

¿Cómo citar este artículo?

Palacio Cuero, M. (julio – diciembre, 2021). Uso Del Marketing Digital En La industria textil colombiana. *Revista Reflexiones y Saberes*, (15), 17 - 23

Uso del marketing digital en la industria textil colombiana

Use of digital marketing in the Colombian textile industry

Maritza Palacio Cuero

Estudiante Contaduría

Fundación Universitaria Católica del Norte

E-mail: maritzaguapi@hotmail.com

Resumen.

Las crisis económicas han presionado a las empresas textiles a crear nuevas estrategias de trabajo para reinventarse y no decaer económicamente. Debido a esto, estas empresas han identificado en la tecnología y el marketing digital una nueva oportunidad de negocio, no solo que permite enfrentar las crisis, sino que impulsa el crecimiento empresarial sin tener que invertir de más.

Palabras clave: Crisis, Estrategias, Marketing, Tecnología, Textil.

Abstract.

Economic crises have pressured textile companies to create new work strategies to reinvent themselves and not to decline economically. Because of this, these companies have identified in technology and digital marketing a new business opportunity, not only to face the crisis, but also to boost business growth without having to over-invest.

Keywords: Crisis, Strategies, Marketing, Technology, Textile

Introducción

Las empresas colombianas trabajan cada día por alcanzar exitosamente los objetivos planeados, y para ello es muy importante innovar de manera frecuente los procesos y políticas administrativas que vienen desarrollando a través del tiempo, Argudo (2017) expresa en su artículo que, “La **innovación empresarial** es el motor que mueve el sector económico y permite el crecimiento de los negocios hasta límites insospechados” (pág.1). Lo anterior, permite que el proceso de crecimiento de las empresas sea de manera simultánea con los avances tecnológicos y los cambios económicos del país. Todas las empresas, independiente de su sector económico, se han visto afectadas por las diferentes crisis económicas. Uno de esos sectores, es el sector textil el cual se paralizó en gran porcentaje a raíz de la crisis del Covid 19. Y, aunque el marketing digital ya existía, a raíz de esta crisis económica las empresas, en especial las manufactureras y almacenes de venta, se vieron obligados a reforzar la estrategia de comercialización online, como solución para no decaer económicamente, y exponerse a la posibilidad de enterrar años de esfuerzo y dedicación.

Una estrategia para fortalecer las empresas minimizando costos y gastos es la implementación del marketing digital, ya que por medio de este, se pueden llegar a innumerables lugares sin necesidad de desplazarse o crear centros físicos, estrategia que permite no solo darse a conocer de manera amplia, sino tener a sus clientes y público en general actualizados en todo momento de sus nuevas tendencias en servicios o productos sin importar en que parte del mundo se encuentren, y por supuesto minimizar gastos de administración.

El Marketing Digital tiene un gran impacto en el sector económico y empresarial, ya que gran porcentaje de los consumidores tienen acceso a internet y a los diferentes medios de comunicación en los cuales se informan de diferentes temas de interés, entre ellos donde y como hacer compras online, obteniendo productos visiblemente agradables, pero a precios ajustados a la economía de su bolsillo. Respecto a lo anterior, Peña (2020) expresa en su artículo, “Para cualquier empresa y empresario el tiempo es oro y la ganancia es su meta” (...), (pág.1), y para lograr esto recomienda implementar 5 estrategias para mejorar la productividad; Entre ellas, adaptar las actividades de las empresas a los entornos digitales, “Con la nueva cultura digital, da igual que seas una empresa de uno o muchos empleados o que lleves tiempo en el mercado, es imprescindible que adaptes el funcionamiento de tu negocio al nuevo entorno digital” (pág.14). Este ensayo busca identificar que impacto tiene el uso del marketing digital frente al fortalecimiento financiero, enfocándonos específicamente al resurgir empresarial por medio de un avance tecnológico que no solo permita crecer de manera virtual, sino minimizando grandes gastos de administración.

