

 <b>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</b>	<b>ARTICULO DE TRABAJO DE GRADO</b>	<b>Código:</b> F-PI-028
		<b>Versión:</b> 01
		<b>Página</b> 1 de 7

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DEL  
WEB MARKETING DE LAS  
MEDIANAS EMPRESAS DE  
SERVICIOS DEL MUNICIPIO DE  
ENVIGADO.**

**JUAN ESTEBAN RESTREPO**  
**SENEJOA**  
 Institución Universitaria de Envigado  
 juanrestreposenejoa@hotmail.com

**Resumen:** La capacidad de Internet para acceder, organizar y comunicar información de forma más eficiente permite nuevas fórmulas de relación entre consumidores y empresas, vinculadas a las cuales han emergido nuevos agentes económicos y nuevos modelos de negocio.

Esta evolución a dado lugar a que los sistemas de información sean mas viables y rápidos, y por lo tanto mas eficaces; lo que ha desembocado en el Web Marketing siendo este un medio que permite tener una mejor llegada a las personas, ya que no hay necesidad de atraer el cliente hasta los sitios o locales de venta, generando una nueva y versátil modalidad de llegar a sitios rurales en Colombia, donde implicaría muchos costos y riesgos para enviar al vendedor a dichos lugares.

Este sistema de marketing revolucionario consiste en una página Web lo cual permite una mejor llegada al cliente ya que pueden escoger sus productos o servicios desde la

comodidad de sus hogares sin la asistencia o presión de un vendedor.

**Palabras claves:** *Web marketing, e-commerce, email marketing, comunicaciones, publicidad, pymes, online.*

**Abstract:** The capacity of internet to access, organize and communicate information more efficiently allow new forms of relationship between consumers and companies, which related to new operators have emerged and new business models.

This evolution resulted that information systems are more viable and fast, and therefore more effective; which has resulted in Web Marketing this being a medium that allows for a better reach people, since there is no need to attract the customer to the sites or local sales, generating a new and versatile method of reaching rural sites in Colombia, which involve many costs and risks to send the seller to such areas.

This revolutionary marketing system consists of a Web page which allows for better customer arrival they can choose their products or services from the comfort of their homes without the assistance or pressure from a salesperson.

**Key words:** *Web marketing, e-commerce, email marketing, communications, advertising, small businesses, online.*

 <b>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</b>	<b>ARTICULO DE TRABAJO DE GRADO</b>	Código: F-PI-028
		Versión: 01
		Página 2 de 7

## 1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad el desarrollo del Web Marketing es un hecho innegable e irreversible, y no sólo esto sino que según se prevé seguirá en crecimiento en los próximos años generando grandes ingresos a través de la red, el cual innegablemente causa un impacto sobre las actividades económicas, sociales y jurídicas en donde éstas tienen lugar.

Aunque no se puede decir que el Web Marketing haya madurado aún en nuestra región, sí puede afirmarse que crece a gran velocidad y que incorpora nuevos logros dentro de su ciclo de producción. En términos generales el ámbito en que se desenvuelve este nuevo medio de intercambio al eliminar barreras y permitir un contacto en tiempo real entre consumidores y vendedores, producirá mayor eficiencia en el ciclo de producción aparejado a un sinnúmero de beneficios como la reducción de costos, eliminación de intermediarios en la cadena de comercialización, trayendo importantes e invaluable beneficios a los empresarios que estén dotados de estas herramientas.

Envigado se perfila como uno de los municipios de mayor crecimiento en Colombia en utilización de recursos informáticos y tecnológicos para tener acceso a Internet y puede utilizar estos recursos para competir activa y efectivamente en el comercio internacional.

El propósito del trabajo es la observación de examinar el uso e

impacto comercial de la web marketing de las medianas empresas de servicios del municipio de Envigado, teniendo en cuenta la utilización de las tecnologías de las comunicaciones y la información.

Para el desarrollo de éste propósito se implemento una metodología descriptiva con fuentes de información primarias, consultando a las empresas sobre su uso de tecnologías en su actividad comercial.

