

**IMPACTO DEL MARKETING DIGITAL. UNA EXPERIENCIA DESDE LOS
SENTIDOS**



LAURA ALEJANDRA HERNANDEZ BURGOS



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO
2023

IMPACTO DEL MARKETING DIGITAL. UNA EXPERIENCIA DESDE LOS SENTIDOS

LAURA ALEJANDRA HERNANDEZ BURGOS

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de Negociador Internacional

Asesor

Mg.SARA LUCIA ROJAS MANOSALVA

Magister en Derecho Internacional de los Negocios

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO

2023

Autoridades Académicas

P. José Gabriel MESA ANGULO, O.P.

Rector General

P. Eduardo GONZÁLES GIL, O. P.

Vicerrector Académico General

P. José Antonio BALAGUERA CEPEDA, O.P.

Rector Sede Villavicencio

P. Rodrigo GARCIA JARA, O.P.

Vicerrector Académico Sede Villavicencio

JULIETH ANDREA SIERRA TOBÓN

Secretaria de División Sede Villavicencio

ERNESTO JOSÉ CAMARGO HERNÁNDEZ

Decano de la Facultad de Negocios Internacionales

Contenido

	Pág.
Introducción	4
El Marketing y su influencia	5
El Marketing Digital	7
Una experiencia desde los sentidos	8
Conclusiones	9
Referencias	10

Introducción

El marketing es un elemento de suma importancia para llevar a cabo estrategias y operaciones de comercialización, debido a que ayuda a las empresas y entidades a entender y adaptarse sus mercados influyendo en sus clientes.

Generalmente pensamos que una empresa requiere únicamente de bienes y servicios para su buen funcionamiento y aunque en el 100% de las entidades hacen uso de estos recursos y son fundamentales para ponerlas en marcha se requiere de otros componentes para que obtengan mayor visibilidad de sus productos tangibles o intangibles, adaptación y aciertos en sus procesos. Actualmente en Colombia existen 41,80 millones de usuarios en plataformas digitales, de los cuales cerca del 75% de los usuarios utilizan estas para buscar e identificar productos (Marketing Digital En Colombia: Su Importancia | Diseño De Páginas Web En Medellín, Bogotá, Panamá Y Miami, Agencia De Marketing Digital, 2018) con base a esto logramos evidenciar que en la actualidad el mundo digital es muy influyente con el podemos hacer que las empresas crezcan de la mano de la actual era digital promoviendo facilidad y practicidad seguido de su bajo costo dado a que el marketing digital no requiere mucho dinero para ejecutarse. Por ejemplo, producir páginas web y administrar redes sociales es más económico que producir comerciales tradicionales y brinda mayor alcance al mundo de Internet de forma activa y visible las 24 horas. ¿Qué aporta a una empresa y cómo influye esto en la economía mundial?

La forma de comercializar ha innovado y con él las empresas, quienes ahora usan y gozan de estos recursos tales como el internet y la Inteligencia Artificial con el fin de atraer a sus clientes y ser más atractivos en el mercado. Esto amplía la visión de las empresas y su naturalidad dado a

que la visibilidad e interacción gracias al internet es muy amplia, tanto que ayuda al crecimiento y expansión de las empresas que incluso alcanzan la internacionalización. Esto puede aprenderlo gracias a la una movilidad académica llevada a cabo por la Universidad Santo Tomás en la misión académica a la Pontificia Universidad Católica y a la Universidad Federal de Río de Janeiro. Gracias a esto pude ampliar mi conocimiento y adquirí una forma de ver mi carrera (negocios internacionales) desde otra perspectiva y con enfoques diferentes, sin embargo, lo que más llamó mi atención fue la forma en la que se ejecuta el marketing digital y el impacto que este genera en las empresas, como lo percibe el consumidor y su influencia en la economía de las diferentes empresas y países.

El mundo entero tuvo que experimentar e innovar con el marketing y sus procesos, aprovechando y potencializando el marketing digital, tras la pandemia por COVID19 este como una estrategia para incrementar ventas y aunque se tenía la idea errada de que esta digitalización era algo temporal, no fue así, fue algo que definitivamente llegó para quedarse, tuvo tanto impacto que nacionalmente y mundialmente la mayoría de empresas sin importar el tamaño y su estructura le apuestan a la digitalización con mayor fuerza. Múltiples empresas de carácter nacional, regional e internacional se han encaminado para transformarse progresivamente con ayuda de esta importante herramienta que se ha vuelto un apoyo que le ofrece comodidad a las diferentes industrias, Empresas como Bancolombia se vieron beneficiadas exponencialmente, obteniendo beneficios como mayor flujo de clientes, fortalecimiento de interacciones y mayor reconocimiento (Lorduy, 2021).

