

**Beneficios de la Analítica en pequeñas empresas de instrumentos musicales en Colombia**

**Marylee Ferro Polania**

**Trabajo de grado para optar al título  
Profesional de Negocios Internacionales**

**Dirigido por:**

**Humberto Librado Castillo**

**Politólogo**

**Mg. en Análisis de problemas políticos, económicos e internacionales**

**Universidad Santo Tomas**

**Facultad de Negocios Internacionales**

**Bogotá D.C., Colombia**

**2021**

### **Resumen**

El presente working paper tiene como objetivo analizar los beneficios de la analítica en las pequeñas empresas que comercializan instrumentos musicales en Colombia. Este tema fue elegido por la autora del presente documento para profundizar su curiosidad de la analítica en los negocios y comprender cómo la tecnología ha moldeado nuestra identidad casi a la perfección, para luego exportar datos con el fin de enseñarnos más sobre nosotros mismos y nuestros clientes. La pregunta: ¿qué beneficios puede traer el uso de herramientas de analítica a las pequeñas empresas de instrumentos musicales en Colombia? surgió de una actividad de Google Analytics y alimentó la curiosidad de la autora. Este working paper explica qué es la analítica, sus beneficios para las pequeñas empresas y cómo estos beneficios aplican a las necesidades de las pequeñas empresas de instrumentos musicales en Colombia.

**Palabras clave:** Analítica, Big Data, Tags.

### **Abstract**

This working paper has the objective of analyzing the benefits of Analytics in small businesses that commercialize musical instruments in Colombia. This topic was chosen from the author's further curiosity of Analytics in business and understanding how technology has almost perfectly shaped our identity, to later export data in order to teach us more about ourselves and our clients. The question: what benefits can the use of analytical tools bring to small musical instrument companies in Colombia? arose from a Google Analytics activity and fed the author's curiosity. This working paper explains what analytics are, their benefits for small businesses and how these benefits can be applied to the needs of small musical instrument businesses in Colombia.

**Keywords:** Analytics, Big Data, Tags.

Beneficios de la Analítica en pequeñas empresas de instrumentos musicales en Colombia	3
---------------------------------------------------------------------------------------	---

## **Tabla de contenido**

<b>Resumen</b>	2
<b>Abstract</b>	2
<b>Tabla de contenido</b>	3
<b>Objetivo General</b>	3
<b>Objetivos Específicos</b>	4
<b>Introducción</b>	4
Analítica	5
Pequeñas Empresas de Instrumentos Musicales en Colombia	7
<b>Conclusiones y agradecimientos</b>	9
<b>Bibliografía</b>	10

### **Objetivo General**

Analizar los beneficios de la analítica en empresas pequeñas de instrumentos musicales en Colombia.

### **Objetivos Específicos**

- Identificar los beneficios de Business Analytics para pequeñas empresas.
- Identificar las necesidades de las pequeñas empresas dedicadas a comercializar instrumentos musicales en Colombia.

### **Introducción**

En la segunda semana del diplomado virtual Industria 4.0, se dió a conocer la herramienta número uno de analítica usada por mercadólogos: Google Analytics. Google, el buscador más utilizado en el mundo, ofrece un sistema de ‘web analytics’ gratis y otro premium para apoyar a los empresarios y mercadólogos a conocer su mercado.

Google Analytics usa ‘tags’. Un ‘tag’ es un código que se coloca en el código JavaScript de las páginas web con el fin de seguir al usuario en su camino de búsqueda de información en la web. Usando el ‘tag’, esta y otras herramientas de analítica pueden detectar elementos del usuario cuando visita una página web. Con esta herramienta se puede seguir e identificar los links que sigue el usuario que visita la página, notar el tiempo en el que el usuario ve un video en la página e identificar elementos más personales del usuario como su dirección IP, su ubicación geográfica, el tamaño de la pantalla del equipo que usa y el buscador.

