

**Estudio Sobre el Impacto del Marketing Digital en Colombia, en los Últimos 5 Años,
Enfocado a las Cajas de Compensación Familiar en Colombia**



Yuli Adriana Banguero Mina

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – Unad

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios- Ecacen

Especialización en Gerencia Estratégica de Mercadeo- Egem

2020

**Estudio Sobre el Impacto del Marketing Digital en Colombia, en los Últimos 5 Años,
Enfocado a las Cajas de Compensación Familiar en Colombia**



Yuli Adriana Banguero Mina

Monografía realizada en cumplimiento del último requisito académico para optar al Título
de Especialista en Gerencia Estratégica de Mercadeo

Director

Roberto Orlando Pérez Fonseca

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – Unad

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios- Ecacen

Especialización en Gerencia Estratégica de Mercadeo- Egem

2020

Agradecimientos

Este trabajo de grado está dedicado primero a **Dios**...

Por haber sido mi fortaleza para culminar con éxito esta meta que hace un tiempo me propuse cumplir.

A mis **padres**, porque gracias al amor que me inculcaron hacia la educación, hoy cumpla el sueño de ser Especialista.

A mi **pareja** por su apoyo incondicional y por siempre estar para mí.

A mi **Director de trabajo de grado** por su orientación y enfoque para culminar con éxito mi proyecto.

Tabla de contenido

Introducción.....	6
Objetivos	7
Problema Central de Investigación	8
Justificación del Problema Central.....	9
Resumen	10
Abstract.....	11
Capítulo I: Marco Teórico.....	12
Capítulo II. Redes Sociales.....	19
Capítulo III. Mercadeo Tradicional vs Marketing Digital.....	27
Capítulo IV. Una Mirada Hacia el Marketing Digital Enfocado en las Cajas de Compensación	31
Capítulo V. Enfoque en la Caja de Compensación Familiar Comfacauca	38
Capítulo VI. Comfacauca Una Mirada Hacia el Comercio Electrónico	48
Conclusión.....	55
Referencias.....	57

Tabla de Figuras

Figura 1.	13
Figura 2.	15
Figura 3.	17
Figura 4.	18
Figura 5.	20
Figura 6.	20
Figura 7.	21
Figura 8.	22
Figura 9.	23
Figura 10.	24
Figura 11.	25
Figura 12.	26
Figura 13.	28
Figura 14.	33
Figura 15.	34
Figura 16.	35
Figura 17.	37
Figura 18.	47
Figura 19.	48
Figura 20.	50

Introducción

A continuación en la monografía, se presentará un estudio acerca del impacto que ha tenido el Marketing Digital, durante los últimos 5 años en las Cajas de Compensación Familiar en Colombia, lo anterior con el fin de evaluar cómo se han adaptado estas nuevas estrategias y tecnologías, por medio de comunicadores, y especialistas en Marketing Digital.

Es gracias a la revolución en la tecnología que el mercado y las Cajas de Compensación han logrado tener grandes cambios y ventajas a nivel competitivo, a través del Marketing Digital las empresas y las personas logran comercializar sus productos y para el caso de las Cajas de Compensación se logran dar a conocer los servicios que ellas prestan, por medio de páginas web, portales y redes sociales, de esta manera, pasando de un mercado tradicional a un mercado digital donde el cliente tiene la disponibilidad de conocer los servicios y acceder a ellos a través de una aplicación, solamente debe contar con internet.

En Colombia se ha realizado énfasis para que las empresas implementen Marketing Digital en especial las Cajas de Compensación Familiar, pero la implementación se ha realizado poco a poco, ya que, aún existen usuarios que prefieren la información de manera presencial o a través de un volante, o para algunos casos en las Cajas de Compensación se puede evidenciar como los usuarios todavía siguen acostumbrados al sello en sus documentos radicados.

Por esta razón en el estudio realizado se plantean estrategias para que se aproveche de una mejor manera el Marketing Digital en las Cajas de Compensación Familiar de Colombia, permitiendo que los procesos sean más ágiles y presenten mejores resultados.

De esta manera el documento presenta una introducción, objetivos, planteamiento del problema, justificación, marco teórico, conclusiones y bibliografía.

Objetivos

Objetivo General

Indagar sobre el impacto del Marketing Digital en los últimos 5 años en Colombia, con respecto a las Cajas de Compensación Familiar.

Objetivos Específicos

Impacto del Marketing Digital en las Cajas de Compensación Familiar en Colombia.
Contribuir con el desarrollo del Marketing Digital en los procesos de las Cajas de Compensación Familiar en Colombia.

Problema Central de Investigación

¿Cuál ha sido el impacto comercial que ha tenido el Marketing Digital en las Cajas de Compensación Familiar en los últimos 5 años en Colombia?

Colombia es un país cada vez más cambiante, más globalizado, en los últimos 5 años los mercados han tenido que adaptarse a los requerimientos de los consumidores que cada vez son más exigentes, debido a lo anterior surge este problema, en los últimos 5 años el Marketing Digital ha logrado que la economía deba adaptarse a las nuevas tendencias y demandas de los consumidores.

A nivel social el impacto se verá reflejado a través del análisis de cómo las Cajas de Compensación Familiar en Colombia se han ido adaptando a la utilización de las herramientas que utiliza el Marketing Digital.

En cuanto a la contribución que se realizará al conocimiento, se hará a través de una monografía, donde se explicará cómo se ha desarrollado este fenómeno dentro del mercado nacional, además de conocer los demás impactos que han surgido en la economía, de esta manera buscando la razón acerca de la utilidad que el marketing ha tenido en los últimos 5 años para el desarrollo en las Cajas de Compensación Familiar y la contribución en el mejoramiento del servicio a los usuarios.

Todo este proceso de investigación y análisis se realizó a través de consultas con diferentes fuentes bibliográficas, en lo cual se relaciona y se justifica la respuesta al problema planteado.

Justificación del Problema Central.

El Marketing Digital en Internet ha presentado un avance bastante importante, el reto se encuentra en tener en cuenta la manera más adecuada para brindar una comunicación al consumidor digital. Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), es importante mencionar el nivel de impacto que se logra en la mente del consumidor colombiano, debido a que la publicidad en páginas web y diferentes medios electrónicos de las empresas es del 73.3% para empresas manufactureras y 57,3% para el sector de comercio, lo que quiere decir que en su gran mayoría las empresas y entre ellas las Cajas de Compensación Familiar acceden a medios de Marketing Digital para dar a conocer sus productos y servicios, entre los preferidos para mercadear se encuentran los banners, las redes sociales y la publicidad a través de email (DANE, 2018).

Debido a lo anterior vale la pena resaltar que en la actualidad las Cajas de Compensación Familiar están creando diferentes preferencias y gustos enfocados hacia los servicios que ellas ofrecen y esto lo podemos ver reflejado a través de las estrategias que ellas realizan para llegar a sus seguidores.

Por esta razón, es importante tener en cuenta el impacto que ha tenido el Marketing Digital, es de vital importancia estudiarlo ya que es una herramienta que cada vez, es más fuerte en el mercado Nacional, es por ello que se pretende medir su impacto, a través de las ventajas competitivas que se han presentado y de las diferentes fortalezas que tiene la tendencia digital.

Resumen

Conocer el impacto que ha tenido el Marketing Digital en las Cajas de Compensación Familiar en Colombia durante los últimos 5 años, para ello realizando un análisis en la evolución de este proceso, además conocer conceptos relacionados con el tema como son: redes sociales, comercio electrónico y Marketing Digital.

Para el estudio se plantean estrategias con el fin de que sea mejor aprovechado el Marketing Digital en las Cajas de Compensación, permitiendo procesos más ágiles y usuarios más satisfechos.

Toda la propuesta de investigación y análisis será realizada a través de consultas con diferentes fuentes bibliográficas, en lo cual se relaciona y se justifica la respuesta al porqué un estudio sobre el impacto del Marketing Digital en las Cajas de Compensación Familiar de Colombia en los últimos 5 años.

Abstract

Knowing the impact that digital marketing has had on family compensation funds in Colombia in the last 5 years, for this purpose, analyzing the evolution of this process, as well as knowing concepts related to the topic such as: social networks, electronic commerce and digital marketing.

For the study strategies will be proposed in order to make better use of digital marketing in the compensation funds, allowing for more agile processes and more satisfied users.

All the research and analysis proposals will be carried out through consultations with different bibliographic sources, in which the answer to why a study on the impact of digital marketing on family compensation funds in Colombia in the last 5 years will be related and justified.

Capítulo I: Marco Teórico

En el primer capítulo, se realizará un análisis detallado, acerca de cómo ha evolucionado el fenómeno del Marketing Digital en las Cajas de Compensación Familiar de Colombia y el avance que este ha tenido en los últimos 5 años, además se presentarán diferentes definiciones del tema.

¿Qué es el Marketing?

El Marketing es una estrategia que puede ser utilizada dentro de cualquier mercado el cual desea dar a conocer un servicio o un producto, logrando captar la atención de sus clientes.

Según Philip Kotler : Es un sistema total de actividades de negocios, ideado para planear servicios y productos que satisfagan necesidades, asignarles precios, promoverlos y distribuirlos a los mercados objetivo, con el fin de lograr la meta de la organización.(Kotler 2008).

Teniendo en cuenta esta definición realizada por Kotler, es de vital importancia definir el Marketing Digital como el conjunto de diversas estrategias que ayudan al cliente o usuario a tomar una decisión de compra, al mismo tiempo esta debe crear un valor agregado en el usuario, con el objetivo de poder crear un estímulo determinante en el proceso de compra.

Debido al gran auge que ha tenido la globalización el Marketing Digital ha crecido a la par, ya que podemos ver cómo las personas desde donde se encuentren pueden conectarse y estar actualizados, es así como las empresas también han creado estrategias enfocadas hacia el Marketing Digital que pueden lograr un crecimiento mucho más rápido a través de esta herramienta, es por este medio que las organizaciones y en especial las Cajas de Compensación buscan tener una mayor conexión con todos sus usuarios para dar a conocer todos sus servicios, a

través de páginas web, Instagram, redes sociales y diferentes medios de comunicación tecnológica.

Teniendo en cuenta la definición del Marketing Digital es importante que se analicen y se tengan en cuenta algunas variables, ya que ellas logran influir y son pieza clave para que esta herramienta se desarrolle de una manera adecuada dentro del mercado en el que se esté trabajando.

Como veremos a continuación en la figura 1:

Figura 1.

