

INTRODUCCIÓN

I. INTRODUCCIÓN

1.1. ANTECEDENTES

La industria textil es una de las industrias más antiguas y en constante evolución del mundo. La tecnología ha permitido la creación de nuevas formas de comunicación y la adopción de nuevas técnicas de marketing para promocionar productos y servicios en todo el mundo. En este contexto, la estrategia de marketing digital se ha convertido en un área crítica para el éxito empresarial, y cada vez más empresas están adoptando esta estrategia para alcanzar nuevos mercados y clientes.

Y es así que, la industria textil ha evolucionado en las últimas décadas gracias al impacto de las tecnologías digitales, y cada vez más empresas están adoptando estrategias de marketing digital para mejorar su presencia en línea y alcanzar nuevos mercados (Nazareno, 2023).

La estrategia de marketing digital implica el uso de canales digitales para promocionar productos y servicios, incluidos motores de búsqueda, redes sociales, correo electrónico y publicidad en línea (Collaguazo, Paula, y Quimbita, 2021).

La adopción de una estrategia de marketing digital puede mejorar la eficacia de la comercialización y reducir los costos (Ramos, 2016).

Las empresas también pueden utilizar técnicas de análisis de datos para recopilar información sobre los patrones de compra y el comportamiento en línea de los clientes, lo que les permite adaptar sus estrategias de marketing para mejorar su efectividad (Vásquez 2022).

La adopción de canales digitales permite a las empresas llegar a clientes en todo el mundo y mejorar la comunicación con los clientes existentes (GONZÁLEZ, 2023).

El Marketing digital tiene un fuerte crecimiento a nivel mundial y está teniendo mucho espacio y más considerando el escenario actual que afecta a todas las empresas y rubros en mayor o menor medida (Kotler y Borja, 2020).

“Textiles LEA”, es una empresa que se dedica a la producción y comercialización de productos textiles como deportivos para unidades educativas, deportivos para equipos en diferentes disciplinas, uniformes escolares, etc. La empresa está en el mercado por más de 10 años, fundado por su gerente propietario el Sr. Jennry Challa en 2012, y ha adquirido una buena reputación en la industria textil debido a la calidad de sus productos. Sin embargo, la empresa ha experimentado algunos desafíos en los últimos años debido a la competencia creciente y la falta de presencia en línea como las redes sociales, página web, etc. Por lo tanto, es importante que “Textiles LEA” adopte una estrategia de marketing digital para aumentar su presencia en línea y alcanzar nuevos mercados.

La investigación existente sobre el tema, como otros trabajos de tesis, libros y teorías sobre el marketing digital, sobre todo; han demostrado que la adopción de una estrategia de marketing digital puede mejorar la presencia en línea de una empresa y aumentar su alcance en línea. Una estrategia de marketing digital implica el uso de canales digitales como las redes sociales que tienen mayor alcance, páginas web como una plataforma visible para el mercado y la afianzar la marca, que son muy utilizados en la actualidad para promocionar productos y servicios, incluidos motores de búsqueda, redes sociales, correo electrónico y publicidad en línea. Además, los estudios han demostrado que una estrategia de marketing digital bien planificada puede aumentar la eficacia de la comercialización y reducir los costos en publicidad.

La adopción de una estrategia de marketing digital también puede ayudar a las empresas a mejorar su presencia en línea y su reputación. Los consumidores de hoy en día suelen buscar productos y servicios en línea antes de comprar, por lo que una presencia en línea sólida es fundamental para el éxito empresarial (Kotler, 2017).

Las empresas que adoptan una estrategia de marketing digital pueden mejorar su presencia en línea y aumentar su reputación mediante la creación de contenido relevante y de alta calidad, y la participación activa en redes sociales y foros en línea (Sharán, 2019).

En conclusión, la adopción de una estrategia de marketing digital puede ser fundamental para el éxito de una empresa en la actualidad, y si se considera la implementación de todo un ecosistema digital donde se incluya página web, tienda en línea y embudo de ventas más todavía. En el caso de “Textiles LEA”, la adopción de una estrategia de marketing digital podría ayudar a la empresa a mejorar su presencia en línea, llegar a nuevos mercados y clientes, conocer mejor a sus clientes existentes, y mejorar su reputación en línea.

1.2. JUSTIFICACIÓN

Con el presente trabajo de grado se busca poner en práctica las herramientas de marketing digital como alternativas de solución a casos reales de la empresa “Textiles LEA”, que va a contribuir a nuestro aprendizaje adquiriendo nuevos conocimientos.

Con la implementación de una estrategia de marketing digital adecuada se busca obtener mayor presencia en internet como Marca y expandir su mercado, mejorando la interacción con los clientes e incrementar las ventas en línea de los productos de la empresa “Textiles LEA”, por lo tanto, mejorar el nivel de sus ingresos.

Elaborar una estrategia de marketing digital para la empresa “Textiles LEA” de la ciudad de Tarija, permite aprovechar cada una de las oportunidades de negocio que se presente, en un mediano o largo plazo, le permitirá brindar fuentes de empleo, coadyuvando al desarrollo de la economía de las familias de la ciudad de Tarija.