

**LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL EN LAS MICROEMPRESAS
COLOMBIANAS**

Facultad de Ciencias económicas - Contaduría pública

Diplomado en formalización de microempresas

Cristian Camilo Castellanos Avendaño

4600744

Lic. Maria Elsy Sepúlveda Romero

8 de diciembre de 2021

Universidad Militar Nueva Granada – Sede Cajicá Campus

Tabla de Contenidos

Lista de tablas y figuras	Error! Bookmark not defined.
Introducción	10
Informacion general	Error! Bookmark not defined.
Zarmi	10
El gabaje de gab	10
Conclusiones	Error! Bookmark not defined.
Lista de Referencias	18

Lista de tablas

Tabla 1. Estrategias de Marketing digital Zarmi.....	11
Tabla 2. Estrategias de Marketing digital El gabaje de gab.....	Error!

Bookmark not defined.

Lista de figuras

Figura 1. Imagen que representa a la microempresa.**Error! Bookmark not defined.**

Figura 2. Demostración de productos.**Error! Bookmark not defined.**

Figura 3. Imagen que representa a la microempresa.**Error! Bookmark not defined.**

Figura 4. Demostración de productos.**Error! Bookmark not defined.**

Introducción

Grandes marcas en la industria de la moda, belleza, tecnología, alimentos y fármacos han revelado que la primera impresión es la que cuenta y que el éxito de sus marcas se basa en la publicidad y en lo que transmite cada una de estas. a través de una noticia en la web, grandes empresarios de las marcas más reconocidas como Amazon y Apple revelaron que los tres pilares fundamentales para ganar la confianza de los clientes: “ los pilares fundamentales son la accesibilidad, la funcionalidad y la experiencia del consumidor, esta última es la más importante pues da a conocer el objetivo de cada empresa y el mensaje que quiere transmitir, de igual manera se reveló que para lograr una experiencia gratificante para cada cliente era necesario que se llevaran una primera impresión positiva y esto se lograba con ayuda de la facilidad de búsqueda y el marketing virtual que se utilizan para cautivar a la audiencia.”

(Díaz, 2012)

Hoy en día en las redes sociales se puede apreciar los cambios que ha tenido marketing digital, basado en publicidad como encuestas que llegan a diario a los correos de las personas o redes sociales, ofertas para atraer al cliente, mensajes de descuentos especiales y demás. Estas técnicas están en constante evolución ya que se analiza a fondo como las microempresas llegan a crear experiencias nuevas basadas en las respuestas y atención a la publicidad de cada cliente y así de esta manera sin darse cuenta el cliente se familiariza con el producto o servicio siendo este un método de preparación y educación al cliente.(Mejía, 2021)

Debido a que las estrategias de marketing digital han resultado ser muy efectivas para el crecimiento de las grandes empresas, las microempresas colombianas han optado por utilizar estos métodos de marketing digital para así ampliar el comercio nacional y adaptar estas estrategias con el lema “Consumir lo propio” como principal objetivo llegar a toda la

población colombiana y en dado caso llegar a internacionalizar el negocio. Es por esta razón que a través de una encuesta realizada a dos microempresas colombianas (Zarmi, El gabaje de Gab) se efectuará un análisis de los métodos de marketing digital más efectivos para el crecimiento en Colombia. (Higuerey, 2018)

LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL EN LAS MICROEMPRESAS COLOMBIANAS

El marketing es una disciplina con un fundamento histórico que no debe negarse u ocultarse, ligado al desarrollo económico de la humanidad. En los siglos XVIII y XIX, las empresas estaban orientadas al Producto (era tener muchos productos para poder venderlos), ya que pensaban en el producto y luego dónde ofrecerlo. (Gutiérrez, 2017)

A finales del siglo XIX se producen una serie de acontecimientos que dan lugar al nacimiento del marketing. La saturación del mercado hizo que los productos comenzasen a diferenciarse, tenían que presentar características únicas para atraer a los consumidores.

La crisis del 1929 propició el desarrollo de la investigación de mercados y evidenció la fragilidad de los métodos utilizados hasta el momento, por lo que ese año puede considerarse el fin del marketing orientado a la producción y a la distribución y el nacimiento del marketing orientado a las ventas. (Ceupe, 2020)

Hoy en día, el internet está incorporado a la vida de las personas de tal manera que es casi imposible hacer cualquier cosa sin ella. No es casualidad que es cada vez más difícil ver a las personas desconectadas de sus celulares, teniendo internet al alcance de los dedos.

