. La tecnología y digitalización en el sector comercial, cada vez es más demandado en el municipio de Baranoa. Los establecimientos comerciales de Baranoa deben evolucionar virtualmente y dar un paso hacia adelante con las páginas web y de esta manera permitir un acceso rápido y amplio de lo que ofrecen, incluyendo características y precios de sus productos y servicios y, además, pagos virtuales: e-commerce.

Los establecimientos comerciales de Baranoa deben implementar aplicaciones móviles; explotar al máximo las opciones que tengan para estar más cerca de los consumidores. Los establecimientos comerciales en Baranoa deben implementar más opciones de contacto para la gestión PQRS. Los establecimientos comerciales de Baranoa, además del pago en efectivo, deben darles a los consumidores, distintas alternativas para efectuar el pago de productos y servicios, cuando estos sean solicitados a domicilio.

## REFERENCIAS

- Andres J. – Domenech R. (2020). La era de la disrupcion digital. Editorial planeta S.A.U.
- Basco A.- Beliz G.- Coatz D.- Guerrero Paula. (2018). Industria 4.0 Fabricando el futuro Unión Industrial Argentina.
- Cabrera González M. (2010). Evolución tecnológica y cibermedios. Comunicación social ediciones y publicaciones.
- Croxatto Horacio L. (2005). Creando valor en la relación con sus clientes. Editorial Dunken.
- Delgado A. (2016). Digitalízate. Editorial libros de cabecera.
- Delgado A. (2018). La sociedad Hiperdigital: las 10 fuerzas que cambiaran nuestras vidas. Libros de cabecera S.L.
- FUNDACIÓN TELEFÓNICA. (2020). Sociedad digital. Penguin random house grupo editorial SA
- Gil Castro V. – Olmeda Quiroz M. – Rosas Armenta X. (2012). Fundamentos de tecnología de información: viviendo en una sociedad tecnológica. Editorial digital.
- Hernández Sampieri R. (1991). Metodología de la investigación. McGraw-Hill.
- Kotler P. – Stigliano G. (2020). Retail 4.0. Lid editorial.
- Langa B. (2018). Formula una estrategia digital ganadora. Independently Published.
- Lloren Guilera A. (2019). La industria 4.0 en la sociedad digital. Marge Books.
- Martínez Martínez A.- Cegarra Navarro J. (2014). Gestión por procesos de negocio. Editorial del economista.
- Martínez Valverde J. – Rojas Ruiz F. (2016). Comercio electrónico. Paraninfo editorial
- Martinez Valverde J.- Rojas Ruiz F. (2017). Comercio digital international. Editorial Paraninfo.
- Palacios L. (2016). Industria de la comunicación y economía digital. Editorial UOC.
- Patiño Díaz, G. (2013). Escritura y universidad. Guía para el trabajo académico. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario
- Paz Couso R. (2005). Servicio al cliente, la comunicación y la calidad del servicio 1era Edición. Ideaspropias Editorial, Vigo.
- Ramírez Morales A. (2017). Digitalízate o desaparece. Editorial gestión 2000
- Rodal Montero R. (2020). Industria 4.0. Ediciones pirámide.

Ronald S. Swift (2002). CRM Como mejorar las relaciones con los clientes. Pearson educación, México.

Sanz Serrano, J. (2006). Esquemas de historia del pensamiento económico. Secretariado de publicaciones de la Universidad de Sevilla

Silva Otero A-Mata De Grossi (2005). Universidad Católica Andrés Bello. Caracas.

Trabado M. (2020). Transformación digital. Editorial Anaya Multimedia.

Vallejo López G. (2018). Re-evolucion en el servicio. Conecta House Group Editorial.

