

Incidencia del Marketing Digital como estrategia para el posicionamiento de la tienda Arte Fino en la ciudad de Estelí, en el año 2023.

Incidence of Digital Marketing as a strategy for the positioning of the Arte Fino store in the city of Estelí, in the year 2023.

Briss Argely Girón Argueta

itsbrissmills@gmail.com

Litzy Dayana Arroliga Meza

litzymeza.xo@gmail.com

Angela Patricia Rodríguez Pérez

rodriguezperez.angelapatricia@gmail.com

Orvelina Rodríguez González

cursounan@gmail.com

RESUMEN

En la última década, el Marketing digital ha experimentado un crecimiento exponencial, convirtiéndose en un componente vital para el éxito, teniendo un impacto significativo en la forma en que las empresas se conectan con su audiencia y promueven sus productos o servicios. El presente trabajo de investigación se basa en analizar la incidencia del Marketing digital como estrategia para el posicionamiento de la tienda Arte Fino de la ciudad de Estelí, en el año 2023. Para iniciar esta investigación se realizó una búsqueda en diferentes investigaciones previas acerca de la problemática que se está abordando, en las que todos llegaron a la conclusión de que las estrategias de Marketing digital son fundamentales para el éxito de una empresa. Posteriormente, se describe la problemática que presenta la tienda Arte fino actualmente, pero se complementa con un plan de mejora que permitirá fortalecer la relación con los clientes por medio de la implementación del marketing digital. De ahí el móvil para realizar esta investigación, puesto que, si Arte fino implementa estrategias basadas en Marketing de contenidos puede crear una percepción positiva de su marca, dado que, los consumidores ya no solo utilizan el internet como entretenimiento, sino que, se ha convertido en una fuente de acceso a la compra de productos, llevándonos a la conclusión de que la implementación de marketing digital ha influido en el posicionamiento de la tienda Arte fino y le ha permitido a la empresa un mayor crecimiento, reconocimiento de marca, captación de nuevos clientes y un incremento en las ventas.

Palabras clave: Marketing digital, Marketing de contenidos, posicionamiento, estrategias y audiencia.

ABSTRACT

In the last decade, Digital Marketing has experienced exponential growth, becoming a vital component for success, having a significant impact on the way companies connect with their audience and promote their products or services. The present research work is based on analyzing the incidence of digital Marketing as a strategy for the positioning of the Arte Fino store in the city of Estelí, in the year 2023. To begin this research, a search was carried out in different previous investigations about the problem that is being addressed, in which everyone came to the conclusion that digital Marketing strategies are essential for the success of a company. Subsequently, the problems that the Arte Fino store currently presents are described, but it is complemented with an improvement plan that will strengthen the relationship with customers through the implementation of digital marketing. Hence the motive to carry out this research, since, if Arte Fino implements strategies based on Content Marketing, it can create a positive perception of its brand, since consumers no longer only use the Internet for entertainment, but it has become a source of access to the purchase of products, leading us to the conclusion that the implementation of digital marketing has influenced the positioning of the Arte Fino store and has allowed the company greater growth, brand recognition, customer acquisition. new customers and an increase in sales.

Keywords: Digital marketing, content marketing, positioning, strategies and audience

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se titula “Incidencia del Marketing Digital como estrategia para el posicionamiento de la tienda Arte Fino en la ciudad de Estelí, en el año 2023”, cuyo propósito es describir las estrategias de Marketing digital que emplea la empresa Arte Fino, asimismo, realizar un plan de mejoras basado en la implementación de estas estrategias apoyadas en las que ya emplean, esto, para que la empresa obtenga mayor reconocimiento y posicionamiento entre los usuarios que se dedican a comprar estos materiales, así como, una presencia fuerte en los medios digitales.

