

# Implementación del marketing digital en las pequeñas empresas comercializadoras de muebles en la ciudad de Sincelejo

## Implementation of digital marketing in small trading companies of furniture in the city of Sincelejo.

Evert de Jesus Paternina Solórzano <sup>1</sup>, Amparo Vanessa Fuentes Barraza<sup>2</sup>, Anyi Buelvas Arroyo<sup>2</sup>,  
Brenda Sarco Rodríguez<sup>2</sup>, Andrés Caballero Arroyo <sup>2</sup>.

<sup>1</sup>Instructor, Sena Regional Sucre, <sup>2</sup>Aprendices del programa de Tecnología en Gestión Administrativa.

Contacto: E-mail: epaterninas@sena.edu.co

El marketing digital  
permite maximizar  
las opciones de  
comercialización de  
bienes y servicios al  
pequeño  
empresario,  
incorporando  
nuevas formas  
competitivas de  
interacción espacio-  
tiempo y de  
intercambio  
proveedor-cliente,  
con las ventajas que  
ello implica:  
Fidelidad de los  
clientes, Compras  
repetitivas y la  
garantía de  
expansión hacia  
nuevos mercados.

### Resumen

La implementación de estrategias de marketing digital en las pequeñas empresas del sector comercial e industrial de la fabricación de muebles en el municipio de Sincelejo, le permitirá a dichas empresas alcanzar una mayor visibilidad entre proveedores y clientes. Actualmente estas pequeñas empresas realizan su marketing a través de medios tradicionales, como publicidad impresa y voz a voz, debido a la falta de recursos, poca inversión y escaso conocimiento de estrategias de marketing digital. El presente trabajo busca hacer énfasis en los cambios introducidos en las decisiones de compra de los consumidores por el uso de las TIC con el objetivo de diseñar e implementar estrategias de marketing digital, mejorando la eficiencia de los procesos de comercialización una relación gana-gana entre los agentes del mercado.

**Palabras clave:** Plataformas digitales, marketing, internet, muebles, madera, comercial

### Abstract

The implementation of digital marketing strategies in small companies in the commercial and industrial furniture manufacturing sector in the municipality of Sincelejo, will allow these companies to achieve greater visibility among suppliers and customers. Currently, these small companies advertise through traditional means, such as print advertising and voice-to-speech, due to the lack of resources, little investment and little knowledge of digital advertising strategies. This paper seeks to emphasize the changes introduced in consumer purchasing decisions by the use of ICT in order to design and implement digital marketing strategies, improving the efficiency of marketing processes, a win-win relationship between market agents.

**Key words:** Digital platforms, marketing, internet, furniture, wood, commercial



## **Introducción**

Los medios digitales han pasado a formar parte de la vida diaria de los consumidores, los usuarios no sólo utilizan internet para trabajar o entretenerse, sino también para resolver cualquier tipo de duda, incluidos los negocios. Toda la información existente alrededor de una marca, hará que el usuario esté más o menos dispuesto a convertirse en consumidor, por lo tanto, una estrategia de marketing digital será indispensable para mejorar la imagen de la marca y aumentar su visibilidad.

Se busca que las pequeñas empresas del sector comercial maderero puedan complementar su forma de comercializar, implementando estrategias de marketing digital enfocadas a la publicidad y promoción de los bienes muebles, utilizando plataformas digitales como: Páginas web, redes sociales y blogs de ventas que permitan llegar a los consumidores potenciales en conjunto, logrando adaptarse al mercado local, nacional e internacional.

Para la propuesta se ha considerado el paradigma socio-crítico, con un enfoque mixto de investigación, de tipo descriptivo-explicativo y de intervención, sobre la población de pequeños empresarios comercializadores de muebles del municipio de Sincelejo.

Actualmente las pequeñas empresas luchan por permanecer en el mercado, debido a que el entorno y los consumidores son cada vez más exigentes. Esta propuesta está referida a las pequeñas empresas del sector comercial de muebles de madera. En Colombia, es difícil hablar de la industria del mueble, pues con excepción de siete empresas con entre 350 y 500 empleados, el subsector lo conforman pequeños talleres de menos de cinco empleados de carácter semi-industrial o artesanal. Los principales centros del mueble están en Bogotá, Medellín, Cali, Popayán y Pasto, y en último lugar la costa atlántica.