Se desarrolla el trabajo presentando en la primera parte el fundamento teórico y los aspectos generales. En el análisis de los resultados se presenta: la identificación de estrategias del uso de la Web marketing en las medianas empresas; luego las características del desempeño comercial y por último, la evaluación del impacto.

## 2. ANTECEDENTES

- Revista de ACOPI, Comunidad Económica, E-Marketing en Internet para Pymes, Marzo –Abril 2010, Año 1, N° 1. Pág. 3.
- CAICEDO, Palacios María Lorena; MARTINEZ, Restrepo Luisa Fernanda, Trabajo de grado Empresa de Diseño y Envío Masivo de Mail Marketing EAMK, IUE, 2007, Resumen.
- GARCIA, Margot; Telecomunicaciones y tecnologías de información al servicio de las pymes, en Portafolio/ el gran libro de las pymes, casa editorial el Tiempo, 2006, Pág. 34 a 35

 <b>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</b>	<b>ARTICULO DE TRABAJO DE GRADO</b>	Código: F-PI-028
		Versión: 01
		Página 3 de 7

### 3. RESULTADOS OBTENIDOS

Se identifico que el Web marketing es una alternativa de ofrecer una imagen empresarial innovadora de servicios y productos. El ofrecimiento de servicios, productos o artículos permite que el usuario de las redes de información, tenga acceso al máximo de clientes. Aprovechar todos los puntos de venta posibles que representa cada computador que esté conectado.

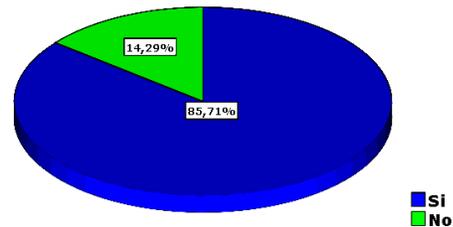
El simple hecho de tener un computador conectado a Internet, da la posibilidad a la empresa de ofrecer sus servicios y productos al usuario que esté interesado en ese momento. Descubriéndolo por un nuevo medio como es Internet, da una imagen de creatividad y frescura, que amplia los medios de difusión de los propios productos a un ámbito geográfico y de mercado que desee la propia empresa.

En los siguientes gráficos se logro identificar las diferentes características que poseen estas medianas empresas para el uso de la Web marketing, por medio de esta investigación quedan claros que tipo de tecnologías de información y telecomunicaciones emplean como lo son voz local, larga distancia y red lan wan, que tipo de comunicación realiza con sus clientes y proveedores por medio de su Web marketing, cual ha sido el tiempo de creación de sus paginas web y al mismo tiempo cuantos ingresos a generado el ultimo año y cuantas contrataciones a

generado debido al uso de estas herramientas electrónicas, finalmente corroborar que tipo de empresa es, que actividad económica desarrolla y si han realizado algún tipo de estudio o investigación acerca de el Web marketing y de que clase.

#### **GRAFICO 1. Uso de las TICs por las medianas empresas del municipio de Envigado.**

**Cuenta la empresa de servicios TIC: pagina web**



En el grafico 1, se identifico que el 86% de las medianas empresas de servicios del municipio de Envigado encuestadas contaban con tecnologías de información y telecomunicaciones y el 14% no tenían ningún tipo de tecnologías de este tipo para tener un contacto directo con sus clientes potenciales. La encuesta evidenció que el 100% de las medianas empresas utilizan el correo electrónico como una herramienta para su Web Marketing.

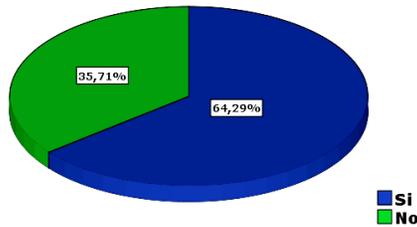
La investigación se baso en la búsqueda del avance y el desarrollo de las tecnologías de la información y las comunicaciones las cuales son una política de Estado que envuelve a todos los sectores y niveles de la sociedad,

	<b>ARTICULO DE TRABAJO DE GRADO</b>	Código: F-PI-028
		Versión: 01
		Página 4 de 7

para contribuir al desarrollo educativo, cultural, económico, social y político e incrementar la productividad y la competitividad.