Por último, se recopilaron algunos los temas expuestos en las universidades visitadas en Brasil, sus ejemplares y aplicaciones, para identificar la forma en la funciona en el mundo real y como logra influenciar en el comercio, economía y decisión de un cliente.

El Marketing y su influencia

El marketing es un elemento de suma importancia para llevar a cabo estrategias y operaciones de comercialización, debido a que ayuda a las empresas o entidades a entender y adaptarse a sus mercados influyendo en sus clientes. Rockontent, una empresa brasileña define al marketing como una ciencia que apoyada por el arte explora, crea y entrega valor con el fin de satisfacer necesidades de un mercado objetivo con lucro (Mesquita, 2018).

Según the American Marketing Association, el marketing implica crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tengan valor para varias partes interesadas, incluidos clientes,

socios y la sociedad en general (American Marketing Association, 2023). Es importante mencionar, que uno de los objetivos principales del marketing es superar las expectativas que tienen los clientes para satisfacerlos e incentivar la recompra. No obstante, este proceso se caracteriza por su constante innovación, lo cual lo hace muy dinámico y cambiante. Podemos evidenciarlo en la actualidad, dado a que gracias a la globalización este proceso ha tomado más fuerza y mayor relevancia en las empresas y marcas—. Su presencia es significativa en los diferentes ámbitos empresariales, ya no es necesario ser una empresa grande o multinacional porque incluso los cantantes, grupos dedicados al folclore nacional, tiendas y supermercados pequeños utilizan estas herramientas, en búsqueda de ofrecer sus bienes y servicios mediante la adaptación y apoyo de las nuevas tecnologías y sus múltiples beneficios.

Hay diferentes aspectos de suma influencia en el marketing, que deben ser tenidos en cuenta antes de llevar a cabo una campaña de marketing. La cultura es uno de los más importantes de ellos y esencial, debido a que siempre debe tenerse en cuenta. Aunque la mercadotecnia se encarga de reconocer que hace falta en la sociedad o de innovar, debe reconocer si el producto tendrá o no la aceptación de las personas o grupos de personas. Generalmente las sociedades se regulan, actúan y consumen desde su perspectiva y tienen códigos de compra que es adquirida a lo largo de la vida y es influenciada por su cultura.

A pesar de que este proceso ha sido una herramienta facilitadora y de mucha ayuda para la comercialización de múltiples bienes y servicios, se estima que gracias a la pandemia por COVID19 todos los procesos digitales aumentaron y que la globalización tuvo un avance significativo (Lorduy, 2021), pues la mercadotecnia tuvo que adaptarse de una forma rápida, adaptando el uso de herramientas como redes sociales, páginas web, promoción la línea forma empírica y apresurada. Es importante mencionar que el marketing no es nuevo, que abarca muchas cosas, es de gran ayuda y que en el presente es muy significativo, de acuerdo con la Real Academia Española (RAE), en términos económicos el marketing o mercadotecnia es “el Conjunto de principios y prácticas que buscan el aumento del comercio, especialmente de la demanda”. Aunque aún no se tiene claridad de cuándo, ni de qué manera nace el concepto de MARKETING, sabemos que se conforma tras las relaciones humanas y su forma de llevar a cabo los negocios en la antigüedad, los cuales se basaban en lo que conocemos como el “trueque” (Pinargote Montenegro, 2019). Siendo así, podemos afirmar que desde este momento hace presencia en el mundo, porque para que exista el marketing debe existir el comercio y sus particulares influencias o motivaciones para diseñar, mejorarlos productos y generar valor agregado.

Sin embargo, a medida que la sociedad va creciendo, va aprendiendo y va innovando, el marketing lo hace también. Por ende, la forma en que se ha potencializado y en la que se ha expandido es descomunal, gracias a su capacidad de adaptación en ámbitos electrónicos y digitales, pero también a que trabaja de la mano con la globalización e incluso llegando a fusionarse. El Marketing se ha quedado porque ha sabido estar en una constante innovación, logrando adaptarse a cada etapa del comercio, en este momento se ha adherido a la tecnología y al comercio electrónico.

