

TRABAJO DE GRADO

**EL MARKETING DIGITAL: UNA SOLUCIÓN ESTRATÉGICA PARA LAS
MICROEMPRESAS**



Presentado por:

JUAN CAMILO ARREDONDO MORA

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de:

Especialista en Alta Gerencia

Director:

CARLOS A. PINEDO HERRERA

UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA

**FACULTAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA
BOGOTÁ, COLOMBIA**

Abril de 2017

Resumen

En los últimos años la economía del mundo actual ha vivido unos cambios que han hecho que muchas personas, empresas u organizaciones se pregunten sobre la gran importancia del mercadeo en la actualidad. Esto se debe a la influencia de la globalización y las nuevas tecnologías, ya que el crecimiento de las anteriormente nombradas es inmensurable y no se detiene, sino por el contrario cada vez es más fuerte y necesario. Por lo tanto, se puede evidenciar que estos cambios generan en el mercado una alta competitividad entre las empresas, organizaciones y la industria. Asimismo, día a día los consumidores o clientes se están volviendo más exigentes, porque cada vez que estos tienen más acceso a la información y más conocimientos, pueden exigir o requerir más a los productores de los bienes o servicios que existen en el mercado oferente.

Con la evolución del mundo y sus nuevas tecnologías, apareció lo que hoy día llamamos el marketing digital, el cual es el uso o la aplicación de las estrategias de comercialización del mercadeo llevadas a cabo en los medios digitales, este tema es lo que hoy en día está revolucionando el mercadeo y por lo tanto es que debe ser estudiado e implementado por todas las empresas sin importar su tamaño o mercado.

En el siguiente documento se demostrará la importancia del marketing en diferentes aspectos, complementando los interrogantes que se han planteado anteriormente por medio de una investigación, análisis y recopilación de información del tema. Donde se resaltarán la importancia de esta ciencia, ya que es el medio por el cual una empresa o compañía informa, persuade y recuerda a los consumidores directa o indirectamente los productos o la marca que vende. Además de los beneficios que tiene para las empresas, en diferentes aspectos y factores internos y externos.

Palabras clave

Economía, mercadeo, globalización, tecnología, mercado, competitividad

Abstract

In recent years the economy of the world has experienced changes that have made many people, companies or organizations wonder about the importance of marketing today. This is due to the influence of globalization and new technologies, the growth of the above named is immeasurable and it does not stop, but conversely is becoming stronger and more necessary. Therefore, it can demonstrate that these changes generate a high competitiveness between companies, organizations and industry in the market. Also, day to day them consumers or customers is are returning more demanding, because whenever these have more access to the information and more knowledge, can demand or require more to them producers of them goods or services that exist in the market offering.

With the evolution of the world and its new technologies, appeared what today we call digital marketing, which is the use or application of marketing strategies carried out in digital media, this subject is what is now revolutionizing marketing and therefore is that it must be studied and implemented by all companies regardless of their size or market.

The following document will demonstrate the importance of marketing in different aspects, complementing the questions that have been raised previously by means of a research, analysis and collection of information on the subject. Where is will highlight the importance of this science, since it is the means by which a firm or company informs, persuades and reminds consumers directly or indirectly products or brand that sells. In addition to the benefits for companies, in different aspects and internal and external factors.

Key words

Economy, marketing, globalization, technology, market, competitiveness

Tabla de contenido

Desarrollo	8
El marketing digital puede ser la clave del éxito para una microempresa	8
¿Qué es marketing y el marketing digital?	8
¿Por qué se debe implementar?	9
Beneficios del marketing digital:	9
Herramientas del marketing digital.....	10
Marketing e innovación	11
¿Por qué es importante la innovación en las empresas?	11
Las TIC'S y su importancia en el mercado.....	12
Conclusiones	14
Referencias.....	16

Introducción

En la actualidad más del ochenta por ciento de las empresas del país son llamadas microempresas o también conocidas como mipymes, lo que nos demuestra que estas manejan gran parte del sector económico de nuestro país. Pero la problemática principal es ¿cuántas de ellas son económicamente rentables? Luego, de estudiar y analizar el tema escogido y teniendo en cuenta esto, se quiere traer a acotación la razón por la que gran parte de estas empresas no son económicamente rentables y cómo podrían mejorar cuando se habla de incrementar las ventas y los clientes de las mismas.