Arte Fino es una empresa que lleva siete años en el mercado. Se dedicó en sus inicios a la venta de materiales para manualidades, centrándose principalmente en cintas y materiales para la elaboración de moños de niñas. Actualmente, Arte Fino ofrece a sus usuarios una gran variedad en materiales para la elaboración de moños para niñas, artículos de costura, tejidos y, además, está empezando a ofrecer productos de personalización de cintas con el método de sublimación y vinil, dando así, la oportunidad de dar un estilo único y personal a los lazos de sus clientas.

La implementación de un plan de mejoras basado en el desarrollo de estrategias en los medios digitales generará a cualquier empresa un mayor crecimiento, desde el reconocimiento de marca, lo que trae consigo la captación y fidelización de clientes, misma que se ve reflejada en las ventas.

Todo lo que concierne a este trabajo investigativo está regido por los objetivos planteados en esta investigación y a la problemática presentada. El presente documento se estructura de la siguiente forma; de manera introductoria se abordan los antecedentes de investigaciones previas que se refieren a estudios anteriores acerca de la misma problemática, donde todas estas investigaciones obtuvieron como conclusión que la implementación de estrategias de Marketing digital son fundamentales para el éxito de toda empresa, llevándolas a obtener mayor reconocimiento, y de igual forma permitiéndoles identificar y aprovechar las necesidades de los clientes a fin de satisfacerlas de la manera más conveniente para la empresa.

En el planteamiento del problema se da a conocer la situación actual de la tienda Arte Fino, cuyo enfoque está basado en el contenido que crea la empresa en los medios digitales, donde se ha identificado que la empresa necesita una mejor organización del Marketing, así como la implementación de estrategias para obtener un mayor posicionamiento y fidelización de clientes. Seguidamente la justificación, donde el móvil de la realización de esta investigación se debe principalmente a las ventajas y beneficios que trae consigo la implementación de estrategias de Marketing digital para las empresas, destacando el alcance que pueden tener y lo rentables que son, en comparación al Marketing tradicional.

También, se plantearon los objetivos, desde el objetivo general el cual es analizar la incidencia del Marketing digital como estrategia para el posicionamiento de la tienda Arte Fino de la Ciudad de Estelí, en el año 2023. Así

como los objetivos específicos, para obtener conclusiones más detalladas y más precisas, llevando a dar salida a cada resultado en este trabajo, lo cual se sostuvo de una base teórica compuesta por 5 ejes como lo son: empresa, marketing digital, posicionamiento, fidelización de clientes y estrategias, todos estos, para tener una fundamentación teórica de cada temática abordada durante esta investigación.

Del mismo modo, se planteó el supuesto de investigación, así como la operacionalización de variables, las cuales se confirman a través de los instrumentos aplicados. Seguidamente el diseño metodológico el cual determina el tipo de investigación, siendo en este caso de enfoque mixto, utilizando métodos cualitativos como cuantitativos, de la misma forma, se detalla el área de estudio, los sujetos que colaboraran a la obtención de resultados, los criterios con los que fueron seleccionados, los métodos, técnicas e instrumentos de recopilación de datos. También, la descripción de cada una de las etapas abordadas para llevar a cabo este trabajo investigativo.

A través de la implementación de técnicas e instrumentos de recolección de datos se logró analizar y discutir resultados, con los que se dieron salida a los objetivos planteados y con los que se terminó de fundamentar esta investigación, por lo que, gracias a esto se pudo llegar a conclusiones firmes, donde principalmente se identificó como ventaja para Arte fino que el desarrollar estrategias de Marketing digital se ha visto reflejado desde el incremento de los leads, hasta ir logrando una presencia firme en los medios digitales y un mayor reconocimiento de la marca, lo que se ha visto reflejado en las ventas. Asimismo, se plantearon recomendaciones para todo aquel que necesite la información. De esta manera culmina el presente documento, con las referencias bibliográficas consultadas para la obtención de información y con los anexos, los cuales complementan el trabajo realizado.

MATERIALES Y MÉTODOS

La presente investigación tiene un enfoque de estudio mixto; este tipo de investigación es aquella que aúna los métodos cuantitativos y cualitativos, con el fin de disponer de las ventajas de ambos y minimizar sus inconvenientes. La investigación mixta, por tanto, lo que hace es utilizar los dos métodos, pudiendo así conseguir un estudio más completo y detallado sobre un fenómeno determinado (Arias, 2020).

