MARKETING DIGITAL

ELIANA ANDREA BUSTOS
GIOVANY VALENCIA BONILLA
BRIAN VIEDMAN ORTIZ

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM
UNIDAD DE POSGRADOS Y EDUCACIÓN CONTINUA
CALI, VALLE DEL CAUCA
2017

MARKETING DIGITAL

TRABAJO PARCIAL COMO REQUISITO PARA OPCIÓN DE GRADO

ELIANA ANDREA BUSTOS
GIOVANY VALENCIA BONILLA
BRIAN VIEDMAN ORTIZ

PRESENTADO A
ANDRÉS FELÍPE OCHOA CUBILLOS
DIEGO JAVIER GÓMEZ CALDERÓN

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA- LUMEN GENTIUM
UNIDAD DE POSGRADOS Y EDUCACIÓN CONTINUA
CALI, VALLE DEL CAUCA
2017

DEDICATORIA

Dedicado a ti, que rompes la brecha del no saber en el momento en que decides querer saber, porque con tu entusiasmo de querer conocer impulsas a tu alma sobre los obstáculo de la ignorancia.

AGRADECIMIENTOS

Agradecidos con todos aquellos que dedicaron de su tiempo y decidieron compartir su conocimiento para disciplinar y hacer crecer poco a poco los cimientos de ésta sociedad, por medio de la más valiosa de sus cualidades como lo es su sabiduría y las ganas de instruir. También, desmesuradamente agradecidos por el amor y apoyo de esos grandiosos seres que hicieron posible que cada uno de nosotros lográramos llegar a esta etapa de la vida, que nos acerca a un mejor futuro. Gracias padre y Madre, gracias docentes y compañeros por hacer parte de éste camino.

MARKETING DIGITAL

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN....4
JUSTIFICACIÓN....4
1. MARKETING DIGITAL....4
1.2. CARACTERÍSTICAS DE IMPORTANCIA....5
1.3. MEDIOS DIGITALES....5
1.4. IMPACTO DEL MARKETING DIGITAL PARA LAS EMPRESAS....9
CONCLUSIONES....12
REFERENCIAS BIBLIOGRAFÍCAS....14

LISTADO DE ILUSTRACIONES

Figura 1. Marketing Digital 5
Figura 2. Muro Instagram El Mindo 7
Figura 3. Muro Instagram La Segura 7
Figura 4. Historia Instagram El Mindo 7
Figura 5. Historia Instagram La Segura 8
Figura 6 Instagram Surtimoviles 11
Figura 7 Instagram Surtimoviles 12

MARKETING DIGITAL

Eliana Andrea bustos **Giovany valencia B.**

E-mail: eliandrebue@hotmail.com ***E-mail:*** **giovany-valencia@hotmail.com**

Brian Viedman Ortiz

E-mail: brianviedman-ortiz@hotmail.com

RESUMEN

El presente artículo tiene como objetivo identificar el impacto de un importante auge y su revolución en el Marketing del siglo XXI, dando a conocer cuáles son las tendencias, sus estrategias, objetivos, entre otros, los cuales permitan conocer los factores eficientes del marketing Digital como herramienta del mercadeo en el siglo XXI.

Además, para realizar el análisis del impacto del marketing digital en las empresas, se investigaron campañas que influenciadores realizaron con distintos entes económicos, observan al tráfico y el número de seguidores en las redes sociales de cada una estas antes y después de la campaña.

Palabras claves:

Marketing, Digital, web 2.0, Medios Digitales.

ABSTRACT

This article has as purpose show the impact of an important zenit and its revolution in Marketing of the 21st century, giving them know the trends, strategies, objectives, among others, which allow us to know the most efficient marketing factors Digital as a marketing tool in the 21st century.

In addition, to carry out the analysis of the impact of digital marketing on companies, campaigns were investigated that influenced with different economic entities, observe the traffic and the number of followers in the social networks of each one these before and after the campaign.

Keywords:

Marketing, Digital, web 2.0, Digital Media.