Una microempresa no siempre tiene presupuestos como una empresa o compañía grande, pero existen muchas formas efectivas, fáciles y económicas donde no se necesita de un gran capital para atraer clientes, obtener mayores utilidades y aumentar el crecimiento de la empresa. En este punto es donde cabe analizar la necesidad y la importancia del marketing, ya que por medio la implementación de este, toda clase de empresa pequeña o grande puede crear y realizar estrategias para mejorar la rentabilidad. Teniendo en cuenta que siempre hay que satisfacer las necesidades del cliente. El marketing es un conjunto de tareas, actividades y estrategias destinadas a satisfacer estas necesidades y deseos de los clientes, donde las empresas u organizaciones que lo ponen en práctica pueden obtener muy buenos resultados; razón por la cual, nadie duda de que el marketing es indispensable para lograr el éxito en los mercados actuales (Thompson, 2006).

En el pasado estas estrategias y objetivos no se tenían en cuenta, ya que no se consideraban necesarios porque el mercado era diferente, no se presentaban tantos cambios y factores que aumentaran la competencia entre las empresas, tales como la innovación, la tecnología, la globalización, el mundo de las redes sociales y entre otros. Teniendo efectos tanto en las personas como en las empresas y el mercado en general. Volviendo a lo anterior, cabe resaltar que no se requieren grandes capitales para lograr una importante captación de clientes y relaciones con los mismos, debido a que se pueden elaborar planes con acciones sencillas o simples, trabajando de la mano, sacando el mayor provecho a todas estas estrategias que se tienen al alcance, innovando, logrando nuevos proyectos y resultados positivos con campañas de bajo costo, pero exitosas.

Claro está, que las empresas familiares o pyme saben producir, lo que tal vez no saben, es cómo vender sus productos a los consumidores y todo esto debido a la falta de conocimiento, cercanía y orientación en el mercado.

A lo largo de los años todas las empresas pequeñas o grandes, se han concentrado en el producto que venden o comercializan, pero esto no es lo único que necesita una empresa. Existe un punto igualmente importante a la calidad de los productos, el cual es el mercadeo, se debe considerar de gran importancia, es un área vital para todas las empresas desde las más grandes hasta las pymes las cuales son en las que nos vamos a centrar en este documento.

Uno de los problemas principales que vemos en nuestro país, es que el manejo o el rumbo de la mayoría de las empresas familiares o pymes son guiados a partir de conocimientos empíricos, por lo tanto, la gestión comercial y de ventas es limitada o en muchos casos nula, por eso este es uno de los mayores problemas para este tipo de empresas, al cual se le debe prestar la importancia necesaria, ya que gracias a esta gestión todas las empresas pueden tener una mejora notable y exitosa.

¿Por qué la importancia del marketing? Muchos empresarios dicen que no tienen el capital necesario o suficiente para desarrollar una estrategia de mercadeo, o también que es muy complejo y se cierran a esta idea. Pero en realidad no se alcanzan a imaginar lo importante y relevante que llega a ser para cada uno de sus negocios. lo que tampoco saben es que no necesariamente tiene que ser una inversión alta, ya que una estrategia de mercadeo y ventas puede gastar más tiempo que dinero, pero siempre de alguna u otra manera va a traer resultados positivos y exitosos. Sobre todo, en estos tiempos donde la competencia es tan fuerte, donde una estrategia de mercado se convierte indispensable y necesaria para las empresas.