Se considera una investigación mixta ya que, en primer lugar, los datos cualitativos permitirán obtener respuestas acerca de las preguntas de investigación, así como probar la hipótesis con respecto a analizar y detallar las estrategias de Marketing Digital. Asimismo, con respecto a los datos cuantitativos, se pretende conocer el impacto que tienen las estrategias de Marketing Digital en las personas.

En la presente investigación, la población la conforman todos los clientes de la tienda Arte Fino, donde se identificó a través de la propietaria del negocio, un promedio de 720 clientes que han visitado la tienda en el último semestre.

La muestra de esta investigación está conformada por un número específico de clientes de Arte Fino, el cual se determinó a través de un muestreo probabilístico, donde los objetos de la muestra serán elegidos al azar y cada

miembro tiene exactamente la misma probabilidad de ser seleccionado. Se utilizó el método muestreo aleatorio simple, donde los objetos de la muestra fueron elegidos al azar y cada miembro tiene exactamente la misma probabilidad de ser seleccionado.

En esta investigación se aplicaron encuestas a 251 clientes de Arte fino. Este número se tomó a través de la aplicación de un muestreo probabilístico y las encuestas se realizaron en digital, a través de Google forms proporcionándoles un link a los usuarios.

Asimismo, se realizó la entrevista a la propietaria de la tienda Arte fino, donde nos brindó información que colaboró a la obtención de información acerca de las estrategias de Marketing Digital que emplean en el negocio, así como las ventajas que estas le generan, además de su percepción acerca de esta problemática.

La investigación se conformó de 4 etapas:

Etapas 1: Investigación documental

En esta primera etapa, se recopiló información mediante diversas fuentes tales como; información en la tienda Arte Fino, artículos, blogs y páginas en sitios web, así como tesis previas a nivel nacional e internacional. Esta información fue la base teórica y conceptual para desarrollar esta investigación.

Etapas 2: Elaboración de instrumentos

Consecuente a la realización de la investigación documental se dio inicio a la elaboración de técnicas de recolección de datos, las que están ligadas a los objetivos específicos de esta investigación, donde se hizo uso de instrumentos para la obtención de información.

Etapas 3: Trabajo de campo

La presente investigación se apoya en la información que proviene de la entrevista realizada a la propietaria de la tienda Arte Fino, así como de la aplicación de encuestas a 251 clientes del negocio de manera de muestra.

Los instrumentos, tales como la entrevista y la aplicación de encuestas se trabajaron durante el segundo semestre del año 2023, esto con el fin de dar respuesta a la hipótesis y salida a los objetivos planteados.

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Descripción de la empresa

Arte fino es una empresa que lleva siete años en el mercado, la cual se encuentra ubicada en la ciudad de Estelí, detrás de Catedral. Se dedicó en sus inicios a la venta de materiales para manualidades, empezando con una pequeña cantidad de productos en inventario tales como cintas y materiales para la elaboración de moños de niñas. Con el paso del tiempo la propietaria Rocío Pineda Dávila, notó que había una necesidad de estos productos al no existir muchos vendedores de estos materiales, por lo que, fue ampliando cada vez más su negocio.

Actualmente, Arte Fino ofrece a sus usuarios una gran variedad en materiales para la elaboración de moños para niñas, artículos de costura, tejidos y, además, está empezando a ofrecer productos de personalización de cintas con el método de sublimación y vinil, dando así, la oportunidad de dar un estilo único y personal a los lazos de sus clientas. En base al crecimiento y demanda que han tenido sus productos, Arte Fino cuenta con una sucursal en Managua y un puesto de venta de cintas en León que está en constante crecimiento.

En el siguiente apartado se muestra el procesamiento y análisis de los resultados que son propios de la investigación, basados en la aplicación de diferentes herramientas de recolección de datos con el fin de dar salida a los objetivos que se han propuesto, lo que permitirá establecer las bases necesarias para evaluar los resultados y obtener conclusiones precisas con respecto a la problemática de esta investigación.