INTRODUCCIÓN

En pleno siglo XXI es imposible no fijarse que los medios de comunicación han trascendido, y que la revolución de las típicas formas de promocionar un producto, también. Es por esto que en la actualidad, los acontecimientos revolucionarios de la comunicación hacen un profundo llamado de interés a la publicidad, para sujetar y enlazar sus mejores atributos y así escalar esa cúspide tan importante de una economía, mediante el llamado Marketing Digital.

El Marketing Digital es una de las nuevas formas de comunicación para la publicidad en redes sociales. En la última década las empresas de comunicación y las empresas de publicidad han experimentado inmensurables cambios a su favor debido que la expansión de las herramientas de internet son sumamente útiles, necesarias, desarrollables y sobre todo, de bajos costos.

También, para entender un poco más del por qué el marketing digital es una herramienta potencial, es porque hoy en día las redes sociales son esa materia prima abundante, esperando ser explotada. Pues las redes sociales son magníficas a la hora de interactuar con otras personas y por supuesto, con empresas.

JUSTIFICACIÓN

La presente investigación acerca del Marketing Digital, se realiza con el objetivo de identificar como es el impacto que tiene sobre las empresas, utilizarlo como estrategia, teniendo en cuenta que es un nuevo tipo de mercadeo, basado en los medios digitales, especialmente en redes sociales y publicidad por influenciadores digitales.

Así pues, se muestra quienes son los influenciadores digitales y cuál es su papel en el Marketing Digital. Además, se pretende analizar cuál ha sido el resultado para las empresas que utilizan este medio para promocionar su marca, mostrando el impacto en sus redes sociales, y la respuesta de los seguidores ante la publicidad realizada por el influenciador.

Por otro lado, esta investigación, permite comprender una nueva tendencia, que es la de convertirse en una figura pública, por la cantidad de seguidores que se tenga, además de cómo esto le ha permitido a muchas personas generar una fuente de ingresos.

1. MARKETING DIGITAL

En la actualidad, existe una forma de hacer mercadeo, llamada el marketing digital, que *"es la aplicación de las estrategias de comercialización llevadas a cabo en los medios digitales"* (MDMarketingDigital, 2015, p. 1), gracias a este, se puede comunicar y compartir la información en tiempo real a través de todo el mundo, también, surge como un nuevo medio_para realizar estrategias publicitarias, en las que se pueden medir el impacto que tienen en los usuarios.

1.2. CARACTERÍSTICAS DE IMPORTANCIA

Es necesario conocer cuáles son las características de importancia del marketing Digital para poder ser objetivo y para ello se debe conocer las raíces del mercadeo.

Se sabe que desde tiempos remotos las necesidades han existido, y seguirán existiendo siempre que el hombre se encuentre en una evolución constante. A partir de esto, surge el mercadeo primitivo, el intercambio de bienes de hombre a hombre, como una necesidad y con el transcurso del tiempo ese intercambio fue evolucionando hasta el surgimiento de un comercio volviéndose una de las actividades más importantes de la economía de un país.

Analizando el desarrollo de herramientas de éstas nuevas generaciones, se manifiesta que el mercadeo es un *"proceso mediante el cual, individuos obtienen lo que más desean"* (Kotler, 2001, pá. 5) y así es como el intercambio de bienes se vuelve una actividad de importancia en la sociedad y busca un desarrollo constante para su propia economía. Pues a raíz de lo anterior, se manifiestan un gran número de actividades relacionadas con el intercambio de bienes para el mejoramiento de una economía tanto personal como la de un país y es así como el Marketing Digital va surgiendo a medida que los años transcurren y las actividades de intercambio evolucionan como una herramienta del mercadeo.

Por otro lado, el Marketing Digital, funciona a través de los medios digitales, como por ejemplo Facebook, Twittter, Snapchat, YouTube y actualmente la red social con más interacción en el mundo, Instagram (

Figura 1).

Figura 1. Marketing Digital
Fuente: (Enciclopedia Web, 2017, p. 1)

1.3. MEDIOS DIGITALES

La expansión del internet es constante, y su respectivo desarrollo para las comunicaciones también. Las

empresas invierten cada vez más en moderados presupuestos para los espacios publicitarios en infinidades páginas de internet, pues los empresarios han determinado que las estrategias de mercadeo en los diferentes medios digitales son más efectivos y hay una relación más cercana con el público, donde la oportunidad se da por medio de una interacción, donde la empresa pueda hacer preguntas y los usuarios deciden responderlas por medio de comentarios, mensajes por interno, entre otras formas de interactuar por ese medio, y esta publicidad se hace con el fin de conocer que le gusta a sus clientes, que es lo que más les interesa, y así poder mejorar los aspectos más relevantes para ellos, igualmente esto sirve como base para realizar un análisis de mercado más profundo, al conocer la opinión del cliente de forma directa.