William J. Stanton. - Michael J. Etzel- Bruce J. Walker. Fundamentos de Marketing 13ª Edición – McGraw- Hill Interamericana

## **WEBGRAFIA**

[https://www.google.com/books/edition/Esquemas\\_de\\_historia\\_del\\_pensamiento\\_eco/6u-ewkyA7ZQC?hl=es-419&gbpv=1&dq=el+mercado+existe+desde+que+se+inicio+el+intercambio&pg=PA263&printsec=frontcover](https://www.google.com/books/edition/Esquemas_de_historia_del_pensamiento_eco/6u-ewkyA7ZQC?hl=es-419&gbpv=1&dq=el+mercado+existe+desde+que+se+inicio+el+intercambio&pg=PA263&printsec=frontcover)

<https://books.google.com.co/books?id=YmbEneoFEI0C&printsec=frontcover&dq=REVOLUCI%C3%93N+INDUSTRIAL&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjVI-2HmofsAhUPr1kKHZd1Aj4Q6wEwAHoECAAQAQ#v=onepage&q=REVOLUCI%C3%93N%20INDUSTRIAL&f=false>

<https://books.google.com.co/books?id=3hovRPM1Di0C&pg=PT9&dq=concepto+de+servicio+al+cliente&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwj2wLCQ1sjrAhWNmlkKHxsZDO4Q6AEwB3oECAkQAQ#v=onepage&q=concepto%20de%20servicio%20al%20cliente&f=false>

<https://books.google.com.co/books?id=yn1Jbi3sBKQC&pg=PA21&dq=la+tecnologia+para+los+clientes&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjK0ZWGjcbraAhXJnuAKHd4xBx4Q6AEwAHoECAAQAQ#v=onepage&q=la%20tecnologia%20para%20los%20clientes&f=false>

<https://books.google.com.co/books?id=2Ce8Ud3qrw8C&pg=PA117&dq=la+tecnologia+para+los+clientes&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjK0ZWGjcbraAhXJnuAKHd4xBx4Q6AEwBHoECAYQAQ#v=onepage&q=la%20tecnologia%20para%20los%20clientes&f=false>

<https://books.google.com.co/books?id=xFhUDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=servicio+al+cliente&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiHhbeO2MjrAhVFu1kKHW2QC54Q6AEwBXoECAYQAQ#v=onepage&q=servicio%20al%20cliente&f=false>

<http://baranoa-atlantico.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Economia.aspx>

<https://books.google.com.co/books?id=oDZuDwAAQBAJ&pg=PA156&dq=acceso+digital+y+tecnol%C3%B3gico+al+comercio&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwis8qnL0ofsAhXF1VkkHW6FAwIQ6wEwAnoECAkQAQ#v=onepage&q=acceso%20digital%20y%20tecnol%C3%B3gico%20al%20comercio&f=false>

<https://books.google.com.co/books?id=9mImBAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=acceso+digital+y+tecnol%C3%B3gico+al+comercio&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwis8qnL0ofsAhXF1VkkHW6FAwIQ6AEwBXoECAQQAg#v=onepage&q&f=false>

<https://books.google.com.co/books?id=vUJuDQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=acceso+digital+y+tecnol%C3%B3gico+al+comercio&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjmtfrx2ofsAhWBwVkkHUS5Bec4ChDrATAGegQICBAB#v=onepage&q=acceso%20digital%20y%20tecnol%C3%B3gico%20al%20comercio&f=false>

<https://books.google.com.co/books?id=JEb8bdzMrWwC&pg=PA49&dq=acceso+digital+y+tecnol%C3%B3gico+al+comercio&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjCiJHO3ofsAhUpwFkKHSeMBiQ4FBDrATACegQIARAB#v=onepage&q=acceso%20digital%20y%20tecnol%C3%B3gico%20al%20comercio&f=false>

<https://books.google.com.co/books?id=YnSIDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=acceso+digital+y+tecnol%C3%B3gico+al+comercio&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjCiJHO3ofsAhUpwFkKHSeMBiQ4FBDrATADegQIBhAB#v=onepage&q=acceso%20digital%20y%20tecnol%C3%B3gico%20al%20comercio&f=false>