En la primera experiencia de la autora usando Google Analytics, se realizó un estudio de la búsqueda de tres instrumentos musicales en Colombia en los últimos tres años. Se usó la

plataforma para comparar tres instrumentos musicales como palabras clave: el arpa, la trompeta y el contrabajo y se concluyó que estos instrumentos han tenido una tendencia de búsqueda constante. El arpa mantiene una alta demanda en los departamentos de la región llanera, la trompeta en la región sur-andina y el contrabajo en la región andina central y occidental. Se encontraron picos de búsqueda en los meses del año donde se celebran festivales folclóricos de cada región y se concluyó que para estos tipos de productos se le debe dar mayor ponderación a la plataforma Google Ads, ya que los músicos dependen de esta plataforma para buscar sus instrumentos musicales.

De esta actividad surgió la pregunta: ¿Qué beneficios puede traer el uso de herramientas de analítica a las pequeñas empresas de instrumentos musicales en Colombia? La autora de este documento tuvo la experiencia de estudiar música y de ser cliente de pequeñas empresas colombianas comercializadoras de instrumentos musicales durante seis años. Cuando reflexionó sobre la conexión entre la actividad y su experiencia nació la curiosidad de entender cómo estas herramientas podrían apoyar a aquellos empresarios que la apoyaron durante esos 6 años de estudio. En este working paper se revisa los beneficios que trae la analítica a las empresas pequeñas y las necesidades de los empresarios pequeños de instrumentos musicales en Colombia para contestar esta pregunta.

## **Analítica**

¿Qué es la analítica? La analítica es un campo diverso de las ciencias de la computación que se usa para encontrar patrones de datos significativos y descubrir nuevos conocimientos basados en matemáticas aplicadas, estadísticas, modelos de predicción y técnicas de aprendizaje automático. La analítica tiene el fin de usar los datos encontrados para resolver preguntas

estratégicas de los negocios, descubrir relaciones con consumidores, predecir resultados y automatizar decisiones estratégicas.

El proceso de analizar datos para fines empresariales consta de 3 etapas:

1. Analítica Descriptiva

Esta primera etapa consta de recolectar todos los datos de los usuarios a los que se les aplicó un tag. Aquí sabemos la ubicación geográfica, los intereses y las tendencias de compra de los clientes. También se recolecta información financiera de la empresa o métricas de interacción de usuarios con la página web o red social de la empresa.

2. Analítica Predictiva

Después de recolectar datos actuales, la analítica predictiva permite analizar las tendencias de consumo de los clientes y así, como su nombre lo indica, predecir qué productos o servicios serán de interés de los clientes a futuro y un perfil general de estos clientes. Esta etapa del proceso contesta la pregunta: ¿qué se debe hacer en el futuro?

3. Analítica Preceptiva: Esta última etapa nos ayuda a contestar la pregunta ¿cómo se debe hacer a futuro? Aquí se realizan comparaciones entre datos históricos de la empresa y los datos actuales para así identificar lo que funciona y lo que no. Esta etapa despierta la creatividad del empresario para crear experiencias diferentes para sus clientes en caso de que algo no esté funcionando para el bien de la empresa.

Ahora, ¿qué beneficios brinda la analítica para empresas pequeñas?. Normalmente nuestra sociedad asocia procesos de analítica con empresas grandes, corporaciones multinacionales con varias líneas de producto destinadas a amplios mercados. Sin embargo, los expertos nos muestran

lo contrario a esta creencia popular. El equipo de Microsoft 365, propietario de aplicaciones de analítica como Power BI y Visio, comparte los beneficios que ofrece las herramientas de analítica a las pequeñas empresas (Microsoft 365 Team, 2019):

- Disponibilidad de herramientas económicas para mantenerse dentro del presupuesto de marketing;
- Toma de decisiones más eficientes con base a datos reales, la capacidad de medir resultados de metas empresariales;
- Mantenerse informado de las tendencias de los consumidores; e
- Impulsar la eficiencia de procesos en general

En otras palabras, el uso de herramientas de analítica de negocios ayuda a las empresas pequeñas a captar clientes de una manera más productiva, establecer su presencia digital en el buyer's journey de manera más efectiva y mejorar productos y servicios a futuro.