Para poder competir en este entorno y participar en este mercado, lo ideal es que las empresas, tengan definido dentro de su estrategia, un plan de marketing que incluya

de forma integrada, el marketing online. Sin embargo, la realidad demuestra que hasta ahora las empresas están en transición hacia el entorno digital, por lo que todo el trabajo está por hacer.

Esta propuesta de investigación se plantea en diferentes fases, mediante un estudio poblacional, localizando las pequeñas empresas madereras existentes en la ciudad de Sincelejo, teniendo como base, la información suministrada por la Cámara de Comercio de Sincelejo, sobre las empresas registradas. La propuesta solo se enfoca en crear estrategias que le permitan a las pequeñas empresas crecer en su proceso de comercialización, involucrando el marketing digital, no involucra los procesos de implementación y evaluación de las estrategias planteadas.

## **Materiales y Métodos**

La propuesta de investigación tiene como paradigma el crítico y social, con enfoque de indagación mixto (Roberto Hernández Sampieri, 2004), de tipo explicativo de participación o aplicado; y desde él se estima realizar una muestra piloto implementando la normativa y ética que existe.

La primera fase considera un proceso de verificación de la perspectiva teórica del tema a abordar, de forma que se identifiquen los problemas relacionados con el eje central de la propuesta. Contempla el proceso de depuración, selección y clasificación, tanto de los artículos como de las empresas registradas en la base de datos de la Cámara de Comercio de Sincelejo.

La fase dos, fundamenta teóricamente la propuesta desde los referentes teóricos que le dan sustento, en la fase 3, se define el paradigma de investigación, así como su enfoque, el tipo, su diseño y las técnicas e instrumentos utilizados; finalmente en la fase 4, se realiza la recolección de datos, el procesamiento de la información y la generación de informes.

Gráfica 3. Mapa del diseño de investigación



**Fuente:** Elaboración propia

## Resultados

Para caracterizar las pequeñas empresas del sector comercial de muebles a través de fuentes secundarias en el municipio de Sincelejo, fue necesario obtener de la Cámara de Comercio de Sincelejo, su base de datos, en la que se encuentran registrados todos los comerciantes del departamento de Sucre y su área de influencia, a diciembre 31 de 2018, la mas reciente al inicio del proceso de investigación, de la cual fue posible extraer y organizar la siguiente información: En Sucre existen registradas en la Cámara de Comercio a diciembre 31 de 2018, 14.942 empresas, 14.345 (95,97%) son microempresas, 474 (3,17%) pequeñas empresas, 108 (0,72%) empresas medianas, 16 (0,11%) grandes empresas y 5 (0,03%) no están clasificadas previamente. Las 14.345 microempresas se encuentran distribuidas así: 292 (2,04%) se encuentran en el sector primario, 1.866 (13,01%) en el sector secundario y 12.187 (84,96%) están en el sector terciario.

De las 474 pequeñas empresas, 103 (21,73%) se encuentran en el sector primario, 73 (15,40%) en el sector secundario y 298 (62,87%) en el sector terciario de la economía.

Es importante resaltar, que entre estas, se encuentran cuatro empresas que por su actividad de investigación y desarrollo, deben estar clasificadas en el sector cuaternario, de incipiente nacimiento en Sucre y Colombia, pero fuerte en países desarrollados.

De las 108 medianas empresas, 4 (3,70%) se encuentran en el sector primario, 27 (25,00%) en el sector secundario y 77 (71,30%) en el terciario.

De las 16 grandes empresas radicadas en Sucre, 3 (18,75%) se ubican en el sector secundario y 13 (81,25%) en el sector terciario de la economía; es de resaltar que en esta clasificación, no se registran grandes empresas del sector primario, no obstante que son una parte de la tradición y vocación del departamento.