Variables del Marketing Digital

<p>1. Producto</p> <p>Los productos que se ofrecen deben ser estratégicos, y satisfacer las necesidades de las personas.</p>	<p>2. Personas</p> <p>Dentro del Marketing Digital, cumplen una función muy importante, ya que el cliente es fundamental para lograr el éxito al cual van enfocadas todas las estrategias.</p>
<p>3. Precio</p> <p>El usuario siempre busca, adquirir un servicio excelente, en cuanto a calidad y atención es por ello que debe existir un equilibrio entre precio y calidad.</p>	<p>4. Lugar</p> <p>Es importante estar enfocados, sobre cuál es el público al que se le quiere llegar, saber dónde se encuentran ubicados, ayuda a direccionar la publicidad.</p>
<p>5. Procesos</p> <p>Mantener siempre los estándares de calidad bien altos, de tal manera que los usuarios se sientan a gusto, los procesos deben ser monitoreados constantemente.</p>	<p>6. Posicionamiento</p> <p>Para lograr el posicionamiento de las Cajas de Compensación Familiar, es necesario, brindar un buen servicio, con excelente calidad.</p>
<p>7. Promoción</p> <p>Es necesario innovar siempre en la promoción que se realiza, la cual debe estar enfocada, tanto a los clientes que ya están como hacia los nuevos clientes.</p>	<p>Estas 7 variables, permiten que exista posicionamiento de marca y para que desarrolle el Marketing Digital de manera exitosa en cualquier mercado.</p>

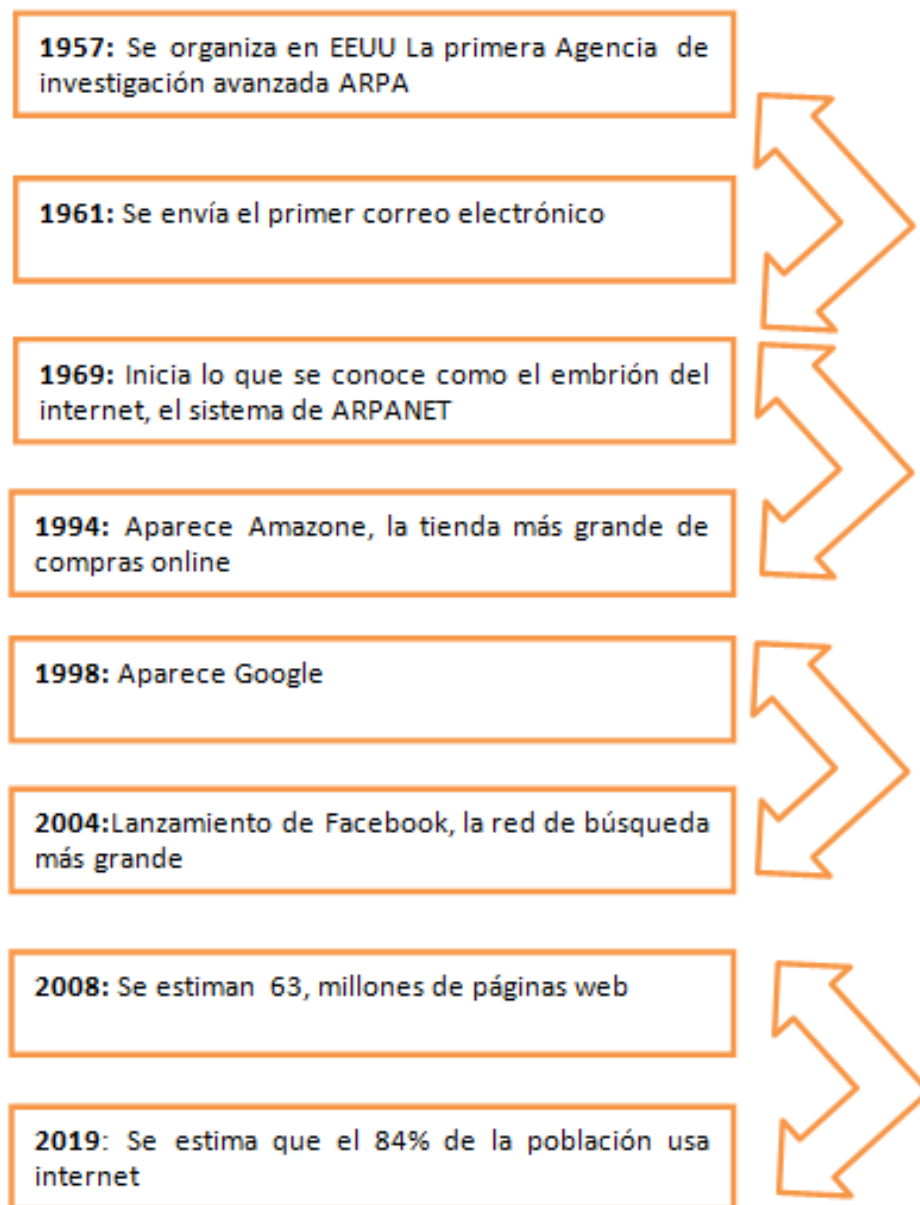
Fuente: Elaboración propia

Teniendo en cuenta las principales características y variables del marketing y su concepto, es importante, definir la evolución y el impacto que este ha tenido en el Marketing Digital.

Desarrollo y Evolución del Internet

El internet es una herramienta que ha evolucionado en el mundo, es así como el internet a logrado traer consigo grandes avances en muchos sectores como el político social, comercial, económico, y ha logrado cambiar muchos aspectos de la forma en que se manejan toda clase de relaciones entre ellas las relaciones comerciales en la actualidad, pues hoy el internet ha traído grandes beneficios por ejemplo a nivel económico el comercio en línea es muy utilizado. A continuación evolución del internet.

Como se verá a continuación en la **figura 2**, el desarrollo y la evolución del internet a lo largo del tiempo.

Figura 2.*Evolución del internet*

Fuente: Elaboración propia, Basado en un estudio de la Universidad de Stanford (2019).

Después de definir y estudiar que es el internet y la evolución que ha presentado con el transcurrir del tiempo y el impacto que este ha generado en cada una de las personas que utilizan

este medio, es importante conocer el concepto de informática ya que este es un aspecto clave para el desarrollo de nuevas tecnologías que son manejadas a través de internet.

Importancia de la informática

Una de las disciplinas que abarca el manejo y administración de la información que hay en internet, es la informática, por esta razón es una herramienta muy indispensable dentro del mundo del internet, la informática se logra mediante los ordenadores o computadores que todas las personas manejamos.

La informática es clave para que se puedan realizar avances rápidos en la tecnología, es por ello que se da con frecuencia el uso de los computadores en todas las personas y empresas que utilizan internet, pues en la actualidad todas las empresas incluyendo las Cajas de Compensación Familiar cuentan con computadores y es allí donde se interactúa directamente con la informática.

A través de la información, podemos conocer temas más específicos respecto a la tecnología, es por ello que es de vital importancia conocer o definir qué es hardware y software, y que es vital para que se dé un funcionamiento eficiente de las herramientas de tecnología.

Hardware: Se refiere a las partes físicas del computador, a lo que es tangible de un sistema informático y sus componentes electrónicos.

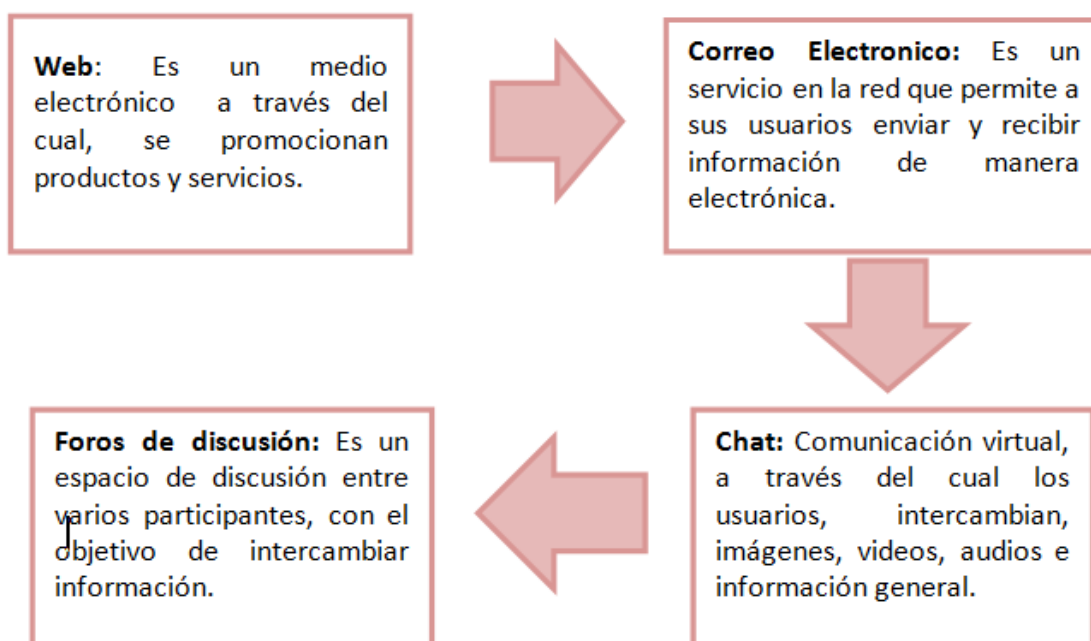
Software: Se refiere al soporte lógico de un sistema informático que comprende componentes necesarios para el desarrollo de tareas.

Al realizar la implantación de todos los elementos descritos es de vital importancia analizar todos los desarrollos científicos y humanos con lo cual se ha permitido que se logren

diseñar estrategias de Marketing Digital, algunas de las principales herramientas que dieron pie a ello fueron:

Figura 3.

Evolución del internet 2019



Fuente: Elaboración propia, Basado en una investigación de la Universidad de Stanford (2019).

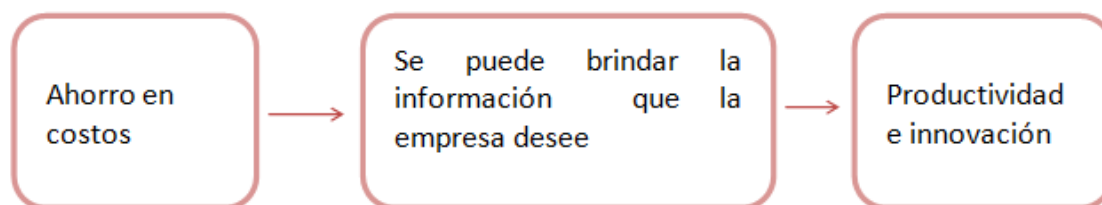
A partir de las definiciones mencionadas es importante tener claridad, sobre cuáles fueron los orígenes de las nuevas tecnologías y aplicaciones que existen en la actualidad como fenómeno del Marketing Digital y demás herramientas que han ayudado al cliente a tener una mejor experiencia. A continuación concepto del Marketing Digital.

Marketing Digital: Son todas aquellas estrategias encaminadas hacia la promoción y publicidad que se realiza a través de medios electrónicos, con el fin de promocionar productos, servicios y todo aquello que una organización desee dar a conocer, para el caso de las Cajas de Compensación Familiar el Marketing Digital trae muchos beneficios como por ejemplo en

disminución de costos ya que es más económica la publicidad digital y puede llegar a más seguidores que la publicidad impresa o pendorones, además de lo mencionado el Marketing Digital permite focalizar la publicidad, dirigirla a un grupo especial de personas.

Figura 4.

Ventajas del Marketing Digital



Fuente: Elaboración propia.

Al implementar esta nueva tecnología, se brindan diversas formas de utilizarla, como por ejemplo con los televisores, celulares, tablets, computadores, entre otros implementos, a través de los cuales se puede transmitir información, desde cualquier tipo de dispositivo tecnológico lo que conlleva a que la interacción sea de una manera más rápida, de igual manera podemos ver como el Marketing Digital permite que se amplíe la cobertura de ventas para aquellas personas que interactúan por medio de las diferentes plataformas.



Fuente: El Tiempo.com 2020

Capítulo II. Redes Sociales

Redes Sociales

Definición

En la actualidad las redes sociales son una herramienta muy efectiva, pues las redes sociales son formadas por personas o grupo de personas que comparten intereses, ideologías, dinámicas o diversas actividades y buscan un medio para poder contactarse sin importar la ubicación donde se encuentren o el idioma que hablen, lo anterior con el fin de poder intercambiar información.

