

La efectividad del uso del marketing digital como estrategia para el posicionamiento de las pymes para el sector comercio en la ciudad de barranquilla

The effectiveness of the use of digital marketing as a strategy for the positioning of PyMes for the trade sector in the city of Barranquilla

Rolando Torres, Jenny Rivera, Rafael Cabarcas & Tutora Yarley Castro

Resumen

Este documento describe el desarrollo y procedimiento de la investigación, la cual surge a partir de la siguiente pregunta problema: ¿Pueden las PYMES del sector comercio en la ciudad de Barranquilla obtener un mejor posicionamiento en el mercado por medio de la implementación de estrategias del marketing digital?, dentro de este escrito se verán reflejadas características beneficiosas que posee la implementación de este proceso de marketing estratégico dentro del área digital, las cuales son las que permiten medir la efectividad en el posicionamiento de las pequeñas y medianas empresas, además se evidenciarán las técnicas que existen en cuanto a la herramienta, que procesos deben implementarse y cuáles son los diferentes medios digitales donde se implementa el marketing digital, en los que se impulsan más las campañas publicitarias digitales y la venta de los productos ofrecidos por las PyMes. Aquí se especifica como a través de resultados y estadísticas la efectividad que tiene el marketing digital usado como estrategia incremental y potencial en las PyMes del sector comercio en la ciudad de Barranquilla, por otro lado se presentará las razones por las cuales algunas empresas no implementan estas estrategias.

Palabras clave:

Marketing, posicionamiento, estrategia, comercio, efectividad, proceso, herramienta, medio digital.

Abstract

This document describes the development and procedure of the research, which arises from the following question: Can PyMes in the commerce sector in the city of Barranquilla obtain a better position in the market through the implementation of marketing strategies digital ", within this writing will be reflected beneficial characteristics that has the implementation of this process of strategic marketing within the digital area, which are the ones that allow to measure the effectiveness in the positioning of small and medium enterprises, in addition will be evidenced the techniques that exist in terms of the tool, which processes should be implemented and which are the different digital media where digital marketing is implemented, in which digital advertising campaigns and the sale of the products offered by PyMes are promoted. Here it is specified how through the results and statistics the effectiveness of digital marketing used as an incremental and potential strategy in the PyMes of the commerce sector in the city of Barranquilla, on the other hand will be presented the reasons why some companies do not implement these strategies

Key words:

marketing, positioning, strategy, commerce, effectiveness, process, tool, digital media.

I. Introducción

Sustentado principalmente en un estudio realizado por la cámara de comercio electrónico de Barraquilla, en compañía de telefónica movistar donde se dice que la ciudad está en una etapa de aprendices digitales, con un promedio de 2.4%, donde la calificación habitual es

de 0% - 5%[1], por ende, se nota claramente que a la ciudad le hace falta madurez digital, por tanto este estudio se realizó con el fin de mostrar el por qué es bueno invertir en marketing digital, cuáles son sus beneficios, y además, brindar expectativas a las pymes que aún no invierten en esta herramienta.

Este estudio mostrará el alza que tienen las pymes del sector comercio de la ciudad de Barranquilla en cuanto a clientes, rentabilidad, aumento de utilidades, calidad de servicio, entre otros aspectos, además se mostrarán las causas del porque algunas pequeñas y medianas empresas no las implementan. Esta herramienta se concentra en la facilidad del servicio hacia el cliente, ya que brinda comodidad y facilidad a la hora de realizar una compra o pedir un servicio, además de obtener más movimiento en las ventas y más reconocimiento en el mercado, vemos claramente que es atractivo un negocio que se encuentra en internet, donde los clientes poseen la facilidad de ver e indagar acerca de lo que ofrece cada una de las PyMes registradas en los medios digitales. Actualmente la ciudad de Barranquilla es una de las ciudades del país donde más se consumen productos por medio de compras online, básicamente esta investigación tiene como finalidad mostrar el alza que tendrían las PyMes del sector comercio en el mercado de la capital Atlántica al implementar estas estrategias de impulso para la empresa.

