



E-business como herramienta para el mejoramiento de la gestión comercial en empresas industriales de Buenaventura

E-business as a tool for the improvement of commercial management in industrial companies of Buenaventura

Cintia Quintero Paz

cquintero2427@misena.edu.co, Grupo de Investigación E-Innvatec, Centro Náutico Pesquero de Buenaventura, Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, Colombia

Karol Elena Angulo Angulo

kareangulo@misena.edu.co, Semillero de Investigación Emprendimiento Humano, Centro Náutico Pesquero de Buenaventura, Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, Colombia

Jorge Luis González Arias

jlgonzalez357@misena.edu.co, Semillero de Investigación Emprendimiento Humano, Centro Náutico Pesquero de Buenaventura, Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, Colombia

María Angélica Riascos Vallecilla

mariascos05@misena.edu.co, Semillero de In-

vestigación Emprendimiento Humano, Centro Náutico Pesquero de Buenaventura, Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, Colombia

Omar Alfonso Roa Torres

oroat@misena.edu.co, Semillero de Investigación Emprendimiento Humano, Centro Náutico Pesquero de Buenaventura, Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, Colombia

Paola Andrea Valencia Caicedo

jlgamboa13@misena.edu.co, Semillero de Investigación Emprendimiento Humano, Centro Náutico Pesquero de Buenaventura, Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, Colombia

Sarín Mayerly Paredes Valoy

sarmpsredes@misena.edu.co, Semillero de Investigación Emprendimiento Humano, Centro Náutico Pesquero de Buenaventura, Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, Colombia

Resumen

Si bien es sabido las empresas hoy en día tienen mucha más capacidad para la adaptación, el 2020 arrasó con el mercado laboral, año difícil para la gran mayoría de compañías del mundo porque experimentaron una considerable caída en sus ingresos, tanto por los cambios en los patrones de consumo como por las restricciones sanitarias implementadas por los gobiernos. Por esta razón; el programa SENNOVA y su semillero de investigación Emprendimiento Humano del Centro Náutico Pesquero realizó este trabajo investigativo con el fin de contribuir en la participación en los mercados de las pymes del sector industrial de Buenaventura. Las empresas objeto del estudio fueron pymes establecidas en Buenaventura, pertenecientes al sector industrial, 434 empresas registradas cumplieron con el perfilamiento del proyecto. De acuerdo al cálculo de la muestra; se seleccionaron 26 pymes, recopilando información a través de un trabajo de campo, aplicando un instrumento de recolección de información, permitiendo conocer la situación actual de las pymes registradas en la Cámara de Comercio e identificando necesidades que impedían el crecimiento de ellas. Una vez recopilada la información se realizó el proceso de análisis y toma de decisiones, como resultado se evidenciaron 6 empresas del sector con baja participación en el mercado para intervenir. Identificadas las necesidades en cada una de las organizaciones, se adquirió una herramienta E-business para generar optimización y eficiencia en los procesos que se llevaban a cabo en ellas; este proceso contó con acompañamiento de un especialista en marketing digital para visualizarlas en el mercado y atraer a un público mucho más amplio. Permitiendo que cada una de ellas hoy en día tengan sus redes sociales (Facebook, Instagram), sitio web compatible con ordenadores y móviles, piezas publicitarias, Chat Bots conectado a WhatsApp para atender a sus clientes 24/7, automatizando las respuestas requeridas por su público.

Palabras clave: Marketing digital, pymes, Redes sociales, Chabot's, E-business.

Abstract

Although it is known that companies today have much more capacity for adaptation, 2020 devastated the labor market, a difficult year for the vast majority of companies in the world because they experienced a considerable drop in their income, both due to changes in consumption patterns as well as the sanitary restrictions implemented by governments. For this reason; The SENNOVA program and its Human Entrepreneurship research hotbed of the Nautical Fishing Center carried out this research work in order to contribute to the participation in the markets of SMEs in the industrial sector of Buenaventura.

The companies object of the study were SMEs established in Buenaventura, belonging to the industrial sector, 434 registered companies complied with the profiling of the project. According to sample calculation, 26 SMEs were selected, collecting information through field work, applying an information collection instrument, allowing to know the current situation of SMEs registered in the Chamber of Commerce and identifying needs that impeded their growth. Once the information was collected, the analysis and decision-making process was carried out, as a result, 6 companies in the sector with low market participation were evidenced to intervene. Having identified the needs in each of the organizations, an E-business tool was acquired to generate optimization and efficiency in the processes that were carried out in them; This process was accompanied by a digital marketing specialist to display them in the market and attract a much wider audience. Allowing each of them today to have their social networks (Facebook, Instagram), a website compatible with computers and mobiles, advertising pieces, Chat Bots connected to WhatsApp to serve their customers 24/7, automating the responses required by their public.