Podemos encontrar que las organizaciones también pueden hacer uso de las redes sociales, para las empresas también es una herramienta útil, ya que por medio de ella se puede comercializar productos y servicios y llegar a un grupo de personas, el cual puede ser focalizado, por edad, por ubicación geográfica, entre otras variables, a partir de lo anterior se pueden diseñar estrategias enfocadas hacia la población objetivo, es importante tener claridad sobre cuál es el nicho de mercado para así centralizar las estrategias de marketing y lograr mejores resultados (Hüt-Herrera, 2012).

Podemos ver cómo las redes sociales que han tenido un gran impacto tanto a nivel mundial como en Colombia durante los últimos 5 años son:

Figura 5.*Redes Sociales Facebook*

Fuente: Google imágenes Facebook, 2020.

Facebook: Fue creado por Mark Zuckerberg, quien en el 2003 era un estudiante de la Universidad de Harvard y lanza un sitio llamado Facemash.com, donde recopila los nombres y fotografías de los estudiantes de la Universidad, con el fin de presentar un trabajo para una de sus clases, sin embargo esto se convirtió en una idea donde los estudiantes podían acceder a los diferentes perfiles de la red social, lo único con lo que debían contar era con un correo electrónico, fue por esta razón que muchas personas pudieron acceder a la red siendo externos a la Universidad, teniendo cada vez, mayor acogida y aceptación (Salinas, 2017).

Figura 6.*Redes Sociales LinkedIn*

Fuente: Google – imágenes, 2020.

LinkedIn: Es una red social, que fue fundada en Diciembre de 2002 y lanzada en Mayo de 2003 por Reid Hoffman, Allen Blue, KonstantinGuericke y Eric Ly, esta es una red que está orientada a las relaciones comerciales y profesionales, por esta razón el enfoque que se encuentra en esta red son empresas y profesionales que buscan dar a conocer su perfil y hacer Networking y negocios (Lopez, 2019).

Tener un perfil en LinkedIn, permite obtener trucos para promocionarse de manera profesional, como por ejemplo incluir un pie de firma en los correos, esto aporta visibilidad y aumento en la red de contactos.

Figura 7.

Redes sociales Twitter



Fuente: Google – imágenes , 2020.

Twitter: Es una red social, que fue creada en el 2006, nació gracias a Jack Dorsey, Noah Glass, Biz Stone y Evan Williams, esta red permite publicar textos cortos, además de seguir a otras personas y ver sus publicaciones.

Twitter se caracteriza por ser una red que cuenta con inmediatez de las noticias, se tienen en tiempo real y constantemente se está actualizando.

Es una red Interactiva, lo cual permite participación activa de miles de usuarios sobre un tema en específico o donde se comparten fotos, videos y comentarios que la hacen una red comunicativa y activa, también se caracteriza por ser global, es una de las redes mas conocidas del mundo y está disponible en más de 40 idiomas(Salinas, 2017).

Figura 8.

Redes sociales Youtube



Fuente: Google – imágenes , 2020.

Youtube: Es un portal en internet que permite a sus usuarios subir y visualizar vídeos, fue creado en febrero de 2005 por Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim, quienes se conocieron trabajando en PayPal y un año más tarde youtube fue adquirido por Google en 1.650 millones de dólares, esta plataforma cuenta con un reproductor online, y una de sus principales innovaciones fue la facilidad para descargar el archivo en el computador y los usuarios pueden ver y reproducir al instante el video que deseen.

En youtube las personas pueden subir clips en donde muestran tareas cotidianas, es una de las herramientas que más a impactado dentro del marketing ya que en los últimos años se pueden incluir comerciales cortos de promoción de productos y servicios y esto sucede antes de iniciar el video o después (Pérez-Porto y Merino, 2010).

Figura 9.

Redes sociales Instagram



Fuente:Google – imágenes , 2020

Instagram: Esta red social es propiedad de Facebook, y se diseñó para que las personas alrededor del mundo suban sus fotografías y videos y los compartan con sus amigos o personas que hagan parte de esta misma plataforma, nació en el año 2010 y es una de las redes sociales más usadas por las personas a nivel mundial, es por eso que ya cuenta con más de 100 millones de usuarios en el momento, es por esta razón que muchas personas han escogido este medio para promocionar sus productos y servicios, los cuales pueden ser vistos y comentados por millones de seguidores (Las aplicaciones de video llamada más utilizadas, 2020).

Ventajas de las Redes Sociales

Los seres humanos como seres sociales por naturaleza, siempre han tenido la necesidad de permanecer en grupos e interactuar con sus pares para compartir tanto labores, ideas y un sin número de experiencias; y es gracias a esa necesidad de socializar y vivir en comunidad que la raza humana como tal, ha logrado sobrevivir a lo largo de los tiempos, es así como hoy en día en las organizaciones, instituciones, universidades, colegios, etc, existe interacción social entre los diferentes miembros de estas comunidades, la cual es muy importante para el desarrollo

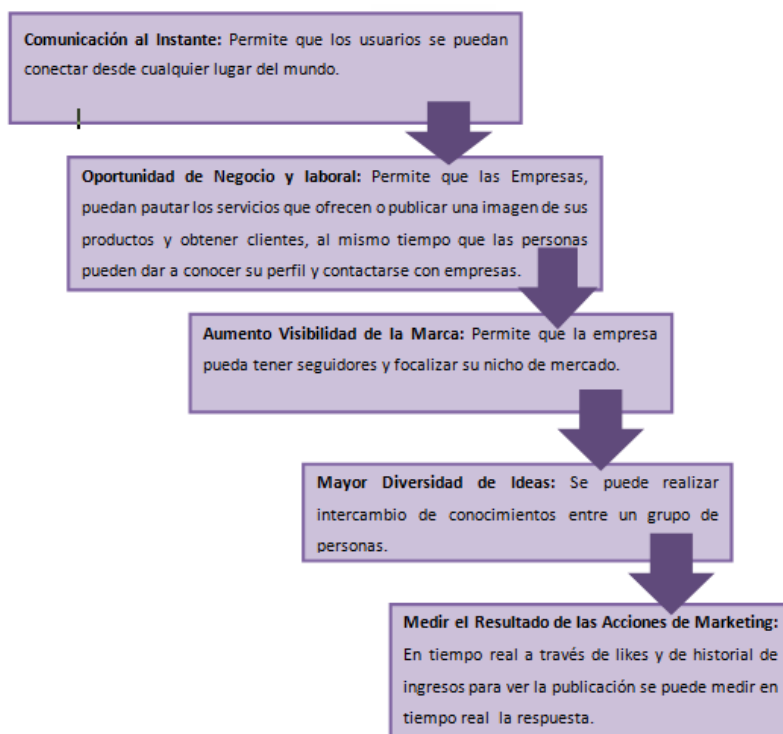
psicológico y social del individuo, es por eso que hoy por hoy el hombre ha creado medios de comunicación cada vez más eficientes y rápidos y es allí precisamente donde entra las redes sociales, pues estas fueron creadas para permitir que las personas compartan y se comuniquen mejor.

El lenguaje y la forma de comunicarnos a través del tiempo ha evolucionado y las redes sociales permiten difundir comunicación a nivel global, es así como a través de las diferentes redes y dependiendo la temática que se desee abordar y el público al que se desee llegar, se elige la red, la cual no tiene ningún costo de suscripción (Hüt-Hererra, 2012).

A continuación en la **figura 10**, las principales ventajas de las redes sociales.

Figura 10.

Principales ventajas de las redes sociales



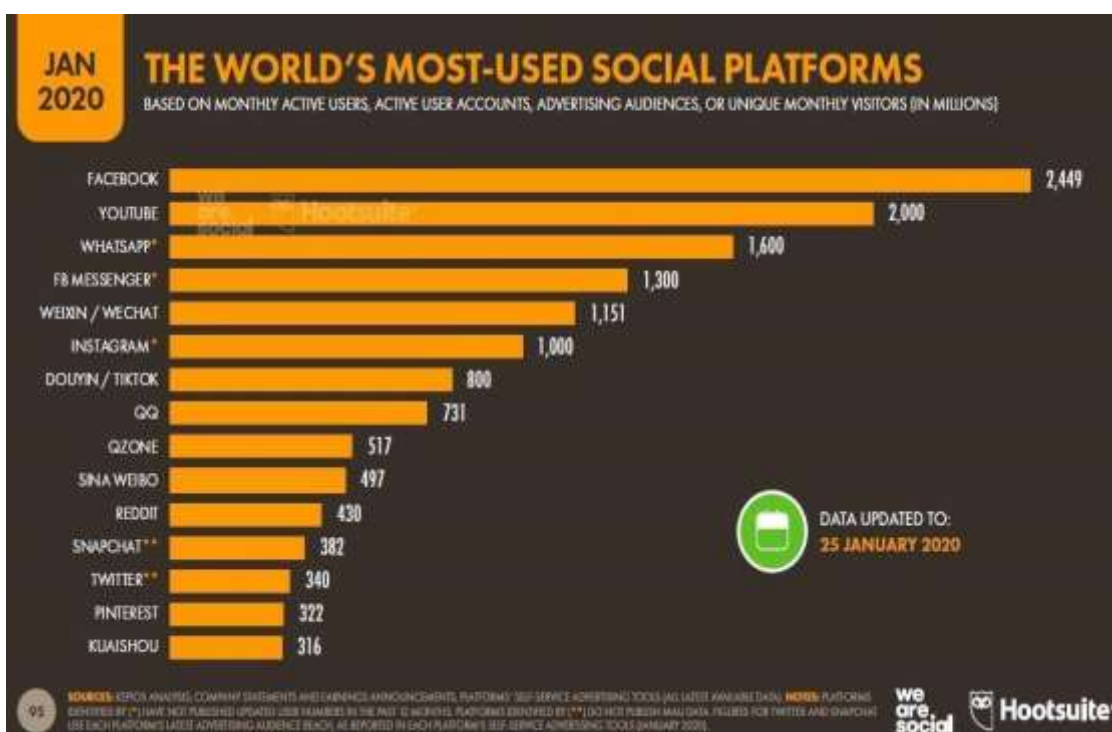
Fuente: Elaboración propia.

¿Cuántas Personas Utilizan Redes Sociales?

Un estudio anual realizado por Consultor y speaker de Marketing Digital y transformación digital Juan Carlos Mejía Llanos, sobre estadísticas de redes sociales como Facebook, Instagram, youtube y twitter, muestra como se convierten a las redes sociales en un canal para los negocios y como su efectividad depende de la cantidad de usuarios que tenga.

Figura 11.