II. Desarrollo el artículo

Actualmente el uso de plataformas digitales es muy importante para las empresas, ya que por en este medio existe una gran cantidad de consumidores dispuestos a conocer más sobre las distintas marcas existentes en el mercado, actualmente el uso de estas plataformas va en un aumento significativo, ya que la gran mayoría de los habitantes de la ciudad de Barranquilla y del resto del país tienen acceso a internet, lo cual ha generado nuevas formas de adquirir productos y servicios con gran rapidez y comodidad. La cámara colombiana de comercio electrónico, CCCE (2017) afirma que “En la actualidad el comercio electrónico equivale al 4.06% del PIB en el país, con 49 millones de transacciones no presenciales que superan los US\$16.329. Según la CCCE, se pronostica un incremento de entre el 30 y el 35% de los ingresos del sector, dado el comportamiento en años anteriores y la positiva dinámica actual.”. La capital Atlántica es una de las ciudades del país donde existen más compradores online, por tanto utilizar marketing digital se ha vuelto casi que un requisito para las PyMes que quieren crecer en el mercado, este proceso de transición de la publicidad y venta tradicional a lo digital no es muy complicado, por lo que muchas de las empresas optaron por acceder a estas herramientas y de esta manera ser más competitivos en este mercado tan reñido que existe en la actualidad, aunque aún existe un puñado de pequeñas y medianas empresas que no implementan este tipo de herramientas de impulso, ya sea porque no lo tienen como base, porque no conocen mucho sobre el tema o porque simplemente piensan que no es necesario para su negocio.

El marketing digital se ha convertido en una herramienta de impulso para muchas compañías en mercados nacionales e internacionales, por tanto se busca que Barranquilla tenga la misma capacidad de desarrollo en cuanto al tema como el resto del país y el mundo, esto se ha dado principalmente por los cambios que se han presentado en el sector tecnológico, actualmente la gran mayoría de la comunidad Atlántica posee un teléfono inteligente, donde se recibe una gran cantidad de información diaria y es donde pasan la gran mayoría del tiempo libre las personas, las redes sociales son las apps más utilizadas por la comunidad Barranquillera, por tanto las PyMes han invertido en publicidad por medio de dichas redes, pero no es suficiente contando con la gran cantidad de pequeñas y medianas empresas existentes en el mercado, según un estudio realizado Ipsos, una empresa especializada en investigación de mercados, dice que “A pesar que cada 8 de 10 PYMES en Colombia tienen presencia en internet, solo un 20% ha invertido en el proceso de publicidad por este medio y casi la mitad de

estas no están interesadas en hacerlo, por tanto es que la mayoría de las pequeñas y medianas empresas fracasan en sus dos primeros años, gracias a la no implementación de las TIC”, lo cual resulta grave para el crecimiento económico de la ciudad y el país, ya que las PyMes son las que generan un 67% del empleo en el país [2].

La demanda en cuanto al consumo de internet móvil está creciendo de manera rápida, gracias al desarrollo tecnológico que existe actualmente en la ciudad, lo cual es beneficioso para las pequeñas y medianas empresas que se encuentran implementando este tipo de procesos publicitarios por medio de las plataformas, esto resulta beneficioso no solo para las PyMes, sino también para sus clientes, ya que por medio de estos procesos pueden encontrar más fácil la información que requieren en cuanto a la empresa, ya sean sus productos, los servicios que brindan, entre otros aspectos.

Este proceso de inclusión de las empresas a las plataformas digitales resulta relativamente nuevo en nuestra ciudad, pero ha ido avanzando de manera circunstancial, gracias a que es tan nuevo muchos propietarios de las PyMes existentes en el sector comercio de la ciudad de Barranquilla carecen de un conocimiento amplio respecto al tema, por lo tanto no se animan a incluir el marketing digital para impulsar sus empresas, lo cual es un grave problema, ya que si las PyMes no se encuentran en internet, son más propensas a desaparecer.