Y si la vida ya no es más la misma con internet, se puede decir lo mismo del proceso de compra. Hoy por hoy es muy común que se busquen productos o servicios que se quieren en internet, ya sea para buscar los mejores precios, para buscar informaciones sobre determinado producto o servicio o incluso para descubrir más sobre un problema que se tiene. (RD STATION. 2021)

El marketing digital es la aplicación de las estrategias de comercialización llevadas a cabo en los medios digitales. Todas las técnicas del mundo off-line son imitadas y traducidas a un nuevo mundo, el mundo online. En el ámbito digital aparecen nuevas características

como la inmediatez, la irrupción de las redes sociales y las herramientas que permiten hacer mediciones reales. (MD,2020)

Es así como estas variadas y repetidas estrategias online son utilizadas para el crecimiento y reconocimiento mayormente en la industria del comercio, pero estas no solo son aplicadas en las grandes industrias, estas también son utilizadas por los emprendedores, influenciadores, pequeñas - grandes empresas y microempresas.

Una microempresa es una actividad económica pequeña regida por las leyes de cada país, en este caso las leyes colombianas, su tamaño se define por la cantidad de trabajadores y la cantidad de ventas anuales. Estas microempresas tienen ayudas y beneficios por parte del gobierno los cuales aportan ayuda para poder emprender. (Morales, 2020)

En Colombia una microempresa es aquella que se clasifica con menos de 10 trabajadores y con activos totales no mayores a 501 salarios mínimos mensuales vigentes legales (\$908.526 COL). En el sector comercio las microempresas ganan hasta \$1.535 millones. (Concepto, 2021)

Es por estos que algunas de las razones por las cuales nacen las microempresas es por necesidad, ideas innovadoras o crecimiento propio, estas a la vez generan empleo formal e informal a otras personas formando beneficios propio, unos de estos son la inclusión al trabajo familiar, aporte al producto interno bruto nacional, participación en la economía e independencia, aumento del mercado nacional, mayor transparencia en los mercados, pero así mismo trae algunas desventajas como una administración y crecimiento descontrolado (por falta de conocimiento), riesgos en el mercado, acceso limitado a la financiación, salarios bajos, Limitaciones a información y beneficios. (MAPFRE, 2020)

En Colombia el gobierno ofrece amplias oportunidades para aquellos pequeños emprendedores con ayudas financieras, capacitaciones y un amplio acceso a las redes y medios de comunicación. (Portafolio, 2017)

En la parte financiera se encuentra la ley de inversión social, ayuda a las microempresas para la reducción de impuestos, financiación de necesidades de liquidez e inversiones y muchas otras opciones para el crecimiento de las microempresas. Con respecto a las capacitaciones varias entidades que tienen convenios con el estado prestan su servicio para ofrecer programas de capacitación con el área deseada ya sea en la parte contable - administrativa o en la especialización en la cual se basa la microempresa. (Mintic, 2021)

Como última estancia se encuentran las ayudas en el área de redes y medios de comunicación, gracias a la importancia y alcance que tienen los medios de comunicación hoy en día las micro, pequeñas y grandes empresas han logrado aumentar su expansión y de la mano con esto generar más ingresos, como ayudas se encuentran talleres y formaciones con las TIC, adquiriendo conocimiento en recursos, herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios; que permiten la compilación, procesamiento, almacenamiento, transmisión de información como: voz, datos, texto, video e imágenes y muchos otros medios para la adquisición de aprendizaje y práctica de medios virtuales. (TIC, 2018).

Una de las tantas oportunidades que ofrecen estos talleres se basa en la publicidad y el marketing en los medios de comunicación o más conocidos como Marketing virtual, un medio de expansión a través de las web donde se amplía la información de las empresas atravesando todo el mundo, un medio en el cual se puede atraer de manera fácil y efectiva una gran cantidad de clientes a nivel nacional e internacional por medio de las redes sociales, siendo estos no solo un medio de comunicación sino también un medio de venta e iniciación

de emprendimientos siendo esta la microempresa establecida desde las redes o de manera virtual sin necesidad de un punto físico.

Es gracias a esto que las microempresas colombianas han empleado el método de los negocios virtuales para reducir costos y ampliar su expansión utilizando métodos y estrategias de marketing efectivas para llegar al alcance de una población determinada, a través del siguiente análisis de una encuesta a dos microempresas colombianas se determinara el mayor rango de la población consumidora en el sector comercio de Colombia y los métodos que emplean estas para su crecimiento.(El Tiempo, 2021)

Zarmi

Zarmi es una microempresa colombiana enfocada en la moda del momento, innovando y plasmando ideas de algunos diseñadores colombianos que desean salir adelante, es una microempresa que cuenta con diseños y estilos variados dirigido a la moda femenina y juvenil, siendo diferente en el mercado por sus prendas económicas, de excelente calidad y con un toque único.