El Marketing Digital

Tras las múltiples tareas y beneficios que ofrecía el marketing, este empieza a tomar más fuerza y a desglosarse en muchas ramas que se especializan ahora en una tarea específica de una forma más profunda y detallada, es aquí donde nace el marketing digital, el cual se ha encargado de hacer un seguimiento detallado de la eficacia de las campañas publicitarias. Usando varias herramientas de análisis y monitoreo, es posible averiguar quién vio un anuncio y quién hizo clic en él. En un entorno offline, por el contrario, hay pocas posibilidades de medir el éxito o el fracaso de una campaña. En el dominio digital, es posible la evaluación continua: no solo se mide la tasa de clics de un determinado anuncio, sino también la tasa de conversión, que indica cuántas personas compraron el producto anunciado (Digital guide, 2023).

Obteniendo la capacidad de hacer cómodos los procesos tales como compras y ventas a distancia, ofertas des localizadas, búsqueda de proveedores e incluso la búsqueda de clientes. No obstante, la facilidad y practicidad son el factor más significativo de este proceso, ya que ayuda a las empresas a conocer a sus consumidores, a conocer a la competencia y a expandirse mediante estrategias.

Por lo anterior mencionado, se considera de suma importancia el marketing digital en los procesos de comercialización, siendo un pilar fundamental no solo para el incremento de las ventas, sino también para el posicionamiento y la imagen que quiere proyectar una empresa. Esto debido a que se encarga de que los posibles clientes o los mismos creen una perspectiva de la empresa, de sus servicios o productos para que estos puedan ser percibidos de la manera en que la empresa lo desee. Un claro ejemplo de esto, sería Coca-Cola, una empresa que es reconocida a nivel mundial por sus estrategias de marketing y por vender u ofrecer su producto como una experiencia que nos hace sentir en familia. Lo mismo pudimos percibir de la Pontificia Universidad Católica de Río de Janeiro- PUC quienes brindan una experiencia Premium dirigida a su público

objetivo o prioritario como lo llaman ellos, siendo dinámicos e innovadores y a su vez, priorizando la evolución de sus estudiantes para generar una experiencia agradable e inolvidable. Es por esto, que estas empresas se posicionan y se reconocen mundialmente no solo por sus productos, también por lo que logran transmitir, obteniendo una percepción sensorial y la experiencia que brindan.

El marketing digital ofrece múltiples beneficios y ventajas sobre el marketing tradicional; dentro de las más importantes encontramos que no requiere mucho dinero para ejecutarse. Por ejemplo, producir páginas web y administrar redes sociales es más económico que producir comerciales tradicionales, para lo cual, además de la producción, es necesario alquilar espacios en televisión, radio o medios impresos (Méndez, n.d.) y la forma de analizar resultados es mucho más tedioso, dado a que debe ser medido por el aumento de las ventas y ser comparado con la publicidad tangible entregada, algo que no pasaría en una campaña publicitaria digital. Esto seguido por la inversión que se requiere para cada uno de los procesos, en el marketing digital son mucho más económicas las campañas y los procesos que para el marketing tradicional, además del enorme alcance que nos ofrece el mundo de Internet. Además de que los sitios webs que representan una presencia en línea activa y visible las 24 horas del día. (Ventajas Del Marketing Digital Frente Al Tradicional - TRAZADA.) Además de reconocer que nos ofrece múltiples opciones con las que se puede trabajar fácilmente simplemente con tener acceso a internet. Considerando las amplias opciones con las que se puede trabajar en internet.

Una experiencia desde los sentidos

De Brasil pude percibir muchas cosas, pero más que percibir, aprendí. Gracias a la PUC— me quedó claro que el Marketing debe atraer, mantener y fidelizar para que los clientes se queden y recompen. Además, me quedó claro que debemos utilizar nuestras experiencias como compradores, de forma estratégica para fortalecer nuestra relación y aceptación a la hora de vender, ya que a pesar de que seamos o formemos parte de una empresa siempre seremos consumidores. Seguido de la forma de distinguir entre lo tradicional (que no es sinónimo de viejo) e innovación.