**GRAFICO 2. Uso de la pagina Web de las medianas empresas del municipio de Envigado.**

Comunicación con clientes y proveedores a través de la pag web: ventas y compras



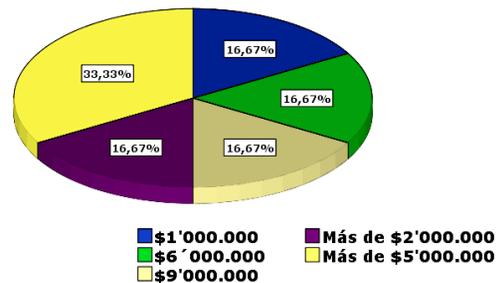
El grafico 2, se verifico que el 64% de las medianas empresas de servicio del municipio de Envigado encuestadas que sus clientes y proveedores realizan sus compras y ventas por medio de su pagina Web, contrario 36% de las otras mediana empresas que solo manejan información por medio de esta. El 100% de las medianas empresas de servicio del municipio de Envigado encuestadas expresaron que la comunicación que tienen con clientes y proveedores es netamente informativa por medio de su página Web.

Se logro concretar que una página Web, también conocida como una página de Internet, es un documento electrónico adaptado para la Web marketing. Su principal característica son los hipervínculos de una página, siendo esto

fundamental para que los clientes de estos servicios encuentren fácilmente su necesidad con solo acceder a Internet. Es fundamental buscar una forma de transaccionalidad con los clientes para así otorgarles facilidad de pago al momento de adquirir el servicio de estas medianas empresas.

**GRAFICO 3. Cuantos Ingresos fueron percibidos el último semestre del año 2009 por medio del uso del Web marketing de las medianas empresas del municipio de Envigado.**

Cuanto ingreso a percibido en el último semestre del 2009 debido al web marketing



En el grafico 3, se identifico con las encuestas realizadas a las medianas empresas de servicio del municipio de Envigado que percibieron ingresos en el ultimo semestre del año 2009 así: el 16.6% \$ 1.000.000, el 16.6% \$6.000.000,16.6% \$ 9.000.000, el 16.6% mas de \$ 2.000.000 y el 33.33% mas de \$5.000.000 debido a su Web marketing. Se confirmo que los ingresos obtenidos por estas medianas empresas se basaron en el apoyo del Web marketing, el cual constituye un medio de comunicación cada día más importante y utilizado por

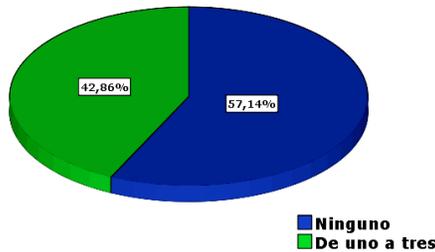
	<b>ARTICULO DE TRABAJO DE GRADO</b>	Código: F-PI-028
		Versión: 01
		Página 5 de 7

millones de personas en todo el mundo. Este es un medio interactivo, que a diferencia de los medios tradicionales como radio o televisión, permite conocer las preferencias y tendencias de consumo del posible cliente y desplegar información personalizada de acuerdo a las necesidades.

El grado de deficiencia se evidencio en la entrevista realizada, presentando un nivel bajo en toda la población encuestada debido a que el alto nivel de ingresos es generado por la estrategia comercial tradicional, que es el contacto personal del medio de promoción de portafolio, venta personal, correo electrónico, páginas amarillas y mercaderistas.

**GRAFICO 4. El aumento de contratación de empleados en el primer semestre del año 2010 generado por el uso del Web marketing de las medianas empresas del municipio de Enigado.**

**Web Marketing genera aumento contratación empleados en el primer semestre del 2010**



En el grafico 4, se reflejo por medio de la encuesta realizada que el 43% de las

medianas empresas de servicio del municipio de Enigado aumento su contratación de uno a tres empleados debido a su Web Marketing y que el 57% no realizo ningún tipo de contratación en el primer semestre del año 2010.