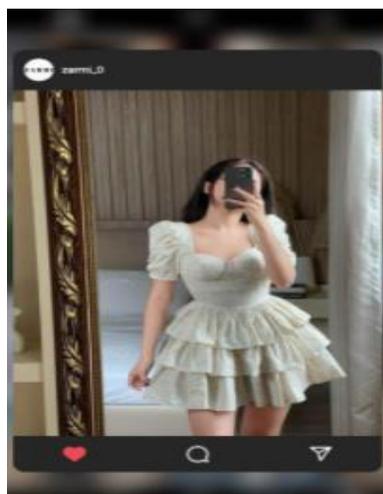


Figura 1. Origen: Datos reales, suministrados por la representante de la microempresa Zarmi. Imagen que representa a la microempresa, demostración de sus productos y marketing virtual utilizado por la microempresa (redes sociales).

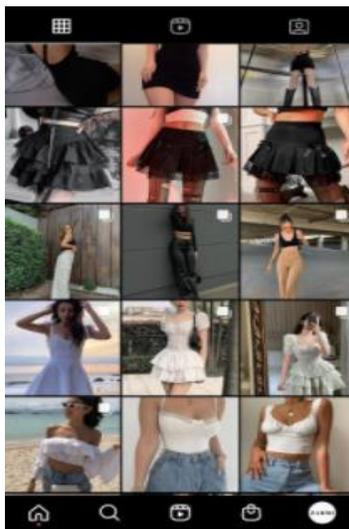


Figura 2. Origen: Datos reales, suministrados por la representante de la microempresa Zarmi. imágenes que representan a la microempresa, demostración de sus productos y marketing virtual utilizado por la microempresa (redes sociales).

Tabla 1.

Estrategias de Marketing digital Zarmi

Preguntas de estrategias de Marketing Digital	Respuestas de estrategias Marketing Digital
	<i>Representante de la microempresa</i>
¿Son ustedes una microempresa virtual, física o las dos?	Si, somos una microempresa virtual
¿Cree usted como microempresa y en la experiencia que ha adquirido durante que es más efectivo un emprendimiento virtual o físico?	Si, publicidad con influenciadores, concursos Flash (nos ha servido para crecer)
¿Ha aplicado estrategias de marketing virtual en la microempresa y cuales le han resultado más eficientes?	La mayoría de las estrategias utilizadas son basadas en la publicidad que ya ofrecen las redes sociales las cuales cobran según el alcance deseado, concursos y apoyo de influenciadores.
Es notorio que durante la pandemia varias empresas, microempresas y emprendimientos quebraron debido a la falta de entradas económicas ¿Ustedes como microempresa que	Zarmi comenzó y abrió en pandemia, en el momento que abrimos estaba de moda los concursos más que ahora y así comenzamos a ganar audiencia poco a poco después se

estrategias de marketing o publicidad virtual utilizaron para mantenerse en el mercado?	hizo publicidad y cada día crecemos está maravillosa familia
¿Cuál es el perfil de sus clientes (edad, género, ubicación)?	Tenemos un 98% MUJERES y 1,9% HOMBRES Un rango de edad 18-24 años 61,2% 13-17 años 20,8% 25,34 años 13,2% 35,44 años 3,1% Colombia: 96% Otros países: 4% La audiencia más grande se encuentra en Bogotá con un 52,6%
¿Han realizado campañas propias de marketing virtual efectivas en las redes sociales? Si es así, por favor especificar	No
¿Cuál es la mejor ubicación para su empresa (no solo lugares, también incluye redes sociales, público, estrategias)	Las redes sociales y personas con gran número de seguidores que nos publiciten, publicidad paga y promociones.
¿Son ustedes jóvenes emprendedores? Rango de edad de 17 a 25 años	Si
¿han recibido algún apoyo del gobierno por ser emprendedores?	No
¿Cuenta con un marketing cualitativo (encuestas, opiniones, puntos de vista, críticas, etc.) o cuantitativo (números, ventas, estadísticas, etc.) para mejorar y crecer con su microempresa?	Si contamos con un orden lo cual se crea y se realiza antes de empezar la semana de historia de publicación para llevar un orden y no subir desordenadamente (este se generó a través de las opiniones de los clientes y en los horarios de mayor uso de redes sociales

Origen: Datos reales, suministrados por la representante de la microempresa Zarmi.

