

ONLINE MARKETING: RENTABILIDAD AL ALCANCE DE LAS MIPYMES

El desarrollo de las TIC ha generado grandes cambios en diversos campos de la sociedad y en el ámbito empresarial. Toda esta transición trajo el *marketing online*, lo que llevó a las empresas a replantear estrategias para ofrecer sus servicios y productos.

12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES

Las empresas que quieran continuar y crecer en el mercado, deben estar a la vanguardia e implementar diferentes estrategias y políticas que permitan adaptarse a los cambios. Aunque a los ojos de la contabilidad estas estrategias se vean como un gasto, a largo plazo se obtienen ganancias mayores:

- Salida de dinero por concepto de publicidad
- El mercado conoce los productos y servicios ofrecidos
- Los clientes aumentan
- Las ventas aumentan
- Las ganancias son mayores



48%

Emplea internet como un elemento de comunicación o publicidad



39%

Encuentra igual su empresa sin implementar algún medio de publicidad por internet



35%

Utiliza Facebook y el 19.9% usa Whatsapp para promocionar sus ventas



31%

Ha conseguido parcialmente adaptarse a los cambios de la mercadotecnia

La contabilidad no tiene que estar en discordancia con la tecnología. Es necesario comenzar a usar nuevas herramientas de *marketing online* que les permitan a las mipymes ser más competitivas,

pero que, sobre todo, sean económicas y efectivas. En esa medida se recomienda no olvidar los siguientes pasos para lograr modelos de negocios sostenibles :

1 IDENTIFICAR

el segmento del mercado.

2 CREAR

propuesta de valor para cada segmento de mercado

3 BUSCAR Y DETERMINAR

"mecanismos aislados" para dificultar la copia por los competidores

4 DISEÑAR E IMPLEMENTAR

mecanismos de captura de valor para cada segmento de mercado identificado

Lizama, Y., Matos, L. y Beltrán, R. (2020). Online marketing: rentabilidad al alcance de las mipymes. *Revista Visión Contable*, 21. <https://doi.org/10.24142/rvc.n21a3>

Creando por Journals & Authors