Según investigaciones anteriores, con el pasar del tiempo este proceso de inclusión de marketing digital en las empresas resulta efectivo en cuanto al cambio en las estrategias de comunicación de valor a los clientes y el establecimiento de relaciones duraderas y permanentes entre los usuarios y las PyMes permitiendo así un incremento de la rentabilidad y reconocimiento de las mismas. En este entorno donde el impacto de la tecnología es mayor, la oportunidad de ofrecer información en tiempo real a los usuarios a los cuales pretenden llegar cada una de las PyMes del sector comercio de la ciudad de Barranquilla por medio de los distintos sistemas web, aplicaciones móviles y redes sociales. El uso de las múltiples plataformas existentes ha logrado facilitar la participación e interacción de los usuarios con las empresas que implementan el marketing digital.

Las plataformas digitales son el boom de la sociedad actual en la ciudad de Barranquilla y en Colombia entera, las redes sociales son los lugares donde las PyMes tienen más presencia, dichas redes son: Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, entre otras, gracias a la creciente demanda que existe en este momento respecto al uso de estas, las PyMes tienden a beneficiarse de esto. Un caso particular como Facebook, se tiene que “un 70% de las personas están conectadas a una Pyme y 25% de las Pymes del país están usando la red como vitrina para sus negocios”. [3] En la actualidad existen distintos tipos de plataformas digitales, las cuales son las de preferencia a la hora de realizar los procesos de marketing digital en las PyMes, se encuentran las plataformas de búsqueda, las cuales se conocen como SEM (Marketing de buscadores) que consiste en promocionar un sitio web ganando visibilidad en buscadores comunes para ciertas palabras clave de búsqueda, entre estos se encuentran Google, Yahoo, Bing y además se tiene el social media marketing, el cual es una combinación entre los objetivos del marketing en internet con los medios sociales existentes como blogs, sitios donde se comparte contenido, redes sociales, entre otros.

Dentro de esta investigación también se encontró que aplicar esta herramienta de impulso tiene unas ventajas con respecto a la forma tradicional de generar publicidad y vender productos, estos procesos pueden ser completamente medibles, esto quiere decir que cuando se realiza una campaña de marketing digital se puede medir el impacto

que ha tenido la estrategia, la repercusión que ha tenido y hasta el retorno de la inversión, también se encontró que es pivotable, lo cual es muy bueno para estos procesos ya que permite ajustar la estrategia implementada cuantas veces sea necesario para que así se puedan mejorar los resultados arrojados, también se afirma que es más económico que otros medios y por último permite crear una comunidad, lo cual describe la conexión entre el usuario, sus intereses frente al contenido compartido por las PyMes.

III. Resultados de la investigación

Gracias a la investigación realizada, las encuestas aplicadas a una muestra de PyMes existentes en el sector comercio en la ciudad de Barranquilla pudimos encontrar que las pequeñas y medianas empresas de la capital atlanticense en su mayoría aprovechan los beneficios que brinda el marketing digital e implementan todas las herramientas necesarias para alcanzar el propósito esperado, como lo es el incremento de los clientes, de las ventas, el crecimiento de la empresa, el reconocimiento de las marcas, la fidelización de clientes y por consiguiente el aumento de su rentabilidad, según la muestra tomada un 81% de las PyMes implementan marketing digital para posicionarse en el mercado. Los medios existentes en el mercado para implementar las herramientas del marketing digital más usados por las PyMes en la actualidad son las redes sociales con un 80%, la web con 33% y los aplicativos móviles un 3%, con esto se deduce que las plataformas digitales más usadas para implementar esta estrategia son las redes sociales y las páginas web, ya que aquí es donde se encuentran la mayor cantidad de consumidores por día, ya que el avance de la tecnología permite que la comunidad Barranquillera permanezca conectada en las distintas plataformas digitales preferidas por ellos. Dentro de las redes sociales más utilizadas para implementar este proceso de crecimiento empresarial por medio del marketing están las conocidas por la comunidad donde se encuentra Facebook con una utilización de un 78% de confiabilidad y es una de las más utilizadas por las empresas ya que se dice que un 70% de las personas adscritas a esta red social siguen a una PyMe de su interés, además existe Instagram, la cual es otra preferida tanto por las pequeñas y medianas empresa como también por los usuarios con un 69% de confiabilidad para las mimas, ya que está permite realizar publicidad y ventas directas a los clientes sin mucho esfuerzo y brindando economía para ambas partes, twitter conlleva un 20% del uso y es una de las grandes redes que permite generar buzz (Marketing de boca en boca), lo cual genera nuevos seguidores entre la comunidad que necesita las ofertas brindadas por las empresas por este medio [4,5].