Existe un cuarto grupo de empresas que se han definido como “Otras no clasificadas previamente”, debido a que no hay información en la base de datos, que permita establecer su tamaño, son 5 empresas que representan el 0,03% del total de las empresas y se ubica una (20%) en el sector primario, otra (20%) en el sector secundario y tres (60%) en el sector terciario, Cámara de Comercio Sincelejo (2019).

**Tabla 12.** Clasificación empresarial según base Cámara de Comercio de Sincelejo - Dic 31 2018

| Tipo de Empresa | Sector Primario |             | Sector Secundario |             | Sector Terciario |             | Total         |             |
|-----------------|-----------------|-------------|-------------------|-------------|------------------|-------------|---------------|-------------|
|                 | Cant            | Part. %     | Cant              | Part. %     | Cant             | Part. %     | Total         | Part. %     |
| Micro           | 292             | 73,00%      | 1.866             | 94,72%      | 12.187           | 96,89%      | 14.345        | 95,97%      |
| Pequeñas        | 103             | 25,75%      | 73                | 3,71%       | 298              | 2,37%       | 474           | 3,17%       |
| Medianas        | 4               | 1,00%       | 27                | 1,37%       | 77               | 0,61%       | 108           | 0,72%       |
| Grandes         | 0               | 0,00%       | 3                 | 0,15%       | 13               | 0,10%       | 16            | 0,11%       |
| No clasificadas | 1               | 0,25%       | 1                 | 0,05%       | 3                | 0,02%       | 5             | 0,03%       |
| <b>Total</b>    | <b>400</b>      | <b>100%</b> | <b>1.970</b>      | <b>100%</b> | <b>12.578</b>    | <b>100%</b> | <b>14.948</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

Para los investigadores, son de especial interés las pequeñas empresas del sector terciario dedicadas a la actividad económica de la comercialización de muebles, porque es el grupo que en el mediano plazo se convertirá en microempresas, con cierto grado de madurez en la gestión que adelanten sus propietarios o administradores.

Se identificó que las pequeñas empresas dedicadas a la comercialización de muebles en el departamento de Sucre, representan el 1.68%, es decir, 5 pequeñas empresas y se encuentran ubicadas en el municipio de Sincelejo, como se observa en la Tabla 13.

**Tabla 13.** Clasificación pequeñas empresas comerciales de muebles Cámara de comercio - Dic 31 2018

| Pequeñas Empresas | Sector Terciario Sucre |      | Sector Comercial Muebles - Sucre |       | Sector Comercial Muebles - Sincelejo |       |
|-------------------|------------------------|------|----------------------------------|-------|--------------------------------------|-------|
|                   | 298                    | 100% | 5                                | 1,68% | 5                                    | 1,68% |

**Fuente:** Elaboración propia

Estas pequeñas empresas constituyen la población y muestra para llevar a acabo la propuesta de investigación, de esta manera se presentan los resultados alcanzados hasta el momento y la propuesta continua en proceso para implementar el marketing digital, que es un sistema interactivo dentro del conjunto de acciones de las empresas que utilizan los sistemas de comunicación telemáticos para conseguir el objetivo principal que marca cualquiera actividad de marketing, es decir conseguir una repuesta medible ante un producto y una transacción comercial (Bricio et al., 2018)

## Referencias Bibliográficas

Camara de Comercio Sincelejo. (31 de enero de 2019). Base datos comerciantes afiliados. Sincelejo: Cámara de Comercio de Sincelejo.

Córdova, I. S. (2018). Plan para la exportación de artesanías de madera de San Antonio de Ibarra hacia el mercado colombiano. Universidad Técnica del Norte, 174.

Ley 1581 Protección de datos personales o de Habeas Data. (17 de octubre de 2012). Diario Oficial 48587. Bogotá, D.C, Colombia: H Senado de la Republica.

Ley 905 Promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa. (2 de agosto de 2004). Diario Oficial No. 45.628. Bogotá, D.C, Colombia: H Senado de la Republica.

Gaona, L, E. (2018). Innovación de mercadeo en mpyimes del sector de la madera en Colombia como ventaja competitiva. Universidad Militar Nueva Granada, 36.

Roberto Hernández Sampieri, C. F. (2004). Metodología de la investigación (6a. ed. ---). México D.F: McGraw-Hill.