Desarrollo

Las diferentes empresas que pertenecen al sector textil están enfocadas en complacer en todo lo relacionado con vestuarios y hogar a miles de personas, de diferentes segmentos de mercado y diversas clases económicas. Por ello, es de vital importancia el relacionamiento y la efectividad con la que se impacte a todos y cada uno de estos públicos. Por otro lado, la industria textil colombiana en sus incontables años en el mercado ha atravesado por diferentes etapas de cambio debido a las crisis económicas, al crecimiento social y a los diversos avances

tecnológicos. Litman (2016) expresa en su artículo, “Colombia cuenta con una de las industrias textiles más antiguas del continente. La historia empezó a escribirse en pequeños talleres y comercios hacia 1870” (...), (pág.1), en esta época inicia una de las empresas mas grandes y exitosas que hasta hace poco ocupó un alto nivel económico en el sector textil. Sin embargo, esta empresa al igual que todas las de la industria textil se ha visto fuertemente perjudicada por las crisis económicas que atraviesa el país y el mundo entero. Motivo por el cual, la innovación y el reinventarse financiera y económicamente pasó de ser un enfoque a una total necesidad, esto con el fin de asegurar la solvencia económica y por supuesto la captación de nuevos recursos financieros.

Aunque, es indispensable que las empresas estén en alerta constante en cuanto a supervisión y gestión de los recursos económicos existentes, ya que en ocasiones el afán por captar nuevos recursos conlleva a descuidar los que ya se poseen. Para ello, Aparisi (2018) comparte en su artículo lo siguiente: “Las tareas dentro de esta área se enfocan en la gestión la supervisión de los recursos económicos y financieros para trabajar con la mayor seguridad posible, la administración y los costes” (...), y por supuesto. “el diseño de las estrategias financieras de la empresa, así como su seguimiento, la coordinación en las labores de contabilidad, la optimización de los recursos económicos, y, en definitiva, una gestión de calidad”. (pág.1).

Así mismo, aunque el marketing digital ya existía desde años anteriores, siglos tras siglos la industria textil fue evolucionando de manera positiva gracias a esta estrategia, convirtiéndose hoy en día en una actividad económica de gran reconocimiento. Para ello, Mesquita (2020) comparte en su artículo, “Marketing es la ciencia y el arte de explorar, crear y entregar valor para satisfacer necesidades de un mercado objetivo con lucro”, por otro lado, “El marketing identifica necesidades y deseos no realizados. Define, mide y cuantifica el tamaño del mercado identificado y el lucro potencial” (pág.1). Una motivación para impulsar esta industria colombiana, son las características que posee nuestro país. Características tales como diversos paisajes, culturas, variedad de alimentos y la pujanza de las personas. Estas características han motivo a muchas persona y empresas extranjeras a querer conocer a Colombia, a crear empresa y a concretar acuerdos de exportación. Acuerdos que impactan significativamente el crecimiento financiero de esta industria.

De acuerdo con la implementación de una estrategia digital, las empresas textiles ganaran en, tiempo, optimización de recursos y la gran ventaja de venderse en tiempo real logrando con todo esto un crecimiento empresarial que asegurará numerosas ganancias económicas. Sánchez (2020) expresa en su artículo lo siguiente acerca de la importancia del marketing digital para las empresas: “El marketing digital ayuda a orientar a las empresas hacia un público objetivo. Hoy día no se puede permanecer ajenos al mercado, los especialistas de marketing deben ser capaces de entender qué es lo que dice el mercado o entorno del mercado conocido como macroentorno” (pág.6). Por lo que se concluye que el marketing digital ayuda a crear lazos de relacionamiento y captación de grandes clientes en diferentes mercados.