Por otro lado, el internet y los medios digitales son una cadena beneficios entre sí, cada uno genera rentabilidad al otro, pues para costos de publicidad se representan en costos más bajos que la publicidad masiva y además genera costos mucho más bajos.

Las nuevas tecnologías de información y comunicación ejecutan un papel muy importante en los nuevos tipos de ventas empresariales, personales e industriales, porque permiten desarrollar actividades de comunicación interactivas. Por otro lado se ha desarrollado una nueva forma de comercialización que ha manifestado resultados favorables, cuando hay ausencia de establecimientos físicos, que es el mercadeo por redes sociales.

Finalmente, la publicidad en estos medio es más efectiva cuando solo so se hace por medio de publicaciones de piezas publicitarias o mensajes en redes sociales creados y difundidos por la misma empresa que quiere comunicarle al público los servicios y productos que ofrece, sino que se realiza mediante uno o varios influenciadores de estos medios, es decir, aquella persona que "*genera información de productos, servicios o, gracias al fenómeno de las redes sociales, de cualquier tema de actualidad, y tienen una influencia sobre quienes le siguen"* (MarketingDirecto, 2016, p. 1).

1.3.1. Influenciador de medios digitales

Con el boom de las redes sociales, nació una nueva profesión y una nueva clase de figuras públicas, los influenciadores, dado la gran acogida a nivel mundial que han tenido las redes.

Los influenciadores, son personas que se dedican a subir contenido en las redes de una manera constante, y la periodicidad depende de la red social en la que lo suben, por ejemplo, en YouTube, debido a que los videos tienen una duración mayor a 6 minutos generalmente, estos suben videos cada 8 o 15 días, en Instagram como el tiempo permitido es de 59 segundos por video, el influenciador tiende a publicar a diario, ya sea por medio de su muro, en el que si se dese dejar el

contenido, este puede quedarse allí toda la vida, o por medio de historias, que se borraran a las 24 horas de ser publicadas, estos dos tipos de publicación, se pueden apreciar en Figura 2, Figura 3, Figura 4 y 5.

Figura 2. Muro Instagram El Mindo
Fuente: (El Mindo, 2017, p. 1)

Figura 3. Muro Instagram La Segura
Fuente: (La Segura, 2017, p. 1)

Figura 4. Historia Instagram El Mindo
Fuente: (El Mindo, 2017, p. 1)

Figura 5. Historia Instagram La Segura
Fuente: (La Segura, 2017, p. 1)

Gracias al reconocimiento que han adquirido en redes sociales, y la gran cantidad de usuarios que los siguen en sus perfiles y que a diario comentan su contenido, los influenciadores se han convertido en el foco de las empresas, no solo en Colombia, sino a nivel mundial. Esta afirmación, se soporta en que, *"un 65% de los profesionales de la moda y el retail implementaron campañas con influencers el pasado 2016"* (MDMarketingDirecto, 2016, párr. 2) y gracias este impacto se realizó una investigación en la que *"un 84% de los encuestados dijo que las acciones con líderes de opinión en 2016 habían sido efectivas para obtener una mayor visibilidad"* (MDMarketingDirecto, 2016, párr. 4), lo que muestra que en la actualidad la publicidad en redes sociales con influenciadores, está siendo muy apetecida por las empresas.

Así, al observar un poco más de cerca esta tendencia y esta nueva profesión, están los más infleunciadores de la ciudad de Cali, Armando Ortiz, que tiene por nombre artístico El Mindo y Natalia segura, que tiene por nombre artístico La Segura.