Asimismo no podemos desconocer que el empresario colombiano en estos últimos años está tomando conciencia de la importancia del marketing en temas gerenciales, por lo tanto, cabe resaltar que todos los esfuerzos realizados en marketing no deben ser vistos como gastos, sino como inversiones y se debe tener en cuenta que así como el empresario colombiano invierte para mejorar la calidad de su producto ¿porque no invertir para mejorar la forma de venderlo y a su vez de incrementar sus clientes? este tipo de cosas son las cosas que debe pensar todo empresario

para darse cuenta de la importancia del mercadeo para su empresa y todo lo que puede lograr por medio de él.

Es aquí donde el marketing digital juega un gran papel, ya que es una estrategia que entiende de forma más rápida y efectiva los cambios de comportamiento del consumidor, y actúa más bajo estrategias “pull” en donde es el usuario quien arrastra el contenido, y al mismo tiempo lo puede compartir con sus círculos sociales, lo cual lo hace más efectivo, facilitando también la posibilidad de estar más cerca al consumidor las 24/7.

No obstante, una estrategia de marketing necesita muchas cosas para realizar la tarea de manera correcta. Entre estas se encuentra tener metas cuantificables y con diferentes alcances para poder realizarlo, pero antes se debe realizar un análisis exhaustivo del mercado, la competencia y los consumidores. En este documento desarrollaremos muchos temas importantes como, por ejemplo, las etapas para realizar un plan de mercadeo y diferentes estrategias e ideas que darán a mostrar lo necesario y lo importante que es el mercadeo para nuestra vida cotidiana y para todo lo que sirve.

Desarrollo

El marketing digital puede ser la clave del éxito para una microempresa

¿Qué es marketing y el marketing digital?

El marketing proviene de un concepto inglés, traducido al español como mercadeo o mercadotecnia, el cual es un método que se encarga del análisis del comportamiento del mercado y de los clientes o consumidores, asimismo analiza el lado comercial de empresas u organizaciones con el fin de atraer, retener y fidelizar clientes cumpliendo satisfactoriamente las necesidades de los mismos (Pérez & Gardey, 2008).

El marketing no tiene una definición específica, ya que todos los autores tienen pensamientos e hipótesis diferentes sobre el tema y no se ha logrado consolidar una sola definición, pero de igual manera podemos lograr clasificar dos grupos importantes en el tema del marketing:

El Marketing Estratégico, que trata de comprender la forma y los cambios que se van dando en el mercado a lo largo de los tiempos, con el fin de desarrollar estrategias convenientes para adaptarse a estos cambios y lograr que la empresa no sea afectada por los mismos, por lo tanto, consiste en un estudio consecuente y continuo de las necesidades del mercado con el objetivo de desarrollar bienes, productos o servicios que logren diferenciar su empresa u organización de sus competidores directos (Jiménez, 2012).

Por otro lado y como segundo grupo encontramos El Marketing Operativo, el cual consiste en las actividades de empresas u organizaciones relacionadas con estrategias de venta y de comunicación, teniendo como tarea dar a conocer, fidelizar y apreciar los clientes potenciales, así como los productos más competitivos e importantes de la empresa; Igualmente en los dos grupos mencionados anteriormente se trabajan las mismas tácticas e instrumentos, como lo son los canales de distribución, la promoción, investigación de mercados, publicidad y los elementos de comunicación buscando un mismo beneficio (Luque, 1997).

El principal objetivo del mercadeo es satisfacer las necesidades de los clientes y del mercado en general, ya que hoy en día el mundo se encuentra cada vez más globalizado y una de las vías o alternativas que tienen las empresas hoy en día es competir y pelear con sus competidores ofreciendo a sus clientes productos que les satisfaga sus necesidades ampliamente, además es una poderosa herramienta para conseguir el éxito del mismo y todo esto siguiendo diferentes parámetros como la organización, implementación y control de eficientes técnicas y estrategias de mercadeo.

¿Por qué se debe implementar?

El marketing digital es indispensable para todas las empresas en la actualidad, pero en este caso centrándonos en las microempresas, se considera una herramienta importante para el cumplimiento de la visión, ya que este tipo de empresas tiene como objetivo principal su crecimiento y lograr un buen posicionamiento en el mercado.