Keywords: Digital marketing, SMEs, Social networks, Chabot's, E-business.

Introducción

Los momentos coyunturales presentados a lo largo de la historia han obligado a las empresas a establecer estrategias de marketing y atención al cliente. En la actualidad, la coyuntura económica y/o comercial generada por el Covid-19, ha obligado a las pymes a reinventarse y actualizar sus mecanismos de ventas. Las pymes industriales de Buenaventura no han sido ajenas al impacto de la pandemia, esto les obligo a buscar estrategias que les permitiesen tener mayor presencia en el mundo digital para realizar sus procesos de ventas y tener un contacto eficiente y eficaz con sus clientes. La implementación de estrategias E-business, E-commerce y Chat Bots son sumamente importantes para impulsar la competitividad y el posicionamiento de estas empresas, sus marcas y/o productos.

Materiales y Métodos

Planificación del Proceso

Desde el programa de SENNOVA a través de la línea de investigación aplicada, se logra establecer un plan de trabajo que permita llevar a cabo el desarrollo del proyecto E-Business como Herramienta para el Mejoramiento de la Gestión Comercial en Empresas Industriales de Buenaventura, cuya finalidad es mejorar los procesos comerciales de estas mediante la implementación de un Chat bot que simula la conversación con los clientes programando respuestas automáticas y que permite a las empresas afrontar los retos tecnológicos y las nuevas dinámicas comerciales que se generaron a causa del Covid-19.

Tipo de Investigación

Esta es una investigación de tipo cualitativo, determinando los criterios de análisis según la revisión literaria que se ha realizado.

Diseño

La investigación se desarrolla mediante el método empírico - analítico. Empírico porque se recoge información documental y así mismo se da este estudio a partir de la revisión de datos y la revisión bibliográfica que permite recopilar la información necesaria en la muestra de estudio y establecer las empresas que requieren mejorar su marketing digital y la comunicación con sus clientes.

Población y Muestra

Se logró identificar un total de 434 pymes registradas ante la Cámara de Comercio de Buenaventura (CCBUN) que cumplen con el perfilamiento del proyecto. De acuerdo con el cálculo de la muestra; se logra identificar 26 pymes del sector industrial con características específicas, de las cuales se seleccionaron 6 mediante la aplicación de una técnica de recolección de la información que permitió establecer los criterios básicos para su participación: Acceso a conectividad de internet, Equipos de cómputo (Computador o Celular

Inteligente), zona de ubicación de la empresa (Urbana o Rural), entre otros.

Periodo Aplicación

Esta investigación se aplicó en Buenaventura, en el periodo comprendido entre el 26 de febrero de 2021 y el 31 de marzo de 2022.

Resultados y Discusión

Al realizar la revisión y análisis de la base de datos suministrada por la Cámara de Comercio de Buenaventura, se logra evidenciar que el 77% de las pymes del sector industrial comercializan sus productos solo a nivel local, presentando una disminución en sus ventas y la participación en los mercados debido al Covid-19. Se evidencia que estas no utilizan las redes sociales como medio de comercialización y no cuentan con página web. La implementación del Chat Bots con WhatsApp permitió a las empresas mejorar en un 75% los procesos de ventas y atención al cliente. La capacitación en marketing digital mejoró un 80% la presencia digital en las plataformas de Facebook e Instagram.

Conclusiones

Es sumamente importante que las empresas tengan en cuenta la implementación de plataformas como la E-commerce, E-business, el Dashboard y el Chat Bots porque estas son de gran utilidad, pues las redes sociales permiten mostrar los bienes y/o servicios a una gran cantidad de personas y las tiendas virtuales permiten que los clientes demanden estos directamente desde la página de las empresas, sin la necesidad de un vendedor. El servicio de chat automatizado facilita la comunicación de los clientes con la empresa, ayudando en la agilización de respuestas rápidas que puedan satisfacer la necesidad de conocimiento o duda que tengan los usuarios.

Agradecimientos

Centro Náutico Pesquero Buenaventura, Dinamizador Sennova Luis David Rodríguez Castillo, Líder De Semilleros Omar Alfonso Roa Torres, Instructora Paola Andrea Valencia Caicedo.

Referencias

- Group, B. (2022). Estadísticas de la situación digital de Colombia en el 2019 y 2020. Medellín. inboundcycle. (s.f.). Recuperado el 09 de 05 de 2022, de <https://www.inboundcycle.com/diccionariomarketing-online/chatbot>
- Lamarca, I., & Rodríguez, J. R. (s.f.). Innovación: nuevos modelos de negocio basados en las TIC Citysem. (s.f.). Recuperado el 09 de 05 de 2022, de <https://citysem.es/que-es/branding/>