El gabaje de Gab

El gabaje de gab nace de la idea de vender ropa que está en perfecto estado a un precio accesible, crece del gusto por la moda y la oportunidad que todos puedan acceder a esta y que se pueda costear. La empresa ha ido avanzando y añadiendo productos al pasar del tiempo como camisetas, sacos, aretes y algunos otros productos.

El enfoque principal es que todos puedan vestirse con lo que deseen a un precio razonable y una alta calidad de los productos, poder brindar un espacio creativo en la moda con accesorios, camisetas o sacos.



Figura 3. Origen: Datos reales, suministrados por la representante de la microempresa El gabaje de Gab, imágenes que representan a la microempresa, demostración de sus productos y marketing virtual utilizado, modelos y participantes de la microempresa.



Figura 4. Origen: Datos reales, suministrados por la representante de la microempresa El gabaje de Gab, imagen que representa la microempresa, demostración de sus productos y marketing virtual utilizado como las redes sociales.

Tabla 2.
Estrategias de Marketing digital El gabaje de Gab.

Preguntas de estrategias de Marketing Digital	Respuestas de estrategias Marketing Digital
	<i>Representante de la microempresa</i>
¿Son ustedes una microempresa virtual, física o las dos?	Somos una tienda virtual, pero tratamos de hacer ferias presenciales para darnos a conocer
¿Cree usted como microempresa y en la experiencia que ha adquirido durante que es más efectivo un emprendimiento virtual o físico?	Si es efectivo, pero hay ocasiones en las que es mucho mejor lo físico para que las personas vayan y vean los productos en físico porque les da más confianza
¿Ha aplicado estrategias de marketing virtual en la microempresa y cuales le han resultado más eficientes?	Se trata de usar otras redes sociales para darse a conocer más, manejar una buena publicidad e imagen, muchas veces utilizar la publicidad que ya ofrecen las redes sociales ya que son seguras y con un alcance de acuerdo con mis expectativas.
Es notorio que durante la pandemia varias empresas, microempresas y emprendimientos quebraron debido a la falta de entradas económicas ¿Ustedes como microempresa que estrategias de marketing o publicidad virtual utilizaron para mantenerse en el mercado?	En la pandemia empezamos como emprendimiento, fue en julio que iniciamos y la verdad nos ayudó mucho que las personas estuvieron en casa
¿Cuál es el perfil de sus clientes (edad, género, ubicación)?	<p>ESTADISTICAS</p> <p>91.1 % Mujeres</p> <p>8.8% Hombres</p> <p>Un rango de edad</p> <p>18-24 años 53.8%</p> <p>13-17 años 13.6%</p> <p>25-34 años 22.5%</p> <p>35,44 años 7.1%</p> <p>Colombia: 81.1%</p>

	Otros países: 17.9 %
¿Han realizado campañas propias de marketing virtual efectivas en las redes sociales? Si es así, por favor especificar	No
¿Cuál es la mejor ubicación para su empresa (no solo lugares, también incluye redes sociales, público, estrategias)	Nos va mucho mejor en Instagram sobre todo en reels por lo viral y en tik tok hemos atraído audiencia hacia Instagram
¿Son ustedes jóvenes emprendedores? Rango de edad de 17 a 25 años	Si, tengo 18 años
¿han recibido algún apoyo del gobierno por ser emprendedores?	No, nunca ha habido algún apoyo
¿Cuenta con un marketing cualitativo (encuestas, opiniones, puntos de vista, críticas, etc.) o cuantitativo (números, ventas, estadísticas, etc.) para mejorar y crecer con su microempresa?	Si, tratamos de hacer encuestas en historias, con los clientes y en las ferias presenciales también pregunto la experiencia y demás.

Origen: Datos reales, suministrados por la representante de la microempresa El gabaje de Gab.

Como se puede observar en las dos microempresas la mayoría de los métodos que se utilizan en Colombia en el marketing digital son las redes sociales a través de concursos, publicidad de influenciador y publicidad pagada en las redes sociales, esta es una estrategia fácil de manejar y con un acceso a miles de personas, personas que cuentan con el uso de estas redes sociales facilitando el crecimiento y promoción de las microempresas generando posibles clientes. (RiteWike, 2020).

Es por esta razón que el método de marketing digital más reconocido y utilizado son las publicaciones pagadas de las redes sociales, destinadas a tener un alcance determinado y el tipo de publicidad que se quiere hacer siendo estas mismas el medio de trabajo de miles de microempresas digitales para la venta y la compra de sus productos.