Estudio Estadístico de Redes Sociales



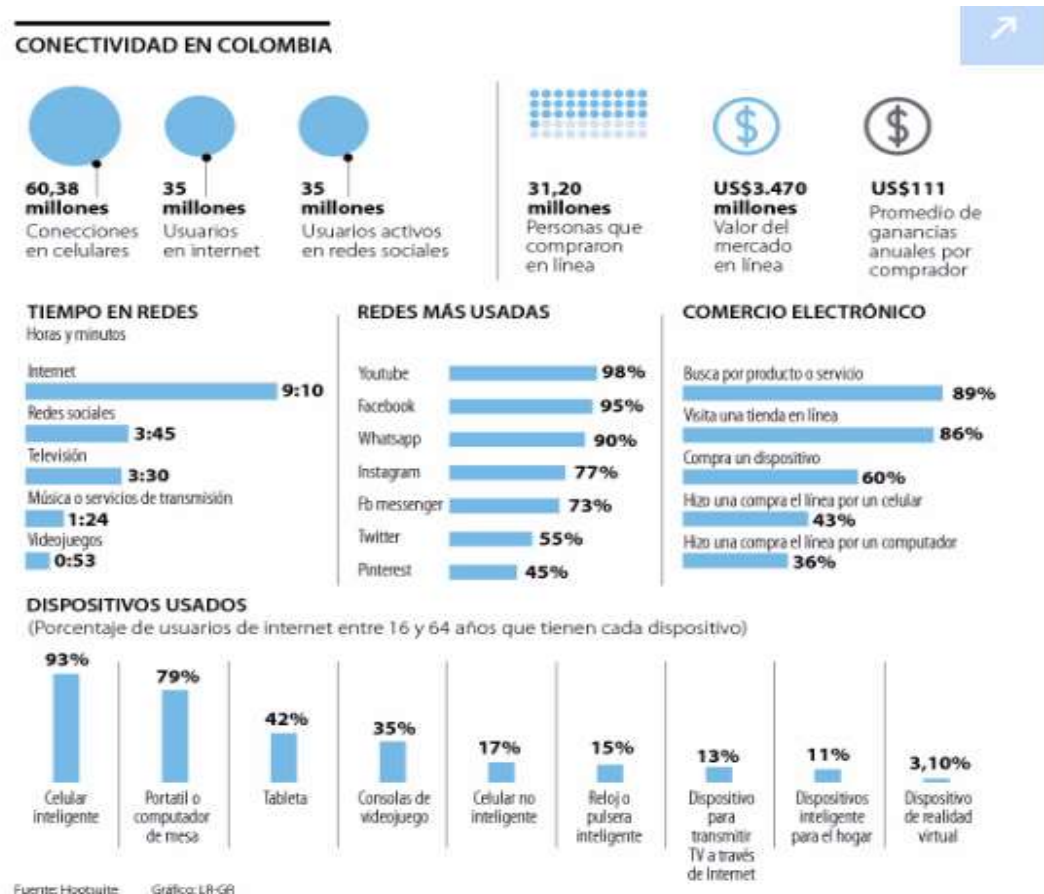
Fuente: Estudio Anual de Redes Sociales, Juan Carlos Mejía Llanos Consultor en Marketing y transformación Digital.

Las cifras presentadas son de enero 2020 a nivel mundial la red que cuenta con mayor número de seguidores es Facebook con 2.449 millones de personas con cuenta en esta red social.

Es así como podemos notar el impacto que han tenido las redes sociales en los últimos 5 años, ya que cada día es más fácil acceder a ellas, desde cualquier computador o dispositivo móvil, permitiendo esto, un gran avance para los seres humanos y las empresas en un mundo más conectado; para nuestro caso las redes sociales permiten que las Cajas de Compensación puedan dar a conocer todos sus servicios y llegar a más personas dentro del departamento en que cada una de ellas funciona.

Figura 12.

Penetración y Compra en Redes Sociales



Fuente: La republica.co empresas (2019).

En la actualidad podemos ver que varias redes sociales cuentan con publicidad de diversas marcas, a través de las cuales promocionan productos y servicios, pero la pregunta que deberíamos realizar es ¿Que tanto las marcas que pautan sus servicios a través de redes sociales logran aumentar sus ventas? Según We are Social y Hootsuite (2020), en su informe “tendencias sociales 2020” “el 89% de las personas en Colombia antes de realizar una compra buscan su producto o servicio por internet, 86% visita una tienda en línea, el 60% compra un dispositivo, el 43% hizo una compra en línea a través del celular y el 36% hizo una compra a través del computador” (Estadísticas de la situación digital de Colombia en el 2019 y 2020, 2020).

Según el gráfico podemos ver que una de las redes sociales más usadas y que más influye en el poder de compra de las personas es Facebook, ya que esta red, cuenta con gran número de suscriptores en el mundo, y podemos encontrar diversa publicidad de las empresas que deciden pautar desde esta red.

Capítulo III. Mercadeo Tradicional vs Marketing Digital

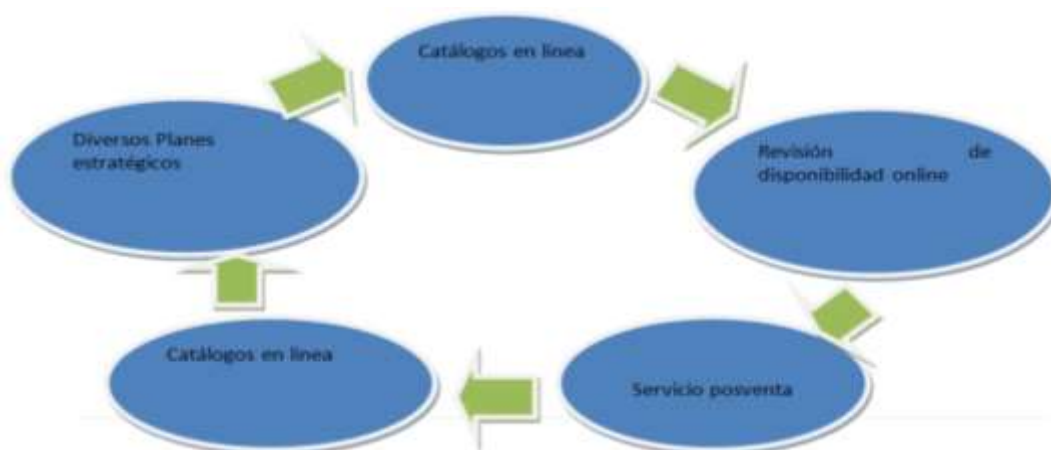
El Marketing Digital, consiste en un nuevo modelo de negocio, donde la venta, la distribución de bienes y servicios es a través de internet, este modelo de marketing lo pueden llevar a cabo desde las pequeñas hasta las grandes empresas. Como es de notarse esta herramienta nos permite desde cualquier lugar estar conectados a través de un portal web o de las redes sociales ya mencionadas en el capítulo anterior, es muy importante destacar que este modelo de Marketing Digital se encuentra disponible las 24 horas del día, desde cualquier parte del mundo los 7 días de la semana.

Un término del Marketing Digital es el E-commerce, el cual contiene herramientas que pueden facilitar la vida de los consumidores, para realizar pagos, compras por internet, además de existir transacciones entre empresas y personas, también puede existir relaciones de compra.

Los ciberconsumidores, son personas que realizan compras por medio de internet y existen diversos tipos de transacciones que se realizan por este medio.

Figura 13.

Mercadeo Tradicional vs. Marketing digital



Fuente: Elaboración propia.

Existen varios tipos de marketing digital que van enlazados con el comercio electrónico, estos deben ser aplicados según las necesidades que tengan las organizaciones y dependiendo de los servicios que ellas ofrecen, es importante resaltar que dependiendo el tipo de organización, si es una pequeña o grande empresa y aparte de evaluar el entorno y el nicho de mercado se decide qué estrategia aplicar.

Principales Ventajas y Desventajas del Marketing Digital

Ventajas:

- Eliminación de monopolios y creación de ventajas y estrategias competitivas.
- Disponibilidad de pagos electrónicos, y en efectivo según las necesidades de los clientes.
- Aumentar la cobertura de los bienes y servicios que se ofertan desde una organización.
- Ahorro de tiempo y dinero para el cliente, ya que existen diversos tipos de ahorro en las organizaciones, lo cual se puede ver reflejado a través de unos precios bajos.

Desventajas:

- Inseguridad por parte de los clientes al realizar los pagos en línea o virus en la plataforma.
- Pérdida de garantías.
- Inconvenientes a la hora de tomar el servicio o el producto, en ocasiones no se cumple con las expectativas que el cliente busca/ Se pierde el cliente.

Como podemos ver el Marketing Digital tiene grandes y excelentes ventajas, las cuales pueden beneficiar de gran manera a las personas que lo utilizan, por esta razón hay que analizar que existen diversos factores que influyen dentro de la conformación de este, pero la pieza clave son los clientes, ya que sin ellos este mercado no se puede desarrollar de una manera eficiente y atrayendo ventajas para los clientes.

De esta manera podemos ver, que así como existen ventajas también existen desventajas, dentro del mercado lo que conlleva a revisar detalladamente que no todos los mercados funcionan igual y no todos son perfectos, estas desventajas se pueden solucionar a través de las empresas que aplican este tipo de mercado.

El Mercadeo Tradicional

Es la forma de comercializar un producto o un servicio y aun en la actualidad sigue vigente, dentro de este mercado podemos encontrar que la relación demanda y oferta siempre procura estar en su punto de equilibrio y que los compradores y vendedores se encuentran ubicados en una misma zona geográfica y en un punto donde se puede concretar una transacción entre las dos partes, a raíz de ello es importante tener en cuenta la importancia que las dos partes se encuentren presentes.

En el mercado tradicional todos los oferentes se encuentran dentro de un mismo espacio con el fin de poder ofertar y dar a conocer todos los bienes y servicios que ofrecen a sus diferentes públicos.

Tipos de Mercado Tradicional: Los mercados tradicionales se pueden clasificar teniendo en cuenta los consumidores y los oferentes que se encuentran dentro de este mercado.

Mercado de Consumo: Es aquel mercado donde se realizan transacciones de bienes y servicios que son adquiridos por las unidades finales de consumo.

Mercados Industriales o Institucionales: En este tipo de mercados se realizan transacciones de bienes y servicios empleados en la obtención de diferentes productos que son objeto de transacción y posterior, o que se adquieren para poder obtener un beneficio mediante una posterior venta.

Mercado de Ocasión: Se utiliza para hablar de aquellos lugares en los que se realizan transacciones de productos en condiciones más ventajosas para los compradores que en los establecimientos donde se realiza compras de manera habitual.

De esta manera podemos ver que existen varios tipos de mercado tradicional, por ello es importante saber identificar qué tipo de mercado es para así conocer su dinámica de comercialización y a partir de esto crear estrategias que vayan acorde con ello.

Ventajas:

- Garantías por daños en el servicio de los bienes adquiridos.
- Variedad de todo tipo de mercadeo.
- Se pueden visualizar los productos o servicios que se adquieren.
- Comunicación eficiente entre el oferente y el consumidor.

Desventajas:

- El cliente pierde tiempo en desplazamientos.
- Creación de monopolios.
- Poca disponibilidad de pagos electrónicos.
- No existe disponibilidad las 24 horas del día para realizar compras.

Capítulo IV. Una Mirada Hacia el Marketing Digital Enfocado en las Cajas de Compensación

Una vez revisado el panorama, de cómo ha sido la evolución y cómo se ha desarrollado el entorno que afecta de manera directa o indirecta al Marketing Digital en Colombia.

Para poder desarrollar una buena introducción al tema del Marketing Digital enfocado en las Cajas de Compensación Familiar a nivel nacional, es importante revisar cómo se encuentra Colombia en cuanto al acceso que tiene de herramientas tecnológicas que se presentan en la actualidad de manera global.

De esta manera a partir de la implementación de diferentes recursos de marketing, a través de los cuales los community managers, analistas de mercadeo, publicistas, jefes de comunicaciones y demás actores que han intervenido para que se presente un avance cada vez más rápido en las Cajas de Compensación Familiar de Colombia y en la forma como dan a conocer sus servicios.



Fuente imágenes Google- Mercado Online (2020).

Las Cajas de Compensación Familiar en Colombia, poco a poco se han ido adaptando a la dinámica que las personas tienen del internet, dentro de sus dispositivos, vemos como en la actualidad se pueden realizar afiliaciones en línea, pagos de créditos con la Caja, reservas en sus hoteles y lugares turísticos y conocer el portafolio actualizado de la Caja de manera oportuna y en tiempo real.