Seguido de las oportunidades que presenta el marketing en este país, el Doctor encargado de la ponencia, nos explicaba que las pautas pagadas y la publicidad se ha vuelto de fácil alcance debido a que el comercio eléctrico se encuentra en auge producto de las redes sociales y la Inteligencia artificial lo que el ponente clasificaba como el futuro de mundo, ya que en la actualidad se estima que el 80% de las personas de Brasil tienen presencia en línea en Redes sociales básicas como son Facebook, Instagram y la nueva Tik Tok. Por ende, Él nos hablaba de

las profesiones emergentes como serían programadores, digitalizadores, analistas e influencers, las cuales están estrechamente relacionadas a esta nueva era.

De este país también resalto el nacionalismo. En este caso Brasil tiene una historia en la cual lucha por su propia identidad además de tener varias luchas en las que han hecho que los habitantes aprecien su patrimonio cultural. Ellos valoran su diversidad cultural lo que ha generado sentido de pertenencia hacia su nación, además de contar con el apoyo del estado para difundir y fomentar el orgullo patrio con políticas culturales y educativas como lo son los festivales, la música, la literatura nacional y el deporte. (Reily, 2003)

En Colombia ha sido más difícil encontrar esa identidad, además de tener algunos factores que han sido influencia para que no tengamos el mismo grado de nacionalismo que Brasil. Por ejemplo, en el caso de la historia se han tenido demasiados conflictos internos y demás problemas de violencia que dificulta tener una identidad nacional fuerte. En tamaño Colombia es mucho menor que Brasil, esto pudo haber provocado una fragmentación en la cultura asimismo dejar a un lado y marginar a las comunidades indígenas y afro descendientes las cuales le dan una fuerte identidad al país. Por esto podemos decir que el nacionalismo es diferente en estos dos países gracias a diferentes aspectos y factores internos y no solo por uno.

Conclusiones

En conclusión, el marketing digital represente un papel de suma importancia para las empresas, la influencia en la toma de decisiones y en la percepción y experiencia de sus clientes, mejorando la aceptación de la empresa. Al incorporar actividades de mercadeo, crear atractivos y experiencia más beneficios para las empresa y consumidores, las empresas han facilitado sus procesos y han estado evolucionando e innovando con el fin de obtener cada vez más practicidad y facilidad en sus procesos. Sin embargo, es importante que sigan innovando y haciendo uso de las herramientas electrónicas que abaratan costos y generar impacto, garantizando accesibilidad y beneficios para el consumidor y el vendedor.

De esta forma, podemos analizar que el periplo internacional llevado a cabo por la universidad Santo Tomás, fue un gran interactivo que amplió las actividades prácticas y potenció el aprendizaje, debido a que alimentó el conocimiento de los estudiantes y participó activamente en el proceso de aprendizaje, creando un entorno de clase atractivo y memorable mejorando la experiencia y haciendo más probable que los estudiantes recuerden, aprendan y apliquen. Gracias a este enfoque innovador los estudiantes que asistimos logramos obtener una experiencia única,

donde se incorporamos actividades interactivas y prácticas, creando entornos de clase atractivos y adaptando la experiencia de aprendizaje a estudiantes la universidad Santo Tomás que nos brindó una experiencia de aprendizaje en áreas como el marketing.

Referencias

- American Marketing Association. (2023). What is Marketing? — The Definition of Marketing — AMA. <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>
- Digital guide. (2023). Marketing digital frente a marketing tradicional. <https://www.ionos.es/digitalguide/online-marketing/venderen-internet/marketing-digital-frente-a-marketing-tradicional/>
- Lorduy, J. (2021). Empresas que usan redes sociales para fortalecer su marca | Innovación. Diario El Portafolio. <https://www.portafolio.co/innovacion/empresas-que-usan-redessociales-para-fortalecer-su-marca-556637>
- Méndez, C. (s.f). Diferencias entre marketing digital y marketing tradicional. <https://inbound-marketing.xtresmedia.com/blog/conoce-5diferencias-entre-marketing-digital-y-marketing-tradicional>
- Mesquita, R. (2018). ¿Qué es Marketing? Definición, estrategias y ejemplos [2021]. <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-2/>
- Pinargote Montenegro, K. G. (2019, Enero 15). Importancia del Marketing en las empresas. <https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/38/40>
- Trazada Marketing. (s.f). Ventajas del marketing digital frente al tradicional. <https://trazada.com/ventajas-delmarketing-digital-frente-al-tradicional/>
- Agencia de Marketing Digital. (2018). Marketing Digital en Colombia: conoce su importancia. <https://www.simbolointeractivo.com/marketing-digital-en-colombia/>