Cómo se puede observar en Colombia el rango de edad de la mayoría de los compradores en las microempresas que utilizan las estrategias de marketing digital son las personas de 18 a 24 años y en este caso la mayoría son mujeres, es notorio que en este rango de edad las redes sociales son más accesibles y fáciles de utilizar debido a que en la mayoría de las plataformas de redes sociales se pide una mayoría de edad para poder acceder a estas. (Abad, 2018)

Conclusiones

Actualmente el marketing digital es utilizado como primera razón para publicitar y hacer crecer las microempresas, pequeñas y grandes empresas, aumentando su visibilidad y atrayendo posibles clientes potenciales.

A pesar de los variados métodos que tiene el marketing digital hoy en día para hacer crecer las empresas y darlas a conocer los métodos hoy en día más utilizados y virales son las redes sociales ya que estas mismas tienen los métodos para poder publicitar microempresas a un costo de terminado según el alcance deseado.

De esta forma la mayoría de las microempresas han optado por iniciar en las redes sociales sin un lugar físico ya que reduce costos, ayuda a tener un mayor alcance pues no se centra en un solo sector y genera mayor efectividad en las ventas con el reconocimiento a nivel nacional e internacional.

Con relación a lo antes expuesto se puede concluir que el marketing digital va de la mano con las redes sociales ya que gracias a estas se puede aumentar la publicidad y el marketing de todas las microempresas, pequeñas y grandes empresas para así tomar un mayor alcance, de igual manera el marketing digital también va mayormente de la mano con los medios de comunicación, medios visuales y audiovisuales aumentando la potencialidad de clientes.

Lista de referencias

1. Abad, A. ¿Qué edad tienen tus compradores? - Plan de Marketing digital. Palbin. (2018). Recuperado de: [¿Qué edad tienen tus compradores? - Plan de Marketing digital \(palbin.com\)](http://www.palbin.com)
2. Ceupe Magazine. Historia y claves del Marketing, (2020). Recuperado de: <https://www.ceupe.com/blog/historia-claves-marketing.html>
3. Gutiérrez, A. ¿Qué es Marketing? - ¡Concepto clave que iluminará el camino de tu Marca!. Platzi. (2017). Recuperado de: [¿Qué es Marketing? - ¡Concepto clave que iluminará el camino de tu Marca! \(platzi.com\)](http://platzi.com)
4. Higuerey, E. La importancia del feedback para el éxito de una empresa. Rockcontent. (2018). Recuperado de: [Feedback: ¿qué es y cuál es su importancia en las empresas? \(rockcontent.com\)](http://rockcontent.com)
5. ‘Los emprendedores ya tienen en Colombia la oportunidad de crecer, solo tienen que decidirlo’. Portafolio. (2017). Recuperado de: <https://www.portafolio.co/negocios/emprendimiento/las-oportunidades-para-emprendedores-en-colombia-504197>
6. Marketing de Redes Sociales. RiteWike. Recuperado de: [¿Qué es el Marketing de Redes Sociales? - Ryte Wiki](http://ryte.wiki)
7. Más beneficios para pequeños empresarios y emprendedores, en la Ley de Inversión Social. Mincit. (2021). Recuperado de: <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/industria/beneficios-empresarios-en-ley-de-inversion-social>
8. MD Marketing Digital. MARKETING DIGITAL ¿QUÉ ES Y CÓMO FUNCIONA?. Recuperado de: <https://www.mdmarketingdigital.com/que-es-el-marketing-digital>
9. Mejía, J. 20 MODELOS DE NEGOCIO EN INTERNET: LOS TIPOS DE NEGOCIOS MÁS RENTABLES ONLINE. Marketing Digita. (2021). Recuperado de: [20 modelos de negocio en Internet: los tipos de negocios más rentables online - Marketing Digital, Social Media y Transformación Digital | Juan Carlos Mejía Llano \(juanmejia.com\)](http://juanmejia.com)
10. Microempresa. Concepto. Recuperado de: <https://concepto.de/microempresa/>
11. [Morales, F. Microempresa. Economipedia. Recuperado de: Microempresa - Qué es, definición y concepto | Economipedia](http://economipedia.com)
12. RD STATION. Marketing Digital. (2021). Recuperado de: <https://www.rdstation.com/es/marketing-digital/>

13. Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC). GOV.CO. Recuperado de: [Tecnologías de la Información y las Comunicaciones \(TIC\) \(mintic.gov.co\)](http://mintic.gov.co)
14. Tecnosfera. Las ‘startups’ colombianas que se abren campo en IoT y realidad virtual. El tiempo. (2021). Recuperado de: <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/startups-colombianas-que-lideran-en-iot-y-realidad-virtual-630136>
15. Ventajas y desventajas de microempresas y pymes. MAPFRE. Recuperado de: [Ventajas y desventajas de microempresas y pymes \(jubilacionypension.com\)](http://jubilacionypension.com)