En primer lugar, se realizó entrevista a Rocío Pineda Dávila, quien es propietaria de Arte fino, lo que permitió identificar las estrategias de Marketing digital que implementa en su negocio, así como, las ventajas que esto le ha traído para el crecimiento del mismo. Asimismo, se aplicaron encuestas a clientes de la empresa, lo que colaboró a identificar la presencia que tiene Arte fino en los medios digitales, así como sus opiniones sobre el negocio.

Identificación de las estrategias de Marketing digital que implementa la tienda Arte fino

Como nos dijo Rocío Pineda propietaria de Arte Fino, el Marketing digital es una de las cosas más importantes en estos tiempos donde todo es digital y más para nuestra empresa, ya que, una gran parte de la base de nuestras ventas entra por el marketing digital que realizamos.

La entrevista que realizamos nos permitió conocer las estrategias que implementan y el tipo de contenido en el ámbito del Marketing digital que crea actualmente la tienda Arte Fino. La tienda ha aprovechado plataformas como Facebook, Instagram y últimamente TikTok, la propietaria resaltó la importancia de la interacción con sus clientes en los medios digitales, destacando la creación regular de contenido interactivo tanto en historias como en publicaciones normales, y contenido un poco más creativo o para humanizar la marca como lo son tutoriales y videos de algunos procesos de trabajo, especialmente en el área de sublimación.

Publicidad

Una de las primeras dudas que quisimos aclarar al momento de entrevistar a la propietaria de Arte Fino fue qué estrategias de Marketing Digital implementa actualmente en su negocio, en respuesta a nuestra indagación ella mencionó que utiliza las redes sociales para crear contenido, como lo son Instagram, Facebook y tiktok, que es una aplicación muy importante hoy en día para una empresa, ya que, sirve para conectar con los clientes y así mismo pagamos publicidad a algunos posts de Facebook para hacer que las personas conozcan nuestro producto.

Ilustración 1 Medios en los que los clientes conocieron Arte fino



Fuente: Encuesta realizada a clientes de Arte fino

Como se puede apreciar un 47.79% de los clientes conocieron Arte Fino a través de sus redes sociales, Gracias a estos datos podemos darnos cuenta de que la estrategia publicitaria en la plataforma de Facebook ha tenido un impacto notable en la visibilidad de la tienda, la presencia activa en redes ha servido como un canal efectivo para atraer nuevos clientes.

Marketing de contenidos

Trabajo con una agencia de publicidad que se encarga de hacer contenido para mis redes sociales, ellos vienen una vez al mes a tomar fotos y todos los días se publica un producto nuevo en nuestras redes sociales y se encargan de ayudarme con todo lo que tenga que ver con redes como por ejemplo a promocionar algunas publicaciones para llegar a más personas, cambiar iconos de las redes dependiendo la temporada del año, entre otras cosas, también cuento con alguien interno en la empresa que da segunda a ellos, crea contenido para la tienda, como historias diarias, videos tutoriales, entre otras publicaciones que son necesarias para la tienda como post de promociones, anuncios, rifas, etc (Pineda, 2023).

Ventajas que tiene la implementación del Marketing Digital para las empresas

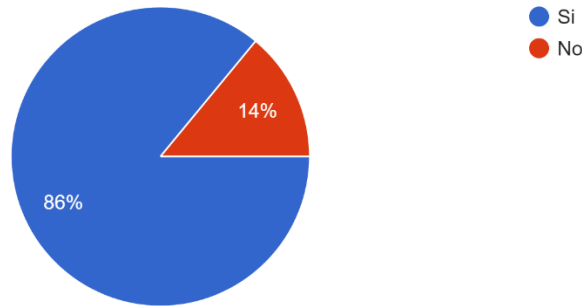
La propietaria de Arte Fino menciona que el marketing digital ha ayudado al crecimiento de su negocio, pues comenta que; el marketing digital ha ayudado a mi negocio y sé que, haciendo un mejor uso de las redes, con más estrategias tendré mejores resultados, me ha ayudado para que los clientes se enteren de los productos que ofrecemos, atrae nuevos clientes, ha ayudado a que nuestros materiales lleguen a muchas personas en toda Nicaragua. El marketing digital ha ayudado a mi negocio y sé que, haciendo un mejor uso de las redes, con más estrategias tendré mejores resultados, me ha ayudado para que los clientes se enteren de los productos que