De igual manera, esta estrategia facilita el cumplimiento de las expectativas que nos podría generar un plan de marketing, por lo tanto, esta herramienta digital no solo opera de manera publicitaria, sino que también permite identificar por medio de un análisis exhaustivo, los comportamientos cambiantes de los consumidores, los intereses, los gustos, las tendencias y diferentes factores influyentes en el mercado que permiten establecer acciones de mejora para la empresa.

Beneficios del marketing digital:

- ✓ Es el formato de Marketing más económico.
- ✓ Se aumentan las ventas de manera rápida y notable.
- ✓ Permite alcanzar un mayor posicionamiento
- ✓ El contenido y la publicidad se hace rápidamente viral y de gran difusión.

- ✓ Se complementa fácilmente con otras estrategias publicitarias.
- ✓ Ayuda al reconocimiento de la marca.
- ✓ Influye en la toma de decisiones del consumidor.
- ✓ Genera confianza en los consumidores
- ✓ Permite mayor acercamiento con el público objetivo, teniendo mayor interacción y conociendo más sus necesidades e inquietudes.

La implementación del marketing digital puede generar múltiples beneficios, pero se debe desarrollar muy bien la estrategia y sus contenidos, ya que toda la información se maneja de manera exponencial con el público, pero es una de las mejores formas de captar la atención. Al mismo tiempo, debido a la recopilación de información y posibilidad de consulta en tiempo real de los resultados obtenidos se puede tener mayor control, optimización y corrección de las campañas, con la posibilidad de realizar cambios y tener en cuenta el comportamiento de los usuarios.

También Permite una segmentación muy específica y personalizada, una campaña de marketing online, le permite al empresario segmentar sus estrategias teniendo en cuenta los datos sociodemográficos y psicológicos de los usuarios. Además, como ya se había mencionado antes, el marketing digital es muy accesible para las microempresas en términos de presupuesto, comparado con los canales de marketing tradicionales como la televisión, la radio o la prensa, a los cuales solo tienen fácil acceso las grandes empresas ya que requieren de una inversión más elevada.

Herramientas del marketing digital

El marketing digital cuenta con una variedad de herramientas, en las que se pueden realizar desde pequeñas campañas de muy bajo costo, hasta campañas complejas y costosas en las que se pueden combinar una gran cantidad de técnicas y recursos.

Buscadores: Permiten a los usuarios de Internet encontrar contenidos cuando buscan información sobre algún tema con palabras clave o por temas.

Publicidad display: Es la herramienta de marketing digital más conocida y tradicional. Se trata de anuncios o banners de diferentes tamaños y formatos que ocupan un espacio de forma atractiva y llamativa en las páginas de internet.

Web o blog: Sitios o páginas en internet de fácil acceso mediante una url. El uso de una web o blog como eje central no implica exclusividad, sino todo lo contrario. Es posible utilizar, de manera complementaria, microsites, redes sociales, plataformas de vídeo o foros para dar mayor visibilidad a las campañas.

Email marketing: es una forma de enviar mensajes comerciales directamente, usando como canal el correo electrónico para la fidelización de clientes.

Redes sociales: Estas son completamente efectivas para convertir en virales los contenidos, así como para la creación de una comunidad de marca, el branding e incluso la atención al cliente.

Marketing e innovación

¿Por qué es importante la innovación en las empresas?

El beneficio de la innovación es crear un nuevo valor para el consumidor y a la vez la creación de nuevas riquezas para la compañía. (Gibson, 2012). Todas las empresas deben recurrir a la innovación para atrapar a sus consumidores y potenciar sus ventas, es decir la innovación es la clave para el desarrollo de las empresas, esto se debe tener en cuenta ya que todos sus competidores andan en búsqueda de la conquista de nuevos mercados.

La innovación hoy en día es un factor indispensable para el mundo de los negocios y la cual debe ser trabajada constantemente a la vanguardia de las nuevas tecnologías. Asimismo, la innovación ayuda a plantear retos, objetivos y obstáculos para todas las empresas del mercado, lo cual sirve para exigirle a las empresas una mejora continua, empujándolas a ser más competitivas en la industria y para diferenciarse de sus competidores, no se pueden omitir las ventajas que el

marketing y la innovación brindan para fortalecer e impulsar nuestro negocio con un nuevo valor agregado.