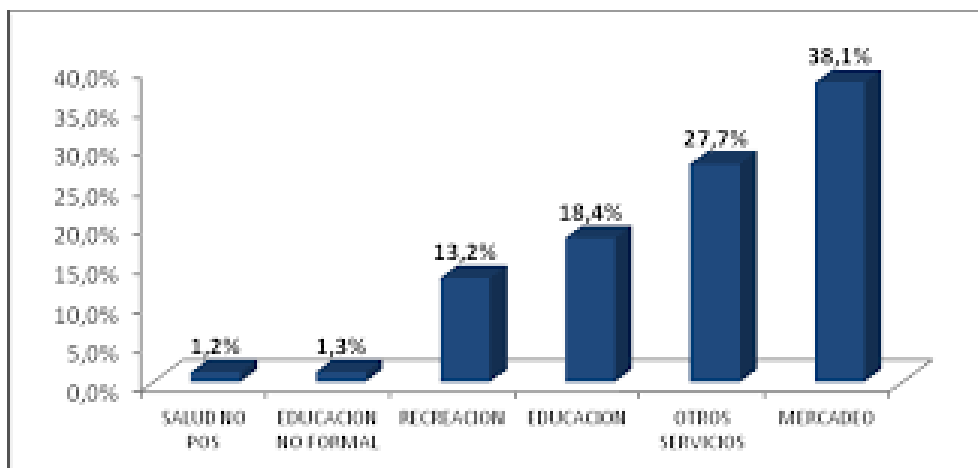
Sin embargo, podemos ver que en Colombia el uso del internet por wifi aumenta cada día más y las personas pueden acceder desde la comodidad de sus hogares, lo cual permite que para las Cajas de Compensación Familiar sea una ventaja a la hora de poder ofrecer sus servicios a través de sus plataformas digitales.

Una vez analizado como ha sido el comportamiento del internet en Colombia referente al uso de las nuevas tecnologías, es importante entrar a evaluar como las Cajas de Compensación se

han adaptado a esta nueva forma de comunicar a través del Marketing Digital y sus plataformas tecnológicas, todos los servicios con los que cuentan.

Figura 14.

Asocajas Tendencia de consumo



Fuente: Asocajas-Tendencia de los servicios on-line de las cajas enero (2020).

Como se puede evidenciar en la imagen, para enero del año 2020 se encuentra que a través de redes sociales se da a conocer los servicios de las Cajas de Compensación Familiar, obteniendo un porcentaje del 38.1% en mercadeo.

Notamos de esta manera que aunque los porcentajes no son muy altos, las Cajas de Compensación cada día incursionan más en el Marketing Digital dando a conocer sus servicios a través de sus plataformas y facilitando que las personas puedan realizar trámites sin tener que desplazarse hasta las instalaciones que cada Caja de Compensación Familiar posee.

Figura 15.*Panorama de las cajas de compensación*

Fuente: Asocajas-Tendencia de los servicios on-line de las Cajas enero (2020).

Hábitos de Consumo y Servicio On-line en las Cajas de Compensación Familiar

Asocajas, Asociación de Cajas de Compensación Familiar ha realizado actualmente una investigación sobre la frecuencia de ingreso a las plataformas de las Cajas de Compensación Familiar, donde en esta investigación se puede analizar que los afiliados a estas entidades cada vez ingresan más a revisar las plataformas y medios de comunicación digital como instagram y facebook, para enterarse de los servicios que ellas ofrecen y adquirirlos a través de estos medios, es de destacar que las personas que más frecuentan estos sitios web, se encuentran entre los 20 y los 45 años que es donde inicia la vida productiva para muchos jóvenes, y los 45 que es una edad donde los trabajadores están interesados en aprender, en capacitarse y viajar y todos estos servicios los encuentran en las Cajas de Compensación Familiar.

Figura 16.

Consolidado cajas de compensación en Colombia



Fuente: Asocajas-Tendencia de los servicios on-line de las cajas enero (2020).

La imagen muestra algunas de las Cajas de Compensación Familiar más representativas de Colombia, las cuales en la actualidad utilizan para dar a conocer sus servicios el Marketing Digital, ya que con el pasar del tiempo el acceso a las plataformas utilizado por estas ha ido aumentando.

Principales Herramientas Para el Consumo On-line

Como la mayoría de personas que laboran en empresas, por ley se encuentran afiliados a las Cajas de Compensación Familiar debido a que las empresas pagan un 4% de sus aportes para este fin, lo cual permite que los colaboradores puedan gozar de beneficios como subsidios, monetarios y de vivienda, capacitación formal e informal, recreación y turismo. Es por esta razón que las Cajas de Compensación Familiar a través de la web y de sus páginas resaltan los servicios y actividades que tienen programadas, de una manera actualizada.

Una vez realizado todo el análisis referente al impacto que ha generado las nuevas tendencias on-line en las Cajas de Compensación Familiar en Colombia, es importante destacar que esto ha sido una gran oportunidad para todos los afiliados ya que se le ha facilitado a los usuarios las compras de servicios online y que ya no tienen que desplazarse, esto a su vez permite que las ventas aumenten notoriamente para las Cajas y que sean más visibles, porque se vuelve un voz a voz entre las personas que revisan los contenidos y comparten la información.

El Papel de los Community Managers en las Cajas de Compensación Familiar

La influencia que ha nacido a través de las redes sociales, a través de los community manager ha sido una de las mejores fortalezas que ha podido tener este fenómeno en Colombia para las Cajas de Compensación Familiar, ya que es a través de las estrategias que estos han implementado para que los usuarios cada vez consumen más contenido por medio de la web y las redes sociales.

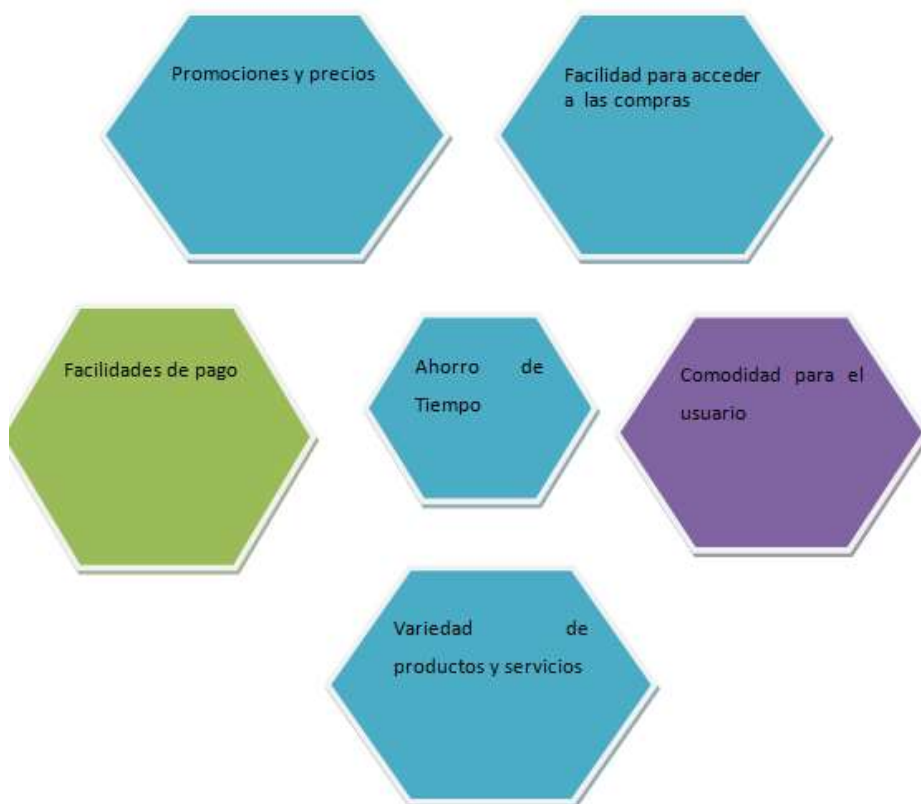
Características de los community manager

- Identificación de oportunidades para que los usuarios o afiliados se enteren a través de las redes sociales, además creación de estrategias.
- Es un gran promotor de las oportunidades que poseen las Cajas de Compensación Familiar, a través de las herramientas de social media.
- Es un facilitador de soluciones inteligentes, con la utilización de las nuevas tecnologías.
- Es un investigador activo, acerca de todos los cambios existentes en el medio de las redes sociales.

¿Por qué los Usuarios de las Cajas de Compensación Familiar Prefieren Utilizar los Servicios Vía On-line?

Figura 17.

Comfacauca al servicio del trabajador y su familia



Fuente: Elaboración propia Asocajas (2020).

Uno de los puntos más importantes al desarrollar este trabajo es saber porque los usuarios de las Cajas de Compensación Familiar realizan sus reservas y uso de los servicios a través de internet, la razón principal es porque el Marketing Digital realiza estrategias que impulsan y motivan a que las personas no quieran desplazarse a un lugar , es importante destacar que todos los servicios que sean utilizados a través de la web deben tener una clara descripción del servicio que el usuario va a adquirir, con el fin de que quien lo utiliza tenga claridad y se sienta muy satisfecho.

Capítulo V. Enfoque en la Caja de Compensación Familiar Comfacauca



Fuente: Google imágenes- 2020.

“Los años de compromiso y trabajo, hacen de COMFACAUCA una Caja de Compensación Familiar con la experiencia necesaria para ofrecer los servicios que necesitan las empresas, y los trabajadores caucanos. Somos una entidad privada sin ánimo de lucro, que pertenece al sistema colombiano de subsidio familiar. Es una Caja que administra el 4% de la nómina de las empresas afiliadas, para luego revertirlos a la sociedad en subsidios, programas y una gran variedad de servicios como son recreación, cultura, deporte y educación.

Es así como Comfacauca ha sido aliado de los empresarios del departamento del Cauca, para llevar desarrollo integral al trabajador y su familia, nuestra motivación principal” (Caja de Compensación Familiar del Cauca [COMFACAUCA], s.f.).

Están en todo el departamento del Cauca y prestan atención en sus sedes principales ubicadas en Popayán, Santander de Quilichao, Puerto Tejada, Miranda, el Bordo y Guapi. Es así como Comfacauca ha sido fiel aliada de los empresarios del departamento del Cauca, para llevar desarrollo Integral al trabajador y su familia.

Es por eso que para COMFACAUCA, (s.f.) su visión y misión representan ese sentir y realidad en la que están inmersos:

“Visión: En el 2.020 Comfacauca será la corporación líder en Intervención Social en la región suroccidental de Colombia.

Misión: Liderar programas de intervención social que generen acceso, inclusión y bienestar en afiliados y comunidad en general”.

En la actualidad la Caja de Compensación Familiar Comfacauca, cuenta con un total de 2.225 empresas afiliadas entre privadas y públicas y a su vez se tiene una población afiliada de 32.855 usuarios, el área de mercadeo cuenta con una fuerza comercial de 22 personas entre todas las sedes, contratadas de manera directa.

Productos y Servicios

Categorías de productos y servicios comercializados por la Caja de Compensación Comfacauca.

Subsidios:

Subsidio familiar: El subsidio familiar que otorga Comfacauca, es una prestación social que se da en dinero o en especie y servicios a los trabajadores de medianos y bajos ingresos, en proporción al número de personas a su cargo, su objetivo es ayudar al sostenimiento de la familia, núcleo básico de la sociedad.

Subsidio en especie: Consiste en un kit escolar que se da al inicio de cada año a los trabajadores, cuyos hijos se encuentren en edad escolar.

Subsidio de vivienda: Es un aporte en dinero que se da una sola vez al beneficiario, sin cargo de restitución por parte de este, el subsidio constituye un complemento de ahorro, para facilitar la adquisición, como construcción o mejoramiento de vivienda de interés social.