ofrecemos, atrae nuevos clientes, ha ayudado a que nuestros materiales lleguen a muchas personas en toda Nicaragua (Pineda, 2023).

Ilustración 2 Número de clientes que siguen las redes sociales de Arte fino

8. ¿Sigue la tienda Arte Fino en sus redes sociales?

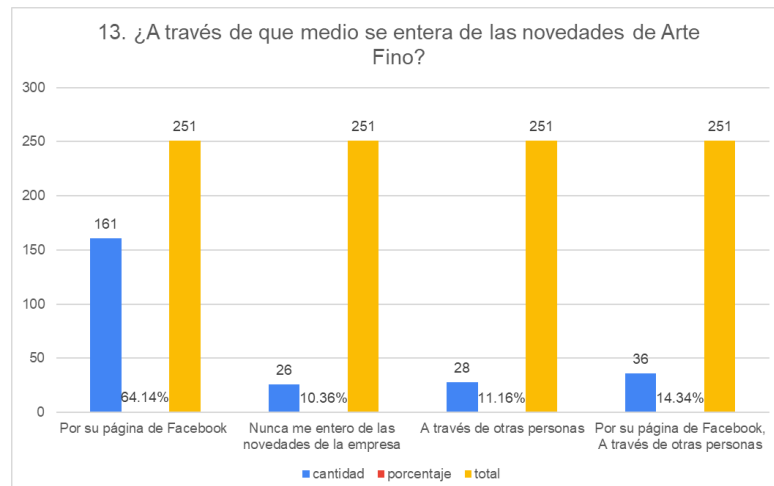
250 respuestas



Fuente: Encuesta realizada a clientes de Arte fino

Una gran mayoría de los encuestados indican que siguen a la tienda en sus redes sociales, este alto porcentaje muestra una activa participación y un interés sólido por parte de los clientes en mantenerse conectada con la tienda por medio de las redes sociales. Sin embargo, es importante observar el 14% que declaró no seguir a Arte Fino en redes sociales y es una oportunidad para comprender las razones detrás de esto, podría explorarse a través de encuestas adicionales o un análisis más detallado, aunque algunas razones pueden ser simplemente porque el cliente no usa las redes sociales, de igual manera el gráfico nos permite entender que existe la oportunidad de diversificar las estrategias de marketing digital para llegar a audiencias que pueden no estar tan activas en algunas plataformas.

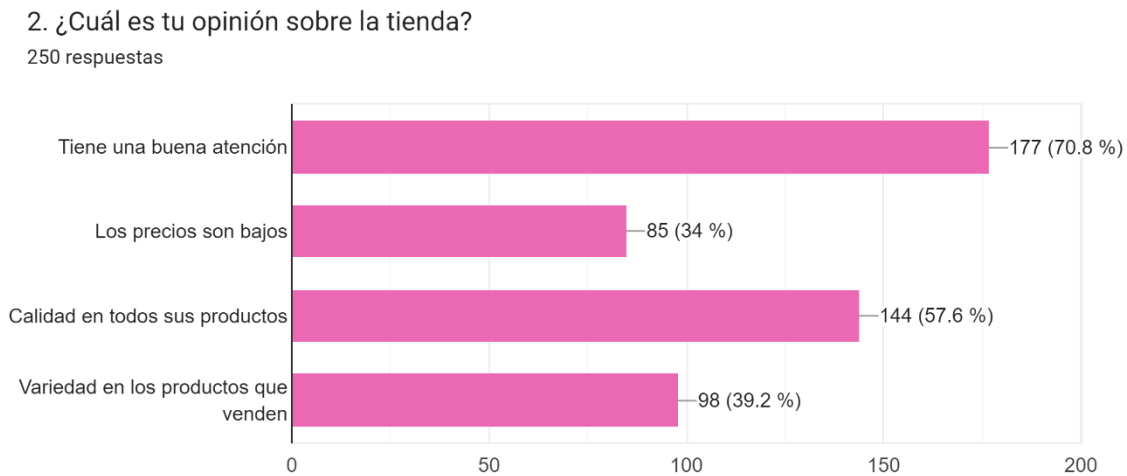
Ilustración 3 Medios para conocer las novedades de la empresa