La frecuencia del uso de estas herramientas es de vital importancia, estar en contactos con los seguidores, con los usuarios interesados en las marcas existentes en la ciudad de Barranquilla, se encontró que un 59% de las PyMes publica actividades, promociones informas y en eventos diariamente, una gran parte de la comunidad empresarial lo hace semanalmente, se encontró que un 38% de dicha comunidad publica contenido de manera semanal y quincenalmente un 3% de la población investigada.

Como última instancia y más importante aún, es la base de la investigación se comprobó por medio de las soluciones estadísticas que si es importante y efectivo utilizar marketing digital en las PyMes del sector comercio en la ciudad de Barranquilla, gracias al aumento circunstancial de los clientes, de las ventas y de su rentabilidad que es lo más importante, se vio reflejado la gran cantidad de PyMes que dicen que el marketing digital les ha ayudado en su crecimiento como empresa, un 88% de las PyMes que implementan las estrategias de marketing digital han recibido los beneficios que brinda esta herramienta de impulso [6, 7].

A continuación se evidenciarán las estadísticas obtenidas gracias ala investigación realizada:

IV. Conclusión

Como conclusión tenemos que la implementación de las distintas herramientas del marketing digital en las PyMes del sector comercio en la ciudad de Barranquilla va en un aumento circunstancial, dado al gran crecimiento tecnológico que ha tenido la ciudad, a la gran demanda existente en la adquisición de telefonía móvil y el aumento de usuarios interesados en obtener productos y servicios de manera cómoda y confiable, las PyMes que generan contenido diario poseen un aumento en el número de usuarios a los cuales les interesa su contenido, ya sea información o adquisición de los productos brindados por cada una de las pequeñas y medianas empresas existentes en la actualidad, el crecimiento que se da en las PyMes gracias a la implementación de este proceso publicitario y de ventas es grande, ya que les ha permitido conseguir más clientes, fidelizarlos, ser reconocidos por una gran población aparte de sus clientes habituales antes de implementar esta herramienta, les brindó un aumento en la rentabilidad del negocio, por tanto podemos decir que implementar marketing digital como estrategia para el posicionamiento de las pequeñas y medianas empresas en el sector comercio en la ciudad de Barranquilla si resulta efectivo, lo cual hace que todas y cada una de las PyMes inmersas en esta investigación que usan la herramienta de impulso se posicionen en el mercado actual y por ende que sean más competitivas.

VI. Referencias bibliográficas

- [1]. Información recuperada de: Gonzales (2017).” Empresas de Barranquilla deben avanzar en materia digital”.Eltiempo.co
- [2]. Información recuperada del artículo:” Pequeños y medianos empresarios, tomen internet por los cachos”. Angarita.(2016).Dinero.com.
- [3]. Información recuperada de: +Negocios (07/2016). “25% de la Pymes en Colombia usan Facebook”
<https://www.elheraldo.co/economia/25-de-la-pymes-en-colombia-usan-facebook-274862>
- [4].J. Marino Dodge, «Telemetría usando Redes de Datos de Telefonía Celular,» *Ingeniare*, vol. 6, n° 11, pp. 67-78, 2012.
- [5] M. Villasmil Molero, «Visión estratégica de la responsabilidad social empresarial,» *Dictamen Libre*, n° 18, pp. 95-107, 2016.
- [6] A. Mendoza Mendoza, I. Quintero Hoyos y E. Sarmiento Coronado, «Aplicación de Técnicas Prospectivas,» *Ingeniare*, vol. 6, n° 11, pp. 25-36, 2011.
- [7] E. De La Hoz, L. Lopez, y L. Perez, “Modelo de gestión de relaciones con los clientes en empresas de consultoría”, *Revista Investigación e Innovación en Ingenierías*, vol. 5 (2), 2017.