Entonces, El Mindo es un influenciador que cuenta actualmente con 580.000 seguidores, y que en su trayectoria de casi 4 años ya ha trabajado con empresas de gran reconocimiento como Uber, Chevrolet, Berna, Olmeca, Lolas, Be Fitness, entre otras. Por otro lado, está La Segura, con 390.000 seguidores en Instagram y 380.000 en Facebook, esta influenciadora apenas va a cumplir su primer año como figura pública, y pese a su corto tiempo ya ha trabajado con empresas importantes como Casa Victoria, Uber, Swing Latino, MargieSteic, La Boutique Cali, Element Black, Lp Fitness, FlatummyTea, Pazcific Water SAS, Providan, entre otras. La trayectoria de ambos, muestra que son muchas las empresas interesadas en este nuevo tipo de mercadeo, y no solo microempresas, sino también organizaciones que son reconocidas a nivel internacional.

Por otra parte, el que este nuevo fenómeno del mercadeo este siendo tan aceptado, muestra su afectividad, además, porque el tipo de publicidad que se maneja generalmente es la de marca indirecta, dado que en los videos el influenciador no promociona la marca de manera convencional, sino que realiza una foto o un video con su contenido cotidiano, manejando el tema

por el que se caracteriza, ya sea comedia, vivencias personales, consejos, etc., y muestra la marca como parte de este, pero sin ofrecerlo al público, simplemente se hace la mención de la empresa en el comentario principal de la publicación y los seguidores se desean pueden interactuar con las redes sociales de dicha entidad.

1.4. IMPACTO DEL MARKETING DIGITAL PARA LAS EMPRESAS

Como se mostró en el punto anterior, son muchas las empresas que ha hecho uso de este nuevo tipo de mercadeo, desde las grandes hasta pequeñas empresas, por lo que se mostrara cual ha sido el impacto y los beneficios que trajeron este tipo de estrategias para cada empresa.

1.4.1. Grandes empresas

Uber

Uber es una empresa "*internacional que proporciona a sus clientes una red de transporte privado, a través de su software de aplicación móvil, que conecta los pasajeros con los conductores de vehículos registrados en su servicio, que ofrecen un servicio de transporte a particulares"* (Camposanto, 2016, p. 2), entonces, al ser una aplicación, es una empresa que nació en los medios digitales, y que opera gracias a estos, por tanto, ha basado su estrategia publicitaria totalmente en el Marketing Digital, todo el fin de generar en el mercado una recordación de marca, pautando en aplicaciones y páginas web de diferentes organizaciones por medio de Banners, en algunas redes sociales por medio de la promoción de códigos, al regalarle al usuario su primer viaje gratis, códigos que llevan el nombre o que son elegidos por la persona que los promociona como en el caso de los influenciadores y patrocinado eventos también con viajes gratis, siempre y cuando el evento tenga mucho movimiento en redes como por ejemplo en la ciudad de Cali con SINERGIA, los LIVING CONCIERTOS, el SALSODROMO, etc.

Así, una estrategia muy directa que Uber utilizo para llegar a los usuarios, fue cuando contrato los servicios del influenciador El Mindo, quien promoción un código para conductores y otro para pasajeros, donde a los segundos se les obsequiaba un viaje gratis. La forma en que se comunicó cada mensaje, por medio de este tipo de Marketing Digital al público fue muy creativa y amplia, porque no solo se hicieron algunas historias en Instagram, sino también algunos videos que aún tienen la mención de la compañía, y que están para siempre en las redes, y todo esto se transmitió de manera indirecta, y esto se puede apreciar en el texto escrito por el Mindo en su muro de Facebook e Instagram, "*Ya viste pues! Lo que hay que hacer es poner a trabajar el carrito y hacer Billete. Uber es una muy buena opción para tener plática adicional... Para invitar la novia a cine, para salir de fiesta en diciembre y hasta pa' conocer gente. Lo mejor de todo es que sos tu propio jefe"* (Ortiz, 2016, p. 1).

Por otro lado, Uber utiliza las aplicaciones que la gente más descarga tanto en Google Play, en Apps Store, para hacer publicidad, al colocar Banners en cada una, que generalmente aparecen en la parte superior o inferior de la pantalla, y que no pueden cerrarse.