¿Quiénes se pueden postular? 1 o más personas que integren el mismo núcleo familiar, los cónyuges, las uniones maritales de hecho, incluyendo las parejas del mismo sexo y/o el grupo de personas unidas por un mismo vínculo de parentesco hasta tercer grado de consanguinidad, segundo de afinidad y primero civil, que comparta un mismo espacio habitacional.

Subsidio al desempleo: La agencia de gestión y colocación de empleo es un servicio público gratuito, que facilita la búsqueda de opciones laborales a desempleados o personas que buscan cambiar de empleo, de igual manera contribuyen a las empresas en la consecución de personas de acuerdo a sus requerimientos.

¿A Quién Está Dirigida la Agencia de Empleo?

Buscadores de Empleo: es decir personas desempleadas o trabajadores que deseen cambiar su situación laboral.

Empleadores: Quienes están buscando el talento humano para el desarrollo de actividades de su empresa.

Servicios: Registro de buscadores de empleo: Es la inscripción de las hojas de vida de las personas en la plataforma www.comfauca.com con la asistencia de un facilitador.

Registro Orientación a Buscadores de Empleo: Es la asesoría virtual y presencial brindada por profesionales especializados de la oficina de gestión de empleo Comfauca.

Preselección: Es el análisis de las vacantes registradas por los empleadores con los perfiles de los buscadores de empleo.

Créditos: Cumplimos con el propósito de hacer realidad los sueños de la población afiliada a través de diferentes modalidades de crédito con tasas de interés muy favorables.

- Crédito de libre inversión
- Compra de cartera
- Educación
- Recreación
- Salud
- Crédito en electrodomésticos
- Crediexpress
- Crediya
- Vivienda

Hotelería y Turismo

Centros recreativos y vacacionales propios en la ciudad de Popayán y el Municipio de Puerto Tejada Cauca.

Educación y capacitación: Comfacauca cuenta con Centro de capacitación donde se ofrecen cursos cortos, seminarios y formaciones técnicas, también cuenta con el Colegio Técnico de Comfacauca el cual es de carácter privado, donde pueden acceder con tarifas subsidiadas en un 70 y 80% los hijos de los afiliados a la Caja con categorías A y B.

Salud IPS: Se cuenta con 4 IPS la principal en la Ciudad de Popayán, Santander de Quilichao, Puerto Tejada y Miranda, donde se ofrecen servicios de consulta prioritaria, consulta externa, especialidades, programas de control, laboratorio clínico y el sistema de salud ocupacional con el programa de vacunas y exámenes médicos ocupacionales.

Servicio al adulto mayor.

Los productos y servicios ofrecidos son para personas afiliadas a la Caja, con precios subsidiados y para personas particulares con la tarifa plena.

Diagnóstico de la Empresa

Análisis DOFA Caja de Compensación Comfacauca

En este capítulo se evaluará a través de una matriz DOFA, el impacto que tiene el Marketing Digital en la Caja de Compensación Familiar Comfacauca, lo anterior con el fin de poder determinar estrategias, en cuanto a cómo Comfacauca ha ido implementando estas nuevas modalidades para sus usuarios, sin embargo es de aclarar que aún siguen faltando muchos avances, por medio de esta matriz, se espera diseñar y establecer estrategias que permitan contribuir en el uso del marketing on-line en todos los servicios que ofrece la Caja de Compensación Familiar Comfacauca.

Debilidades.

- Falta de publicidad digital, al llegar directamente a cada usuario, se utiliza mucho el volante y la publicidad en las carteleras de las empresas.

- No hay una estrategia comercial definida, debido a que no hay un Director comercial, el equipo solo cuenta con asesores, donde cada uno tiene una asignación de empresas para realizar su atención y cada uno trabaja de acuerdo a sus estrategias.
- Falta más conocimiento de las necesidades de los clientes, no hay quien dirija el equipo comercial, por ello solo se comercializa y se prestan los mismos servicios a las empresas, porque no se ha realizado una investigación de mercado al interior de cada empresa, para conocer las necesidades de los afiliados.
- Inexistencia de un sistema de incentivos, el equipo comercial cuenta con un salario básico, mes a mes deben cumplir una meta estipulada, pero no hay motivación para lograr el 100% de la meta o sobrepasarla, puesto que no hay un incentivo que los motive.

Oportunidades.

- Alianzas Estratégicas, en la actualidad Comfacauca, es un aliado del sector industrial, donde a través de capacitaciones, logra que este sector se fortalezca en la región caucana.
- Aprovechar el posicionamiento con el que cuenta en la actualidad el servicio de salud, en las zonas donde hace presencia la IPS de Comfacauca, en este momento se tiene una alianza entre la Nueva eps y la IPS Comfacauca para atender todos los pacientes de la región caucana.
- Aumentar la cobertura en las empresas del Cauca, al ser la única Caja de Compensación Familiar existente en el Cauca, todas las Empresas que llegan al Cauca pagan sus aportes a la Caja y estos se ven revertidos en programas de educación, recreación y salud para todos sus afiliados.
- Crecimiento del programa de capacitación, a través de las alianzas realizadas con importantes Coach, se ha fortalecido el programa de capacitación, brindando alternativas

de solución a las diferentes problemáticas que se presentan en las empresas que mediante un Coach se pueden solucionar.

Fortalezas.

- Excelente nivel de liderazgo directivo, la alta dirección de la Caja tiene un excelente liderazgo enfocado en la capacitación y motivación de su personal
- Sentido de pertenencia de los colaboradores, cada colaborador ama pertenecer a Comfacauca por la calidad humana, por el compañerismo y la estabilidad laboral.
- Estabilidad laboral de los colaboradores, aunque solo se manejan contratos a término fijo inferior a un año, quienes realizan de manera adecuada su trabajo durante ese tiempo, con seguridad se les renueva el contrato, debido a que es un muy buen lugar para trabajar, el nivel de rotación es mínimo.
- Buen nivel de liquidez, cada día surgen nuevas empresas en el Cauca y por su ubicación necesariamente deben realizar sus aportes a la única Caja que existe en el departamento, la cual es Comfacauca, esto permite que su nivel de liquidez sea muy bueno y se vea representado en grandes utilidades para la empresa.

Amenazas.

- Competencia desleal, existen Cajas cercanas, en el departamento del Valle, las cuales de manera fraudulenta convencen a algunos empresarios nuevos que llegan al sector a que realicen sus aportes en esas Cajas.
- Servicios sustitutos, algunas empresas, están llegando con servicios similares a los que ofrece Comfacauca, donde los realizan directamente en las instalaciones de las empresas a costos menores, esa situación se ve más que todo en el área de salud ocupacional.

- Tecnología requerida, algunas áreas como la IPS y salud ocupacional, requieren de tecnología especial, lo cual a veces no es tan fácil obtenerlo de manera oportuna debido a que se realiza una asignación de recurso anual y si lo que se requiere no se encuentra dentro del presupuesto asignado, se debe esperar un periodo de tiempo para poder realizar la adquisición.
- Mercado Informal: algunas personas de recreación y salud ocupacional llegan desde otras ciudades con portafolio a ofrecer sus servicios directamente en las empresas.

Estrategias de Marketing

1. Diseñar alianzas estratégicas entre la Caja de Compensación Comfacauca y las empresas que se atienden en la Zona Franca del Cauca como Alpina, Familia, Yupi, Alimentos Cárnicos, para dar a conocer a sus afiliados los servicios de la Caja a través de las pantallas que estas empresas tienen en sus casinos y a través de las páginas web de las mismas.
2. Crear promociones diferentes a los descuentos que se realizan por categoría de afiliados, donde por ejemplo se promueva el servicio de recreación y capacitación y que las personas tengan la opción de acceder a ellos en unas fechas especiales.
3. Mejorar la propuesta de servicios de la Caja para que la demanda aumente de manera rápida, esta estrategia sería realizada a través de la página web de Comfacauca y a través de las redes sociales.

Política de Gestión Integral

La política de Gestión Integral de Comfacauca fue creada con el fin de brindar a los usuarios excelentes servicios.

La Caja de Compensación Familiar Comfacauca, en la actualidad carece de un sistema de Marketing Digital definido y enfocado en sus servicios, en este momento a través del área de mercadeo se realiza la promoción y venta de los servicios a través de un portafolio físico y uno que se maneja a través de correo electrónico y llega directo a los Jefes de Gestión humana de las empresas.

El portafolio de productos llega a municipios como: Santander de Quilichao, Popayán, Piendamó, Guapi, Puerto Tejada, Silvia y la Ciudad de Popayán.

Con el pasar del tiempo, la Caja de Compensación ha ido creciendo significativamente y con ello el número de programas en beneficio de la comunidad también ha aumentado, se sugiere a esta gran empresa para que siga llegando a más personas amplíen su red de Marketing Digital, pues en la actualidad cuentan con capacitaciones de mucho interés tanto para las empresas como para sus afiliados, programas de adulto mayor y recreación pero su publicidad se basa mucho en el volante físico y no hay una estrategia definida de Marketing Digital donde llegue esta valiosa información a través de los diferentes canales de comunicación y redes mencionadas en el capítulo II de manera seguida y oportuna, es de aclarar que el perifoneo y el volante físico son estrategias publicitarias muy utilizadas en los municipios y llega a muchas personas que no tienen la posibilidad de acceder al internet, pero en este momento de coyuntura por la que atraviesa nuestro país ha hecho que las empresas y sus empleados tengan acceso al teletrabajo y que los productos y servicios sean dados a conocer a través del internet, esto ha permitido también que mejoremos las estrategias de promoción y ventas y qué mejor que la Caja de Compensación Familiar única en el Cauca Comfacauca, empiece a adoptar unas estrategias claras de Marketing Digital a través de sus mercadólogos y community manager para que así se visibilice más los servicios que se ofrecen.

Comportamiento de la Caja de Compensación Familiar Comfacauca

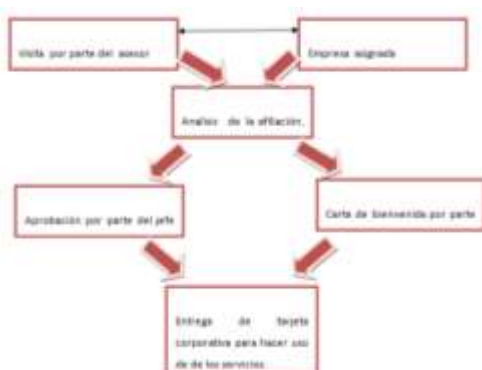
En la actualidad el mercado en el que se encuentra Comfacauca, es un mercado que tiene como finalidad las empresas ya constituidas y las nuevas que llegan al mercado caucano, también se afilian a personas de las fuerzas armadas y a pensionados de cualquier entidad, para la gestión de los asesores empresariales es muy importante esforzarse en la captación del público ya mencionado, la fuerza comercial lo hace a través de charlas informativas, entrega de folletos y stand de servicios, algo importante es que Comfacauca es la única Caja en el departamento del Cauca, lo cual le permite brindar un amplio portafolio de servicios y que las empresas se sientan a gusto a la hora de pagar los aportes de sus trabajadores para que obtengan bienestar junto a su núcleo familiar.

Proceso de Afiliación

El proceso de afiliación inicia con una visita del Asesor Empresarial a las instalaciones de la empresa donde se contacta directamente con el Jefe de Gestión Humana, y es esta persona quien suministra toda la documentación del colaborador para llevar a cabo el proceso.

Figura 18.

Proceso de Afiliación



Fuente: Área de Mercadeo corporativo de la Caja de Compensación Familiar Comfacauca.