Fuente: Encuesta realizada a clientes de Arte fino

La página de Facebook se destaca como el medio principal por medio del cual los clientes se enteran de las novedades de la empresa, el hecho de que más del 60% de los clientes se enteren por medio de esta red social indica que esta plataforma es un canal efectivo para comunicar información relevante, una de las razones de porque sus clientes se enteran más de las novedades por medio de Facebook es porque Arte Fino empezó en las redes con una página de Facebook, la mayoría de su mercado usa Facebook, que Instagram y hasta no hace mucho la tienda no era muy activa en Instagram, ni en tiktok.

Ilustración 4 Opinión de los clientes sobre Arte fino



Fuente: Encuesta realizada a clientes de Arte fino

Para poder determinar los puntos fuertes que tiene la empresa es importante conocerlo a través de los mismos clientes, por ello, se les preguntó cuál es la opinión que tienen sobre la empresa, donde se identificó que la mayoría de los clientes consideran que Arte fino brinda una buena atención, además, que ofrecen una diversidad de productos y de calidad.

Obtener la opinión de los clientes a través de esta pregunta sirvió como retroalimentación, puesto que con ello se puede fortalecer esos puntos que tiene a su favor la empresa, así como mejorarlos.

Propuesta de estrategias de Marketing digital enfocadas en Marketing de contenidos para mejorar el posicionamiento de Arte fino la fidelización de clientes

Luego de identificar cual es la percepción de los clientes con respecto a la empresa y de igual forma, con respecto a la competencia, se propone el siguiente plan de mejora, el cual tiene como objetivos:

- Proponer estrategias basadas en Marketing de contenidos para mejorar el posicionamiento de la tienda Arte fino.

- Proponer acciones para mejorar la fidelización de clientes y crear relaciones duraderas y rentables.

Las acciones de mejoras que se proponen son:

- Luego de identificar cual es la percepción de los clientes con respecto a la empresa y de igual forma, con respecto a la competencia, se propone el siguiente plan de mejora, el cual tiene como objetivos:
 - Proponer estrategias basadas en Marketing de contenidos para mejorar el posicionamiento de la tienda Arte fino.
- Proponer acciones para mejorar la fidelización de clientes y crear relaciones duraderas y rentables.
- Luego de identificar cual es la percepción de los clientes con respecto a la empresa y de igual forma, con respecto a la competencia, se propone el siguiente plan de mejora, el cual tiene como objetivos:
 - Proponer estrategias basadas en Marketing de contenidos para mejorar el posicionamiento de la tienda Arte fino.
- Proponer acciones para mejorar la fidelización de clientes y crear relaciones duraderas y rentables.
- Luego de identificar cual es la percepción de los clientes con respecto a la empresa y de igual forma, con respecto a la competencia, se propone el siguiente plan de mejora, el cual tiene como objetivos:
 - Proponer estrategias basadas en Marketing de contenidos para mejorar el posicionamiento de la tienda Arte fino.
- Proponer acciones para mejorar la fidelización de clientes y crear relaciones duraderas y rentables.

