41. MARKETING Y ENDOMARKETING DIGITAL EN PYMES: REVISIÓN DE LAS TENDENCIAS INVESTIGATIVAS ACTUALES EN HISPANOAMÉRICA

DIGITAL MARKETING AND ENDOMARKETING IN SMEs: REVIEW OF CURRENT RESEARCH TRENDS IN SPANISH AMERICA

Nancy Patricia García Pacheco[75], Ángela María Rodríguez Orduz[76], Luís Fernando Botero Cardona[77]

Fecha recibido: *27/05/2022*
Fecha aprobado: *26/06/2022*

Derivado del proyecto: *Marketing y endomarketing digital un camino para la innovación, productividad y rentabilidad empresarial, estudio de impacto en Pymes de Bogotá y Tunja, que se encuentra en desarrollo actualmente.*
Institución financiadora: *Universidad Santo Tomás Seccional Tunja y Sede Principal Bogotá.*
Pares evaluadores: *Red de Investigación en Educación, Empresa y Sociedad – REDIEES.*

[75] *Profesional en Publicidad y Mercadeo, Fundación Universitaria San Martín - Bogotá Colombia, Maestría en Educación, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia- UPTC Tunja - Colombia, Doctorado en Administración de Empresas, AAU American Andragology University, USA; Docente investigadora Facultad de Administración de Empresas, Universidad Santo Tomás Seccional Tunja- Colombia; correo electrónico: nancy.garcia@usantoto.edu.co*
[76] *Economista, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia - UPTC, Tunja - Colombia; Maestría en Gestión de Empresas "Pymes y Economía Social", Universidad Internacional de Andalucía - UNIA, España; Magíster en Gestión de la Tecnología Educativa, Universidad de Santander - UDES, Bucaramanga - Colombia; Docente investigadora Facultad de Administración de Empresas, Universidad Santo Tomás Seccional Tunja - Colombia. Correo electrónico: angela.rodriguezo@usantoto.edu.co.*
[77] *Ingeniería de Sistemas, Universidad Incca de Colombia, Bogotá - Colombia; Magister en Administración de Empresas (MBA), Universidad Externado de Colombia, Bogotá - Colombia; Docente, Universidad Santo Tomás - Bogotá, correo electrónico: luisbotero@usantotomas.edu.co*