El Marketing Digital impulsará a las empresas textiles a innovar en sus productos y/o servicios, en la estrategia con la que distribuyen la información por medio de plataformas, redes sociales, permitiéndole a los clientes y usuarios tener información rápida, fácil y actualizada. Así lo expresa Seisdedos, (2016) en su artículo, “La revolución digital está espoleando el impacto del marketing y de la inversión publicitaria en la gestión, al monitorizar la información para segmentar mercados y permitir estrategias atendiendo al ciclo de vida del cliente”, esto con el propósito de: “obtener un mejor ROI de las campañas” (pág.1). Todo esto concluye que una oportunidad de estrategia para fortalecer la economía es la implementación del marketing digital, y todo lo que dé él se puede explotar. Esto se logra, evaluando cuáles son los objetivos de la empresa y explorando aquellas oportunidades que ayuden a la empresa a avanzar al paso de la tecnología y de esta estrategia del marketing digital.

Conclusiones

En el sector textiles es primordial darse a conocer y por supuesto mantener a su público objetivo y en general actualizado de las nuevas tendencias que se lanzan, y de la variedad que se está ofertando de acuerdo con las programaciones sociales.

Esto, conlleva a un impacto económico mediante la impresión y la visualización social. Así lo expresa Pérez & Gardey (2018) en su artículo, “La idea de impacto económico, en este marco,

alude al efecto que una medida, una acción o un anuncio generan en la economía”, y, “Cuando algo tiene impacto económico, provoca consecuencias en la situación económica de una persona, una comunidad, una región, un país o el mundo” (pág.2). Todo lo anterior, ayuda a un crecimiento financiero y así lo expresa Theflashco (2021), “Las disciplinas tradicionales del marketing como son la gestión de la cartera de productos, las estrategias de precio o el diseño de modelos de comercialización efectivos, siguen siendo fundamentales para impulsar las estrategias de crecimiento” (pág.2).

Adicional a lo anterior, es primordial que las empresas incluyan en sus servicios valores agregados no tanto de beneficios económicos, sino en la experiencia que se entrega y el acompañamiento de principio a fin. ¿Qué persona no reacciona positivamente a los valores agregados que ofrece una empresa?, Por ello, cuando se habla de un fortalecimiento empresarial por medio del marketing digital, se debe tener en cuenta que esta estrategia buscará llegar a muchos lugares del mundo por medio de las redes, pero lo que realmente la hará exitosa es como se estudia y se planea lo que allí se va a mostrar y la experiencia que se le brindará a los diferentes clientes.

Referencias

- Aparisi, M. (2018). La gestión y la supervisión de los recursos financieros en la empresa. Obtenido de: <https://www.docunecta.com/blog/la-gestion-y-la-supervision-de-los-recursos-financieros-en-la-empresa>.
- Argudo, C. (22 de 09 de 2017). La innovación empresarial. Obtenido de: <https://www.emprendepyme.net/innovacion>.

Litman, T. G. (22 de 04 de 2016). Industria textil en Colombia: 150 años de historia. Obtenido de <https://pe.fashionnetwork.com/news/Industria-textil-en-colombia-150-anos-de-historia,685234.html>.

Mesquita, R. ¿Qué es el marketing? Obtenido de: <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-2/>.

Peña, L. (21 de 10 de 2020). 5 estrategias para mejorar la productividad en el trabajo. Obtenido de: <https://www.billin.net/blog/cinco-estrategias-para-mejorar-la-productividad-en-tu-empresa/>.

Pérez, J. & Gardey A. Definición de Impacto económico. Obtenido de: <https://definicion.de/impacto-economico/>.

Sánchez, W. (2020). Importancia del marketing digital para las empresas. Obtenido de: <https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-el-marketing-digital/>.

Seisdedos, G. (2016). Márketing digital: rentabilidad e impacto en la gestión. Obtenido de: <https://www.ie.edu/insights/es/articulos/marketing-digital-rentabilidad-e-impacto-en-la-gestion/>.

Theflashco (2021). Digitalizar el marketing: base para aumentar los Obtenido de: <https://theflashco.com/digitalizar-el-marketing-base-para-aumentar-los-ingresos/.ingresos>.