Es por esto, que la innovación y el marketing son catalogados como dos elementos esenciales para el éxito en un negocio, empresa u organización. Convirtiendo estas empresas en idealistas y más adelantadas que su competencia, logrando obtener una mayor ventaja en el mercado frente a sus competidores.

En estos tiempos ningún empresario o gerente tiene excusa para no innovar en su empresa, ya que es una herramienta fundamental para poder crear una diferenciación en el mercado frente con sus competidores directos y a su vez atraer y captar nuevos clientes, finalmente logrando mejorar la rentabilidad de la empresa. Las empresas innovadoras tienen muchas más oportunidades de ser líderes del sector y de llegar al éxito de una manera más rápida y efectiva, Igualmente vale la pena resaltar que invertir en los elementos y/o factores anteriormente nombrados, es una de las mejores maneras de garantizar el futuro de la compañía y al mismo tiempo de publicitar el nombre o la marca de la misma.

El marketing digital es una forma de innovación para nuestras empresas, ya que con esta técnica podemos mostrarnos y dar a conocer las fortalezas de nuestras empresa de una manera masiva, ya que por medio de los medios y las redes los receptores de información se incrementan potencialmente, logrando llegarles a muchos más clientes en todos los rincones del planeta o a los que en realidad queremos dirigirle nuestro mensaje, todo esto gracias a la innovación, las tecnologías y el marketing digital, que es el encargado principal de esta tarea y con un buen manejo del mismo podemos tener resultados relevantemente positivos, llevando a la empresa al éxito y por ende a mejorar la rentabilidad de la misma.

Las TIC'S y su importancia en el mercado

Para comenzar, las TIC'S como lo dicen sus siglas son las “Tecnologías de la Información y las Comunicaciones” es decir, son esas tecnologías que viven con nosotros en nuestro día a día y que nos permiten ver, compartir, mostrar, guardar y difundir información. Igualmente son de uso

ilimitado y muy fáciles de manejar donde cualquier persona puede tener acceso a la misma. Entre ellas podemos encontrar los celulares, todo tipo de computadores, televisores, radios, todos los reproductores de audio y video, tabletas, internet, entre otros.

La funcionalidad de las TIC'S es educar, aprender, enseñar, comunicarnos y conocer todo lo que está pasando en el mundo, asimismo con estas tecnologías las distancias se acortan, la comunicación y la información se hace más rápida y eficiente. Hoy en día todas las películas, las fotos, las imágenes, los comerciales, las ultimas noticias, la información, los significados, la música y casi todo lo que nos podamos imaginar se encuentran a un solo clic, gracias a las TIC'S.

Las tecnologías de la información y las comunicaciones las encontramos en todos nuestros alrededores y hacen parte de nuestra vida cotidiana, por lo mismo debemos buscar sacarle el mayor provecho, tanto en lo personal como en lo laboral. Igualmente, si tenemos alguna empresa ya sea grande o microempresa, se debe buscar la manera de aprovechar estas tecnologías y una buena forma de hacerlo es por medio del marketing digital, que ya como lo analizamos anteriormente, puede ser un arma muy poderosa para nosotros como empresarios, donde podemos llegarle directamente a nuestro público objetivo, debidamente segmentado, mejorando la participación de nuestra empresa en el mercado.

Las TIC'S son sumamente importantes a la hora de hablar del marketing digital, ya que estas son el canal de comunicación para llegarle a nuestro cliente, con el fin de interactuar directamente en la vida cotidiana de los consumidores e influir en sus decisiones de consumo.

Conclusiones

En conclusión y como pudimos evidenciar a lo largo de este documento, el mercadeo es esencial para toda clase de empresa, ya que desde cualquier punto de vista traerá beneficios, igualmente todos los empresarios y comerciantes deben apostarle a la implementación de la innovación y el mercadeo digital en sus empresas, con el fin de diferenciar cada una de ellas y logrando crear una ventaja competitiva, en comparación con sus competidores directos del mercado.