Conclusiones

Posterior al análisis de los resultados obtenidos, los que se rigieron por los indicadores propuestos en esta investigación, se cuenta con la información necesaria y suficiente que permite llegar a las siguientes conclusiones:

En primer lugar, se sostiene la hipótesis planteada como positiva puesto que, se afirma que el marketing de contenidos es una herramienta fundamental para el posicionamiento de Arte fino, ya que, aumenta la visibilidad en línea, contribuye a la construcción de autoridad y confianza, diferenciándose de la competencia y estableciendo conexiones significativas con la audiencia. Es por ello que, cuando se implementa de manera efectiva, el Marketing de contenidos contribuye a la construcción de una presencia en línea sólida y favorece el éxito a largo plazo de la empresa. La implementación de estrategias de Marketing Digital ha influido en el posicionamiento de la tienda Arte Fino, dado que, desarrollar estas estrategias en los medios digitales le ha permitido a la empresa un mayor crecimiento, reconocimiento de marca, captación de nuevos clientes y un incremento en las ventas.

Se lograron describir las estrategias de Marketing digital que implementa Arte fino, destacando la creación de contenido útil y relevante en sus redes sociales para su público objetivo, el que previamente, la propietaria ha identificado como mujeres de todas las edades y los emprendimientos que hacen moños con materiales de la tienda, así como, la atención en línea que le brindan a los clientes.

Asimismo, se pudo definir las ventajas de la implementación del Marketing digital para las empresas, específicamente para Arte fino, donde desarrollar estas estrategias se ha visto reflejado desde el incremento de los leads, así como mayor interacción de la empresa con los clientes y de estos con el contenido que crean, hasta ir logrando una presencia firme en los medios digitales y un mayor reconocimiento de la marca, lo que se ha visto reflejado en las ventas.

Para finalizar, se propuso un plan de mejora basado en el desarrollo de estrategias de fidelización de clientes con enfoque en los medios digitales, dado que, es una de las mejores formas de llegar a nuevos clientes y, además, lograr cercanía con los actuales, tomando como punto de partida la creación de contenido útil en las redes sociales, que inspire a los usuarios y que muestre cuáles son los beneficios de sus productos. De igual forma, se propuso diseñar un programa de lealtad de clientes que recompense la fidelidad.

A nivel personal, el llevar a cabo esta investigación permitió el desarrollo de habilidades de investigación y la profundización en el conocimiento del tema de interés en este proyecto. Asimismo, fue una experiencia enriquecedora a nivel personal, el cual impulsó el crecimiento intelectual, emocional y profesional.

Recomendaciones

Con el desarrollo de esta investigación se pudo obtener la información necesaria para llegar a conclusiones firmes con respecto a la Incidencia del Marketing Digital como estrategia para el posicionamiento de la tienda Arte Fino en la ciudad de Estelí, en el año 2023, es por ello, que se ofrecen las siguientes recomendaciones:

- Arte fino cuenta con una gran oportunidad dado que, no hay mucha competencia ya que, en Estelí existen pocas tiendas que se dediquen a vender estos productos y es una competencia poco diferenciada, por ello, se recomienda a la empresa invertir más en esfuerzos de Marketing, ya sea, digital o en la innovación de sus productos para lograr una mayor diferenciación.
- Mantenerse al tanto de los medios digitales más afluentes a las tendencias y hacer constantes investigaciones de las tendencias actuales para aprovecharlas en su totalidad y satisfacer las necesidades de todos los consumidores con suficiente stock para cubrir la demanda en cualquier temporada u ocasión.
- Realizar constantes evaluaciones de satisfacción del cliente, así como, de gustos y preferencias para adaptar sus recomendaciones y cumplir con sus exigencias.
- A todas las empresas, sean pequeñas, medianas o grandes, se les recomienda la implementación de estrategias de Marketing digital, puesto, que implementar estas estrategias es esencial para las empresas que buscan mantenerse competitivas en el mundo actual, donde la presencia en línea y la interacción digital son fundamentales para el éxito empresarial.

Con estas recomendaciones se desea proporcionar a los lectores, ya sean profesionales del campo o investigadores futuros, pautas específicas para implementar cambios o mejoras basadas en los resultados de la tesis.