En conclusión, el impacto que ha tenido en el mercado este tipo publicidad para la empresa Uber, ha sido muy fuerte, dado que actualmente Uber se encuentra en muchos países en mundo, en casi todas las ciudades de Colombia, y es utilizado por una gran parte de la población caleña, esto porque al tener una publicidad masiva en medios digitales, se ha generado una recordación de marca, llegando al objetivo principal que es el voz a voz, dado que quien ve la publicidad la recuerda, y quienes han vivido la experiencia, transmiten que Uber es una aplicación que presta un servicio, sino que también tiene diferentes valores agregados para consentir al cliente, como lo son los viajes gratis, las tarifas bajas, la comisión que le dan a los conductores por traer a un nuevo conductor a trabajar en Uber, pero en especial la atención que los conductores le dan a los usuarios.

Chevrolet

Chevrolet es *"una marca de automóviles y camiones con sede en Estados Unidos perteneciente al grupo General Motors*" (GeneralMotors, 2017, p. 1). En Colombia, más específicamente en la ciudad de Cali, en el año 2015, se realizó una estrategia publicitaria en medios digitales, específicamente en redes sociales, que fue protagonizada por El Mindo, quien realizo historias y al menos 5 videos en su página, con el objetivo de que sus seguidores pensaran que él prefería esta marca, y por un tiempo este influenciador se convirtió en la cara de esta empresa principalmente en la ciudad de Cali, sin embargo, una parte muy importante de esta estrategia, fue que Chevrolet, para medir el impacto en el público, hizo que El Mindo realizara una campaña, en la que invitaba a sus seguidores a ingresar en la página www.travesiadecaleño.com, y contar cual la travesía más difícil por la que tuvieron que pasar por no tener carro, esto permitió observar que más de 150.000 personas ingresaron a contar sus experiencias, por lo que el impacto fue muy alto, por esta razón al finalizar la compaña, Chevrolet aun decidió mantener la página con este nuevo dominio, pero ahora quien ingrese, debe llenar sus datos y elegir sobre qué modelo de carro quiere información, para que posteriormente un vendedor lo contacte.

1.4.2. Medianas empresas

Pazcific Water SAS

Pazcific Water SAS, es una empresa embotelladora de agua, que fue fundada en la ciudad de Cali, esta empresa, actualmente realiza una estrategia de Marketing Digital con influenciadores de redes sociales, como lo son Lina Fitness, actual campeona Sudamericana de Cuerpo y Figura, el Negro Dinas, presentador del

programada de deportes de Telepacífico, Angelita Hera, modelo Fitness, Ana España, modelo Fitness y La Segura, la mejor influenciadora de Cali. Entonces, para mostrar su marca de gua principal Agua76, cada influenciador, sube fotos y videos en los que se etiqueta el Instagram de la empresa, y gracias este tipo de Marketing, al impacto en su mercado ha sido fuerte, dado que actualmente la marca Agua76, se encuentra en muchos gimnasios en Cali, pero en especial es lo más grandes y reconocidos de la ciudad, como lo son Ángeles Gym, Lp Fitness, World Fitness Gym, entre otros. Igualmente, está en establecimientos reconocidos en la ciudad, como Lolas, la Hija del Canastero, discoteca La Clave, etc. Finalmente, cada año es la marca de Agua Oficial de la feria, siendo la única que tiene la venta permitida.

1.4.3. Pequeñas empresas

Surtimoviles

Surtimoviles, es una microempresa en Cali, que se dedica a la venta y comercialización de celulares en la ciudad de Cali, actualmente está realizando una estrategia en medios digítales, con la influenciadora La Segura, en la que se realizó un video de contenido cotidiano, pero que en el comentario principal Natalia Segura publicó un concurso ideado por el manager, la empresa en cuestión y ella, en el que se deben seguir una serie de pasos para participar en la rifa de un celular Samsung J2 Prime, esto se realizó con el fin de que los seguidores conocieran la empresa y siguieran en Instagram la página de Surtimoviles, el impacto que ha tenido hasta hoy ha sido muy alto, teniendo en cuenta que el concurso se lanzó el 7 de abril de 2017, dado que el Instagram de la empresa, paso de tener 1823 seguidores, a tener hoy 10 de abril de 2017, 3.746 seguidores, lo que muestra que la interacción de la página de influenciadora es alta, puesto que logro que cantidad de usuarios que seguía a Surtimoviles, incrementara en más del doble.