<https://books.google.com.co/books?id=oiTnDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=acceso+digital+y+tecnol%C3%B3gico+al+comercio&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjCiJHO3ofsAhUpwFkKHSeMBiQ4FBDrATAlQIABAB#v=onepage&q=acceso%20digital%20y%20tecnol%C3%B3gico%20al%20comercio&f=false>

<https://books.google.com.co/books?id=nCyIDAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=acceso+digital+y+tecnol%C3%B3gico+al+comercio&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjr1vjN8lfsAhUKm1kKHc8gDHE4MhDoATABegQIBBAC#v=onepage&q=acceso%20digital%20y%20tecnol%C3%B3gico%20al%20comercio&f=false>

[https://books.google.com/books?id=geiGDwAAQBAJ&pg=PA42&dq=digitalizacion+y+tecnologia+en+establecimientos+comerciales&hl=en&newbks=1&newbks\\_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwiFjcvpwNrsAhW-hHIEHQmzCfcQ6AEwA3oECAgQAQ#v=onepage&q=digitalizacion%20y%20tecnologia%20en%20establecimientos%20comerciales&f=false](https://books.google.com/books?id=geiGDwAAQBAJ&pg=PA42&dq=digitalizacion+y+tecnologia+en+establecimientos+comerciales&hl=en&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwiFjcvpwNrsAhW-hHIEHQmzCfcQ6AEwA3oECAgQAQ#v=onepage&q=digitalizacion%20y%20tecnologia%20en%20establecimientos%20comerciales&f=false)

[https://books.google.com/books?id=hU7iDwAAQBAJ&pg=PT85&dq=tecnologia+y+digitaliacion+e+comerce&hl=en&newbks=1&newbks\\_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwid0bLaxdrsAhWPOHIEHTcKCfIQ6wEwAHoECAQQAQ#v=onepage&q=tecnologia%20y%20digitaliacion%20e%20commerce&f=false](https://books.google.com/books?id=hU7iDwAAQBAJ&pg=PT85&dq=tecnologia+y+digitaliacion+e+comerce&hl=en&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwid0bLaxdrsAhWPOHIEHTcKCfIQ6wEwAHoECAQQAQ#v=onepage&q=tecnologia%20y%20digitaliacion%20e%20commerce&f=false)

[https://books.google.com/books?id=JEb8bdzMrWwC&pg=PA148&dq=tecnologia+y+digitaliacion+e+commerce&hl=en&newbks=1&newbks\\_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwid0bLaxdrsAhWPOHIEHTcKCfIQ6AEwBHoECAIQAg#v=onepage&q=tecnologia%20y%20digitaliacion%20e%20commerce&f=false](https://books.google.com/books?id=JEb8bdzMrWwC&pg=PA148&dq=tecnologia+y+digitaliacion+e+commerce&hl=en&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwid0bLaxdrsAhWPOHIEHTcKCfIQ6AEwBHoECAIQAg#v=onepage&q=tecnologia%20y%20digitaliacion%20e%20commerce&f=false)

[https://books.google.com/books?id=ubdeDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=tecnologia+y+digitalizacion+e+commerce&hl=en&newbks=1&newbks\\_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwjFmdj\\_zNrsAhWEInIEHRKgDPY4ChDrATAEegQIBBAB#v=onepage&q=tecnologia%20y%20digitalizacion%20e%20commerce&f=false](https://books.google.com/books?id=ubdeDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=tecnologia+y+digitalizacion+e+commerce&hl=en&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwjFmdj_zNrsAhWEInIEHRKgDPY4ChDrATAEegQIBBAB#v=onepage&q=tecnologia%20y%20digitalizacion%20e%20commerce&f=false)