Asimismo, toda empresa debe mantenerse a la vanguardia de la tecnología y los cambios bruscos que se generan en el mercado, y por medio del marketing suavizar impactos generados por los factores externos e internos que aparecen en el día a día de los negocios.

El marketing digital es una herramienta sumamente importante, la cual puede impulsar al éxito cualquier tipo de empresa, logrando atraer y reclutar nuevos y diferentes clientes, aumentando el crecimiento rentable de cualquier negocio, posicionando el nombre o la marca de la empresa, generando valor en la misma y creando una ventaja competitiva y significativa frente a su competencia.

En este caso toda microempresa debería utilizar esta poderosa herramienta y sus estrategias, ya que se encuentran en proceso de conocimiento, crecimiento y posicionamiento en el mercado; Esta herramienta facilita el darse a conocer y atraer clientes de manera fácil, económica y efectiva. Todos los dueños de estas pequeñas empresas (Microempresas) deben estar informados y a la vanguardia de las nuevas tecnologías, para poder dar un paso adelante con la implementación de estas tácticas del marketing digital. Cabe resaltar que estas son sumamente importantes, con respuesta rápida y eficiente para sus negocios. Desarrollando un buen trabajo de marketing la empresa solo va a generar beneficios, por lo tanto, esto debe ser considerado como una inversión y no como un gasto en la empresa.

Para finalizar, quería resaltar que la falta de importancia y los estigmas existentes sobre esta práctica en las microempresas es preocupante, porque el marketing y el marketing digital son ingredientes fundamentales para el éxito de cualquier empresa. La falta de implementación se debe a la falta de conocimiento y de estudio por partes de los dirigentes o dueños de los negocios; sin

dejar por fuera el miedo al cambio, otro factor importante que se debe tener en cuenta. Pero luego de comenzar e implementar una estrategia de marketing digital y analizando la cantidad de beneficios que se obtienen con esta herramienta señalados anteriormente, ningún empresario se va a arrepentir de realizar una inversión de tiempo y dinero. (Toledo, 2013)

Referencias

- Thompson, I; (2006). Definición de Marketing. Marketingfree.com, Recuperado de <http://www.marketing-free.com/marketing/definicion-marketing.html>
- Pérez Porto, J y Gardey, A; (2008); Actualizado (2012).
- Definición de: Definición de marketing* Recuperado de <http://definicion.de/marketing/>
- Jiménez, A; (2013). ¿Qué es el marketing?. *El Blog Salmón* Recuperado de <https://www.elblogsalmon.com/marketing-y-publicidad/que-es-el-marketing>
- Luque, E; (1997). Marketing operativo. *Conceptos del marketing*, Recuperado de <http://www.puromarketing.com/27/4032/marketing-operativo.html>
- Toledo, A; (2013). Marketing e innovación: los ingredientes perfectos para cocinar un negocio exitoso. *Puro Marketing*, Recuperado de <http://www.puromarketing.com/53/15195/marketing-innovacion-ingrediente-perfectos-para-cocinar-negocio-exitoso.html>
- Gibson, R (2012). La innovación marca el nuevo camino al éxito de las empresas. *3 Vectores Sustanaible Design*, Recuperado de: <http://3vectores.com/la-innovacion-marca-el-nuevo-camino-al-exito-de-las-empresas/>
- Olavarrieta, S; (2008). Desafíos de la investigación en mercadeo en Latinoamérica. Academia. Revista Latinoamericana de Administración, () XI-XVIII. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=71611842002>
- ¿Qué tipo de resultados puedo esperar del marketing de contenidos?; (s.f). Recuperado de: <http://www.estrategiasdemarketingonline.com/beneficios-del-marketing-de-contenidos/>
- EquipoInboundCycle; (2017). ¿Qué es el marketing digital o marketing online?. , Recuperado de: <http://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/que-es-el-marketing-digital-o-marketing-online>