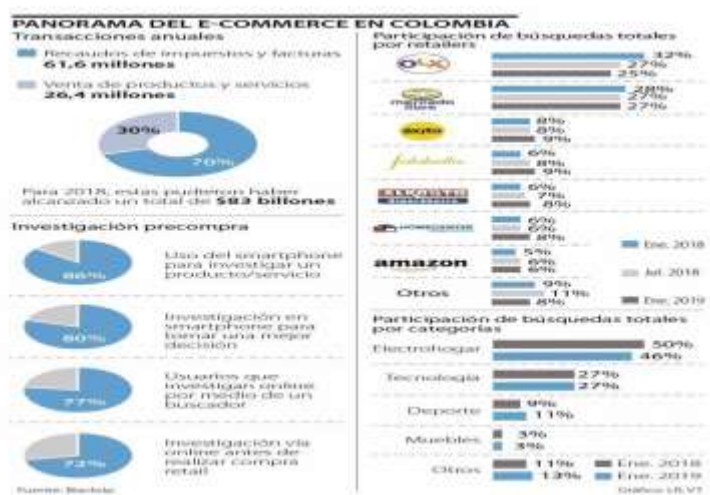
Capítulo VI. Comfacauca Una Mirada Hacia el Comercio Electrónico

Después de revisar el panorama de la Caja de Compensación Familiar del Cauca Comfacauca y mirar el entorno que afecta directa e indirectamente el Marketing Digital, es importante conocer el impacto que el Marketing Digital ha tenido a nivel nacional en las demás Cajas de Compensación para aplicarlo en Comfacauca.

Colombia es un país donde cada día son más las personas que pueden acceder al servicio de internet desde sus casas a través de una red wifi o a través de sus teléfonos móviles, es importante resaltar que Colombia se ha ido adaptando al Mercadeo Digital y con ello las Cajas de Compensación han adoptado estrategias para facilitar las labores de los empleadores que a diario deben realizar afiliaciones y también han ayudado a los afiliados a que sea más fácil a la hora de tomar un servicio, puedan hacer reservas, pagos en línea, e inscripciones a torneos, pasadías y capacitaciones.

Figura 19.

Panorama del e-commerce en Colombia



Fuente: la República, Tradiciones digitales del pib en Colombia (2019).

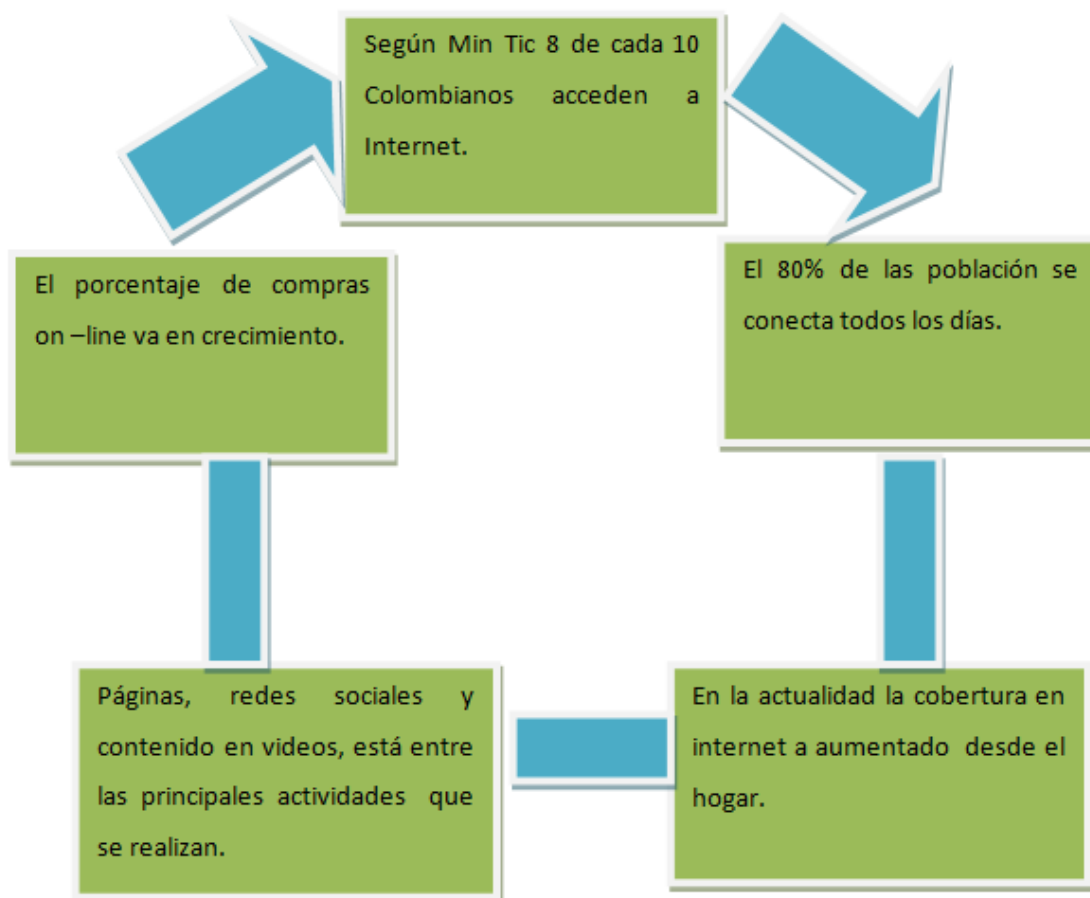
Como se puede apreciar en la imagen, en Colombia el mercado electrónico cada día va creciendo más y con ello los hábitos de consumo han mejorado de manera gradual, es por ello que podemos apreciar que para el año 2019 las compras on-line alcanzaron un 70% que representa a los consumidores que optaron por este medio para realizar sus compras.

Es por esta razón que el Gobierno ha sido de vital importancia y para este año 2020 donde el mercado tradicional da un giro debido a la pandemia del covid – 19 vemos como el Gobierno y las empresas han optado por reinventarse y ofrecer sus productos a través de plataformas y compras online, de esta manera generando más tráfico electrónico y mayor creatividad a la hora de comercializar sus productos.

Es así como el Gobierno ha incentivado a que los colombianos utilicen nuevas tecnologías para que puedan realizar sus compras, pedir citas, o para el caso de las Cajas de Compensación puedan brindar sus servicios de manera digital, como capacitaciones.

Hábitos de Consumo y Compra On-line

Min Tic, en sus indicadores del 27 de marzo de 2019, muestra que el 82% de la población colombiana utiliza internet todos los días de la semana, el 14% de la población lo utiliza al menos una vez a la semana pero no cada día y el 2% de la población no utiliza internet, lo cual nos arroja una cifra que va en crecimiento, de igual manera esto nos muestra que los colombianos cada vez realizan más compras por internet, y esto es positivo para las Cajas de Compensación porque permite que más afiliados puedan acceder a los servicios que se ofrecen desde las plataformas de la Caja de Compensación Familiar Comfacauca, es importante resaltar que los consumidores se encuentran entre los 18 y los 40 años, lo cual quiere decir que son personas jóvenes que ya han ingresado al mundo laboral.

Figura 20.*Principales Tendencias de Consumo On-line*

Fuente: Elaboración propia, basado en un Estudio realizado por Mintic “Medición de indicadores de consumo” (2019)

Herramientas del Marketing Digital

Dropshipping: Se refiere a una variante del Ecommerce en donde se realizan ventas on line, pero no se mantienen stock de productos, en esta dinámica se gestionan los pedidos de los clientes, se realiza el proceso de facturación y luego se gestiona a través de un proveedor la entrega del producto al cliente, esto quiere decir que el comerciante nunca ve o manipula el producto si no que es gestionado por medio de terceros, para el caso de la Caja de

Compensación Familiar del Cauca Comfacauca, esta herramienta se puede utilizar ya que no se requiere de mucha inversión, si no de tener un nicho de mercado definido, en este caso son todas las empresas ubicadas en el departamento del Cauca, a ellas se les prestaría servicios de recreación o capacitación en el momento en que ellas lo requieran y se contrata con los proveedores con los que cuenta la Caja de Compensación para que brinden el servicio (Urbano, s.f.).

Tienda en Línea: Una tienda en línea se refiere a un medio a través del cual los clientes pueden acceder a los productos bien sea fabricados o distribuidos por las empresas, en estas tiendas el comerciante sube las imágenes o fotos de los artículos de manera que las personas puedan visualizarlas y para realizar la compra los clientes deben registrarse para efectuar compras a través de un carrito y tengan la opción de realizar seguimiento a su envío, posible fecha de llegada y si surge algún inconveniente se puede resolver con la línea posventa que tiene la tienda on line (*Cómo funciona una tienda virtual*, 2016).

Trading: Se refiere a negociar en los mercados financieros con el fin de generar rentabilidades en el tiempo, el trading se puede realizar en divisas, acciones o commodities, a largo plazo se espera que la Caja de Compensación Familiar Comfacauca pueda invertir en la bolsa de valores, ya que el trading genera una rentabilidad ilimitada por la libertad financiera que se maneja (Ruiz, 2013).

Amazon: Es una compañía cuyo mercado principal es el comercio electrónico junto a servicios de cómputo en la nube, es una de las empresas de venta por internet más grande a nivel mundial donde se puede encontrar casi de todo, aquí los vendedores pueden comisionar por las

ventas que realicen para ello se requiere que los productos que se estén ofreciendo tengan gran tráfico para que la venta sea asertiva (Urbano-Mateos, s.f.).

Agencias Digitales: Buscan a través de las tecnologías acercar a las empresas que aun no tienen conocimiento de este tipo de herramientas, las agencias se encargan de guiar a sus clientes para que obtengan buen reconocimiento de marca, presentación de nuevos productos, mayor cercanía con el consumidor y posicionar la marca en nuevos nichos de mercado.

Mentorías: Son una estrategia de Marketing donde se realiza capacitación a través de sesiones virtuales las cuales luego pasan a la práctica, permitiendo que la empresa ya pueda crear su estrategia.

Marketing de Afiliados: Es una herramienta destinada a las personas que desean realizar ventas por internet a través de la cual se divulgan productos de manera atractiva para captar la atención de los clientes, en el caso de Comfacauca se utiliza esta clase de marketing, donde por medio de los asesores se realiza divulgación utilizando temas creativos que capten la atención de las personas y conlleve a la compra.

Youtube: Es un portal de internet que permite a sus usuarios subir y visualizar vídeos, fue creado en febrero de 2005 por Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim, quienes se conocieron trabajando en PayPal. Un año más tarde youtube fue adquirido por Google en 1650 millones de dólares, esta plataforma cuenta con un reproductor online... una de sus principales innovaciones fue la facilidad para visualizar videos en streaming, es decir, sin necesidad de descargar el archivo a la computadora. Los usuarios, por lo tanto, pueden seleccionar qué video quieren ver y reproducirlo al instante. (Perez y Merino, 2010)

Un canal de youtube es muy eficiente para ofrecer productos y servicios, entre más suscriptores se tengan hay más facilidades de comercializar un producto, para el caso de Comfacauca, se cuenta con un canal de Youtube el cual se creó hace aproximadamente 3 meses con el fin de tener más cerca a los afiliados y a la fecha cuenta con 1.650 suscriptores que se están enterando de todas las actividades y capacitaciones que les brinda su Caja de Compensación Familiar.

Fiverr: Se refiere a una plataforma especializada, para comprar y vender productos digitales, esta plataforma solo permite entrega de servicios online nada se entrega en físico, en esta plataforma se pueden diseñar logos, realizar folletos y realizar interacciones.