### **Pequeñas Empresas de Instrumentos Musicales en Colombia**

El periodico La República publicó el 27 de junio de 2020 que las ventas en línea de instrumentos musicales aumentaron durante la pandemia (Solórzano, 2020). Con el fin de diversificar su entretenimiento durante la pandemia, los colombianos han comprado guitarras y ukeleles en línea más que otros instrumentos. Puede que estos instrumentos sean los más atractivos ya que también son los instrumentos más económicos que se consiguen en el mercado.

En las páginas de empresas reconocidas como Mercado Libre y Musical Cedar y Ortizo, las ventas comparadas con el año pasado han aumentado significativamente. En Mercado Libre,

se ha visto un aumento de 142% de ventas de instrumentos musicales y en Musical Cedar y Ortizo un incremento de 1200% en comparación con el año 2019.

Con estos resultados se espera que las empresas pequeñas también se hayan beneficiado de la tendencia positiva de actividad cultural en la pandemia. No obstante, cuando se realiza la búsqueda de “instrumentos musicales en Colombia” en Google, aparecen resultados de pequeñas empresas en Colombia sin página web. Con esta situación identificamos la primera necesidad de estos negocios. La comercialización de instrumentos musicales se clasifica bajo la industria de retail y se conoce que al consumidor le atrae encontrar una gran variedad de productos de manera ordenada y con una presentación atractiva.

Sin una página web que lleve la experiencia de un local de instrumentos al mundo digital, es muy difícil que se consiga que el cliente compre en estos pequeños negocios. Actualmente, las pequeñas empresas de instrumentos musicales compiten con precios y mantienen productos de buena calidad. Si estas empresas estuvieran en el mundo digital podrían generar más ingresos por su valor agregado de lo que se estima que generan actualmente.

La segunda necesidad es crear relaciones con leads. Las pequeñas empresas de instrumentos normalmente construyen su base de clientes por comunicación voz a voz entre músicos. Para captar a aquellas personas que no hacen parte de una comunidad de músicos o no cuentan músicos en su círculo social, es importante tomar una postura más proactiva y dejar a un lado la tendencia de las empresas tradicionales que consiste en mantener una postura reactiva en las comunicaciones de la empresa.

### **Conclusiones y agradecimientos**

No cabe duda de que las empresas pequeñas de instrumentos musicales en Colombia deberían considerar dar el paso a entrar al mundo digital y a empezar a recolectar datos para fines analíticos. De esta podrán seguir la tendencia positiva que existe actualmente en la demanda por estos productos, competir de manera más equitativa con las grandes empresas reconocidas en el país, mejorar su relación con sus clientes y leads y así cumplir sus objetivos financieros y lograr resultados extraordinarios. Existen muchas herramientas gratis y otras muy económicas que pueden apoyar a estas empresas, el próximo paso es transmitir los conocimientos de estas herramientas a los empresarios.

El diplomado en industrias 4.0 fortaleció mis conocimientos del mundo actual. La pandemia cambió el mundo en todo sentido. El comportamiento del consumidor cambió, la manera de comunicarnos cambió y los valores de las personas y empresas cambiaron. El perfil del profesional en Negocios Internacionales se valora por su capacidad de entender y adaptarse a los cambios del mundo en tiempo real. El diplomado en industrias 4.0 con la UPAEP fue justamente eso, un resumen de información actualizada que nos apoyó a mantenernos al día con lo que sucede en el mundo.

Agradecimientos a la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla y la Universidad Santo Tomás de Bogotá por crear este espacio en servicio de los estudiantes de la USTA.

### **Bibliografía**

Editorial La República S.A.S. (27 de mayo de 2020). Las ventas en línea de instrumentos musicales han crecido durante la cuarentena. Noticias de Economía, Finanzas, Empresas y Negocios de Colombia y el Mundo. LaRepublica.co. <https://www.larepublica.co/internet-economy/las-ventas-en-linea-de-instrumentos-musicales-han-crecido-durante-la-cuarentena-3023641>

Microsoft 365 Team. (8 de octubre de 2019). The benefits of business analytics. Microsoft. <https://www.microsoft.com/en-us/microsoft-365/business-insights-ideas/resources/benefits-of-business-analytics>