Lo anterior, se puede apreciar en las Figura 6 y Figura 7.

Figura 6 Instagram Surtimoviles
Fuente: (Surtimoviles, 2017, p. 1)

Figura 7 Instagram Surtimoviles
Fuente: (Surtimoviles, 2017, p. 1)

CONCLUSIONES

El Marketing Digital, es una excelente oportunidad para las empresas, dado que las redes sociales son una nueva tendencia mundial, que por estar en Web, pueden ser vistas por cualquier persona en el mundo que tenga la facilidad de acceder a internet.

Así mismo, este nuevo tipo de mercadeo, permite que las empresas hagan una publicidad constante a un costo muy bajo, porque el acceso a redes sociales es gratuito, y la opción de publicidad que ofrecen estas para difundir la página de la empresa y llegar a un mercado específico es a un costo asequible.

Por otro, gracias a los influenciadores la publicidad en estos medios, ha podido llegar a los usuarios de una manera más directa, teniendo en cuenta que muchos se sienten identificados con estos y ver las publicaciones, el contenido realizado por estos a diario, se vuelve algo casi indispensable.

Finalmente, el Marketing Digital, es el mercadeo del futuro, puesto que los medios impresos tienen una tendencia a desaparecer con los años, así como el medio de comunicación como la televisión, que actualmente también está siendo reemplazada por los medios digitales, entonces, el foco de las empresa en la actualidad está en los medios digitales, porque la publicidad se hace de una manera más directa, y llega al público que desea, ofreciendo la ventaja de que todos el impacto que tiene en el público se puede medir gracias a las estadísticas que estas ofrecen, siendo una fuente mucho más segura y confiable que cualquier otro medio de comunicación.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFÍCAS

Camposanto, R. (2016). *Fundamentos de Programación.* Recuperado 10 de abril de 2017, a partir de https://www.dspace.espol.edu.ec/retrieve/93993/EXA-2016-1S-FUNDAMENTOS%20DE%20PROGRAMACIÓN-22-1Par.pdf

Enciclopedia Web, R. (2017). *Marketing Digital [Foto].* Recuperado 03 de abril de 2017, a partir de https://encrypted-tbn2.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcREZ0tz-3Y8Q2i7S6oIc3UjLIKPSp4zqa7KOdqEDX8fvqttW3mCmw

General Motors Corp. (2017). *General Motors Corp.* Recuperado 10 de abril de 2017, a partir de http://www.chevrolet.com.co/mundo-chevrolet/general-motors/empresa-colmotores.html

Klotter, P. (2001). *Definición de Maeketing.* Recuperado 07 de abril de 2017, a partir de http://www.marketing-free.com/marketing/definicion-marketing.html

Marketing Digital. (2016). *Marketing Digital.* Recuperado 08 de abril de 2017, a partir de http://www.mdmarketingdigital.com/que-es-el-marketing-digital.php

Marketing Directo. (2016). *Influenciadores.* Recuperado 07 de abril de 2017, a partir de https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/influenciadores

Ortiz, A. (2015). *A trabajar el carrito y a hacer billete.* Recuperado 10 de abril de 2017, a partir de https://www.uber.com/info/drive/colombia/mindo/

Ortiz, A. (2017). *Historia Instagram El Mindo.* Recuperado 07 de abril de 2017, a partir de https://www.instagram.com/el_mindo/

Ortiz, A. (2017). *Muro Instagram El Mindo.* Recuperado 07 de abril de 2017, a partir de https://www.instagram.com/el_mindo

Segura, N. (2017). *Historia Instagram La Segura [Foto].* Recuperado 07 de abril de 2017, a partir de https://www.instagram.com/la_segura/

Segura, N. (2017). *Muro Instagram La Segura [Foto].* Recuperado 07 de abril de 2017, a partir de https://www.instagram.com/la_segura/

Surtimoviles. (2017). *Instagram Sutimoviles [Foto].* Recuperado 07 de abril de 2017, a partir de https://www.instagram.com/surtimoviles/

Surtimoviles. (2017). *Instagram Sutimoviles [Foto].* Recuperado 10 de abril de 2017, a partir de https://www.instagram.com/surtimoviles/u