TSA: Se trata de una tienda online que se encuentra enfocada a un nicho de mercado específico, donde es importante con ello conocer cuáles son esas personas interesadas y crear un grupo para ofrecerles los productos, ya que no necesariamente se ofrece un artículo en común sino diferentes tipos de producto pero que llevan a lo mismo, por ejemplo para el caso de Comfacauca aplicaría en la tienda deportiva que se tiene, donde se venden balones, pantalonetas sacos, camisetas, gorras y termos pero todos van con el logo de Comfacauca y los colores distintivos que son el blanco y el azul haciendo alusión a la Caja de Compensación Familiar.

SEO: Son las estrategias que se utilizan para posicionar una marca, para ello se utilizan diferentes técnicas que permiten aumentar el tráfico en los motores de búsqueda, es decir esta herramienta permite que lleguen más visitas a una página (Vicente, 2019).

Influencer: Se trata de aquella persona que expresa diversas opiniones sobre un tema específico o que promociona productos, servicios o marcas ejerciendo influencia hacia las demás personas, debe ser carismático, tener un tono de voz adecuado y tener empatía con las

personas que lo siguen a través de las diferentes redes donde se encuentre aportando contenido, para el caso de Comfacauca, se cuenta con personas que realizan actividades similares a la de un influencer, ya que suben contenido a las plataformas virtuales, contestan los requerimientos de los usuarios, pero falta que interactúen más con el público que son todos los afiliados a la Caja. A corto plazo y debido a la situación actual donde la mayoría de colaboradores de la Caja y de las diferentes empresas se encuentran teletrabajando, se hace necesario un influencer que motive a que las personas sigan y utilicen la variedad de servicios que se tienen para todos sus afiliados (Qué es un influencer y por qué lo necesitas para mejorar tu estrategia de Marketing, 2017).

Conclusión

De acuerdo a lo mencionado en el trabajo se puede llegar a la conclusión, que en comparación con otros países como Estados Unidos la dinámica de Colombia está por debajo del promedio de compras y toma de servicios por internet, de acuerdo con lo anterior, el Ministerio de Tecnologías de la Información ha realizado un gran esfuerzo para que se realice de una manera más proactiva el uso de herramientas informáticas.

Así mismo, Colombia en los últimos 5 años ha presentado un crecimiento potencial frente a otros países latinoamericanos, y es fundamental resaltar que el Marketing Digital ha logrado tener un gran impacto, donde las personas hoy por hoy tienen mayor interacción con las empresas, además se evidencia que la Caja de Compensación Familiar Comfacauca, presenta grandes oportunidades por medio de alianzas estratégicas, las cuales ayudarán para la generación de una oferta mucho más completa en los servicios, pues la economía está en muy buena posición para generar empleo, lo cual se ve reflejado en un mercado con potencial atractivo y de empresas nuevas para afiliación.

Cabe resaltar que en el momento COMFACAUCA no cuenta con competencia, al ser la única Caja de Compensación Familiar ubicada en el departamento del Cauca, evidenciándose resultados en las cifras de participación en el mercado y coberturas de los servicios que ofrece a cada uno de sus clientes.

Es importante tener en cuenta que el Marketing Digital ha logrado impactar de manera positiva en el ámbito tecnológico y de esta manera ha presentando diversas herramientas para facilitar a los usuarios las opciones de búsqueda. Lo anterior también se puede ver reflejado en

las Cajas de Compensación Familiar, especialmente Comfacauca, donde de una u otra manera, se utiliza el Marketing Digital.

Finalmente, es de vital importancia tener en cuenta que en Colombia se ha incursionado de una manera progresiva en el comercio electrónico, y esto es un gran paso dentro de un mundo cada vez más globalizado y que avanza cada vez más rápido, es por ello que en Colombia siempre se debe ir avanzando al igual que en las Cajas de Compensación, pues en este momento de coyuntura que enfrenta el país por la pandemia del covid -19 se hace necesario incursionar cada vez más en el mundo virtual y utilizar herramientas de Marketing Digital.

Referencias

- Acosta-Herrera, D.E., Martínez-Bohorquez, A.F. (s.f.). *Marketing Digital y su evolución en Colombia*. <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/11280/Marketing%20Digital%20y%20su%20Evolución%20en%20Colombia.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Alfaro, J. (2020, 29 de mayo). *Cómo hacer dinero por Internet*. [Archivo de video]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=TEJ--9bh5_c&feature=youtu.be Como hacer dinero por Internet
- Caja de Compensación Familiar del Cauca. (s.f.). *¿Quiénes somos?* Recuperado el 6 de junio de 2020 de <https://www.comfacauca.com/nuestra-empresa>
- Cámara de Comercio del Cauca. (2019). Agencia de empleo de Comfacauca 2018. 4, 1-14. https://www.cccauca.org.co/sites/default/files/imagenes/boletin_no4-_agencia_de_empleo_comfacacuca-comprimido.pdf
- Cámara de Comercio del Cauca. (2020). Índice departamental de innovación. Boletín mensual información socioeconómica, 3, 1-2. https://www.cccauca.org.co/sites/default/files/archivos/boletin_3._indice_departamental_de_innovacion.pdf
- Cómo funciona una tienda virtual. (2016, 14 de junio). *Evaluando software.com*. <https://www.evaluandosoftware.com/funciona-una-tienda-virtual/>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2019, 27 de diciembre). Indicadores básicos de tenencia y uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en empresas

2018. [Boletín técnico]. *Indicadores básicos de TIC en Empresas – 2018*.

https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/tic/bol_empresas_2018.pdf

Estadísticas de la situación digital de Colombia en el 2019 y 2020. (2020, 17 de abril). *Branch*.

<https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-colombia-en-el-2019-y-2020/>

Ferrel, M.(2.006). Marketing en el siglo XXI, (3ª ed.,pp.255).

Guiltinan, J. P., Paul, W. G. y Madden, T. J. (1.998). *Gerencia de marketing, estrategias y programas*. (6ª ed., pp. 201-435). Mc Graw Hill.

Hurtado, C. T. (s.f.). Evolución de la tecnología. <http://evoluciontecnologiacamilath.blogspot.com.co/p/evolucion-del-internet.html>

Hüt-Herrera, H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión social networks: a new diffusion tool. *Revista Reflexiones*, 91 (2),121-128. <https://www.google.com/rl?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjsupjb4OjrAhUBwVvKkHTek1AQFjABegQIAxAB&url=https%3A%2F%2Fdialog.net.unirioja.es%2Fdescarga%2Flibro%2F5130.pdf&usg=AOvVaw3z6QmnNI3vfJB0YXFUOOhY>

Las aplicaciones de videollamada más utilizadas. (2020). *Menorcaaldia*.

<https://menorcaaldia.com/2020/05/02/las-aplicaciones-de-videollamada-mas-utilizadas/#:~:text=Instagram%20es%20una%20aplicación%20y,lanzada%20en%20octubre%20de%202010.>

Lopez, B. (2019, 16 de julio). Qué es LinkedIn, para qué sirve y cómo funciona. *Blog Ciudadano 2.0*. <https://www.ciudadano2cero.com/linkedin-que-es-como-funciona/>

- McCarthy, E. G. y Perrault, W. D. (1.997). *Marketing planeación estratégica de la teoría a la práctica*. (1ª ed., pp. 56). Mc Graw Hill.
- Medina Acero, C. A., Lizcano Garzón, L. E., Salamanca, N. E., Martínez, A. E., & Vásquez, A. A. (2018). Aplicación para la gestión del cambio del marketing tradicional al Marketing Digital e innovación abierta con énfasis en investigación aplicada para la planeación, para las Pymes y Mipymes en la ciudad de Bogotá. *Revista RETO*, 5(5), 60-73.
<http://revistas.sena.edu.co/index.php/RETO/article/view/1412>
- .Ministerio de Tecnologías de la información y Comunicaciones.(2020, 07 de septiembre). *Colombia es uno de los países con más usuarios en redes sociales en la región*.
<https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-Prensa/Sabia-Ud-que/2713:Colombia-es-uno-de-los-paises-con-mas-usuarios-en-redes-sociales-en-la-region>
- Narvaez, E.A. (2020). Análisis: ¿Cómo ha evolucionado el retail en Colombia? P&M: Publicidad y Mercadeo.
- Pérez-Porto, J., Merino, M. (2010). Definición de You Tube. *Definición de*.
<https://definicion.de/youtube/>
- Qué es un influencer y por qué lo necesitas para mejorar tu estrategia de Marketing. (2017, 07 de marzo). Blog Apuntes de Marketing Razonable.mglobal. <https://mglobalmarketing.es/blog/que-es-un-influencer-y-que-aporta-a-tu-estrategia-de-marketing/>
- Rodriguez-Merino, C. (2015, 25 de agosto). Modelos de negocio y ventajas del E – Commerce. *Blog del Máster en Marketing Directo y Digital de la UPF Barcelona School of*

Management. <https://marketingdigital.bsm.upf.edu/modelos-negocio-ventajas-del-e-commerce/>

Ruiz, D. A. (2013, 09 de octubre). ¿Qué significa hacer trading? *Blog Gestion.pe*.

<https://gestion.pe/blog/analizandotusinversiones/2013/10/que-significa-hacer-trading.html/>

Salinas, A. (2017, 10 de mayo). La historia real del éxito de la red social Facebook.

Mott.marketing. <https://mott.marketing/la-historia-real-del-exito-de-la-red-social-facebook/#:~:text=Facebook%20fue%20creado%20por%20Mark,los%20estudiantes%20de%20dicha%20universidad.>

Salinas, A. (2017, 24 de octubre). Origen, historia e información completa sobre la red social

Twitter. *Mott.marketing*. <https://mott.marketing/origen-historia-e-informacion-completa-sobre-la-red-social-twitter/#:~:text=La%20red%20social%20Twitter%20fue,habían%20sido%20colaboradores%20de%20Google.&text=Al%20inicio%20este%20microblogging%20fue,empleados%20de%20la%20compañía%20Odeo.>

Sanchez-Lopez, J. A. (2013). *Plan de mercadeo para la caja de compensación familiar de*

Cundinamarca COMFACUNDI [Trabajo de grado, Universidad Piloto de Colombia].

Repositorio institucional Universidad Piloto de Colombia

<http://repository.unipiloto.edu.co/handle/20.500.12277/2511>

Superintendencia del Subsidio Familiar. (2019, 26 de abril). *Facilitan afiliaciones a Cajas de Compensación Familiar a través de canales electrónicos*. [https://www.ssf.gov.co/salade-prensa/ultimas-noticias?](https://www.ssf.gov.co/salade-prensa/ultimas-noticias/)

Universidad de la Sabana . (2012). *Criterios y hábitos de consumo de información On-line en Colombia*. <https://www.unisabana.edu.co/menu-superior-1/salade-prensa/noticias/detalle-de-noticias/noticia/criterios-y-habitos-de-consumo-de-informacion-online-en-colombia/>

Urbano-Mateos, S. (s.f.). *¿Qué es Amazon?*. Actualidadecommerce. Consultado el 21 de julio de 2020. <https://www.actualidadecommerce.com/que-es-amazon/>

Urbano-Mateos, S. (s.f.). *Qué es el Dropshipping y cómo funciona*. Actualidadecommerce. Consultado el 21 de julio de 2020. <https://www.actualidadecommerce.com/dropshipping-que-es/>

Vicente, F. (2019, 05 de septiembre). *¿Qué es el SEO o posicionamiento en buscadores? Blog Tu posicionamiento web*. <https://www.tu posicionamiento web.net/que-es-el-seo-posicionamiento-web-seo/>