Se logro observar que el uso de estas medianas empresas de el Web marketing genera un tipo de contratacion que aunque no es muy elevado requiere de gran capacidad cognitiva,el correcto manejo de este tipo de beneficios electrónicos encaminara a la empresa a una competencia efectiva, la cual necesita tener un monitoreo constante de procesos.

**CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

El Web marketing nace como una alternativa de reducción de costos y como herramienta fundamental en el desempeño empresarial; formando parte importante en el mundo de Internet, el cual no conoce fronteras y está transformando al mundo.

Las empresas que adquieren el servicio de Web marketing actualmente deben apuntar hacia la captación del mercado nacional como internacional, estar actualizadas día a día y evolucionar a un ritmo constante.

- Persiguiendo los siguientes objetivos:
- Dar a conocer sus productos o servicios
  - Ofrecer información corporativa de

 <b>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</b>	<b>ARTICULO DE TRABAJO DE GRADO</b>	Código: F-PI-028
		Versión: 01
		Página 6 de 7

la empresa

- Identificar nuevos mercados o clientes
- Fidelizar a sus clientes

Aunque estas medianas empresas les falta mucho para crecer en cuanto al manejo y uso del Web marketing, el mejoramiento continuo del avance y el desarrollo de las tecnologías de la información y las comunicaciones posicionarán a este tipo de medianas empresas de servicios en un mercado más competitivo y por lo tanto más competente para intervenir en mercados nacionales como internacionales.

### RECOMENDACIONES

La alta tecnología es una herramienta importante y estratégica para administrar estas medianas empresas investigadas, por ello es importante aprender a utilizarla por que ha invadido en forma positiva muchos aspectos de nuestros ambientes y vida diaria, si no la implementan estarán expuestas a ser rezagadas por la fuerte competencia.

Para detectar y analizar las necesidades de las personas y organizaciones, las medianas empresas del municipio de Envigado oferentes de los diversos servicios, deben analizar el entorno en que giran sus actividades, hacer una evaluación de sus actividades internas, deben segmentar, e investigar el mercado y definir el nivel de posicionamiento que quieren para su oferta y con estos elementos, pueden tomar las decisiones en cuanto a que tipo

de productos con su respectivo nivel de servicio pueden ofrecer, como lo va a distribuir, como lo va a anunciar y finalmente a que precio lo va a ofrecer.

### BIBLIOGRAFÍA

Revista de ACOPI, Comunidad Económica, E-Marketing en Internet para Pymes, Marzo –Abril 2010, Año 1, N° 1. Pág. 3.

CAICEDO, Palacios María Lorena; MARTINEZ, Restrepo Luisa Fernanda, Trabajo de grado Empresa de Diseño y Envío Masivo de Mail Marketing EAMK, IUE, 2007, Resumen.

GARCIA, Margot; Telecomunicaciones y tecnologías de información al servicio de las pymes, en Portafolio/ el gran libro de las pymes, casa editorial el Tiempo, 2006, Pág. 34 a 35

### CYBERGRAFIA

[http://es.wikipedia.org/wiki/Comercio\\_electr%C3%B3nico](http://es.wikipedia.org/wiki/Comercio_electr%C3%B3nico), 15 de Abril, 19:32 horas.

<http://www.monografias.com/trabajos48/marketing-online/marketing-online2.shtml>, 16 de Abril, 20:15 horas.

<http://es.wikipedia.org/wiki/B2C>, 17 de Abril, 10:40 horas.

<http://edutecno.org/2009/08/colombia-ley-de-tic-2009/>, 23 de agosto, 21:15 horas.

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO	<b>ARTICULO DEL TRABAJO DE GRADO</b>	<b>Código:</b> F-PI-03
		<b>Versión:</b> 01
		<b>Página</b> 7 de 7