[https://books.google.com/books?id=Y7rxAwAAQBAJ&pg=PT63&dq=tecnologia+y+digitalizacion+e+commerce&hl=en&newbks=1&newbks\\_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwieivmlz9rsAhU8InIEHXmVDfc4FBD0ATAHegQICRAC#v=onepage&q=tecnologia%20y%20digitalizacion%20e%20commerce&f=false](https://books.google.com/books?id=Y7rxAwAAQBAJ&pg=PT63&dq=tecnologia+y+digitalizacion+e+commerce&hl=en&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwieivmlz9rsAhU8InIEHXmVDfc4FBD0ATAHegQICRAC#v=onepage&q=tecnologia%20y%20digitalizacion%20e%20commerce&f=false)

[https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Metodologia-de-la-Investigaci%C3%83%C2%B3n\\_Sampieri.pdf](https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Metodologia-de-la-Investigaci%C3%83%C2%B3n_Sampieri.pdf)

<https://books.google.com/books?id=tZvmsiNOFzMC&pg=PA253&dq=tecnologia+y+digitalizacion+comercial&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjXxdeCm93sAhWBpXIEHWdPB84Q6AEwA3oECAEQAg#v=onepage&q=tecnologia%20y%20digitalizacion%20comercial&f=false>

<https://books.google.com/books?id=5bheDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=tecnologia+y+digitalizacion+comercial&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiX8PWcnd3sAhUll3IEHcBICu4HhDoATAJegQIARAC#v=onepage&q&f=false>

[https://books.google.com/books?id=ZVy-DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=tecnologia+y+digitalizacion+comercial&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiw\\_quJot3sAhUjoXIEHWJ2CPQ4MhDrATAlegQIAxAB#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com/books?id=ZVy-DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=tecnologia+y+digitalizacion+comercial&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiw_quJot3sAhUjoXIEHWJ2CPQ4MhDrATAlegQIAxAB#v=onepage&q&f=false)

<https://books.google.com/books?id=Ng9KDgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=tecnologia+y+digitalizacion+comercial&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiGzJ2r5N3sAhUboHIEHYrYCXE4ZBDoATADegQIBRAC#v=onepage&q&f=false>

<https://books.google.com.co/books?id=mdXLDgAAQBAJ&pg=PA224&dq=concepto+de+servicio+al+cliente&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwj5-66Q3cjrAhXux1kKHAYlBVk4ChDoATAHegQICRAC#v=onepage&q=concepto%20de%20servicio%20al%20cliente&f=false>

<https://books.google.com/books?id=hD8pvgEACAAJ&dq=formula+una+estrategia+digital+ganadora&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiFzNO8j6ntAhVDrIkKHaCnDpIQ6AEwAHoECAEQAg>

<https://books.google.com/books?id=ubdeDwAAQBAJ&pg=PP1&dq=DIGITALIZATE+editorial+libros+de+cabecera&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwixilaQjqntAhXuw1kKHccHBxYQ6AEwAHoECAEQAg#v=onepage&q=DIGITALIZATE%20editorial%20libros%20de%20cabecera&f=false>

Accesibilidad de los consumidores a los establecimientos comerciales mediante el uso de la tecnología y la digitalización en el municipio de Baranoa- Atlántico

<https://books.google.com/books?id=3hnGDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=disrupcion+digital+y+tecnologica&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiLyuG1iKntAhVkpIkKHUvZDFwQ6AEwAHoECAIQAg#v=onepage&q=disrupcion%20digital%20y%20tecnologica&f=false>

[https://books.google.com/books?id=wRbxDwAAQBAJ&dq=retail+4.0+kotler+y+giuseppe&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiW5s\\_jjntAhVJj1kKHQReCW4Q6AEwAXoECAEQAg](https://books.google.com/books?id=wRbxDwAAQBAJ&dq=retail+4.0+kotler+y+giuseppe&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiW5s_jjntAhVJj1kKHQReCW4Q6AEwAXoECAEQAg)

Post-Print