

TESINA FINAL DE GRADO

“DESARROLLO TEÓRICO SOBRE LOS BENEFICIOS DE LA RED SOCIAL FACEBOOK PARA LOS PET’S SHOP DE LA CIUDAD DE NEUQUÉN EN LA ACTUALIDAD.”¹

Autoras: Muñoz Tania / tania.munoz.91@gmail.com

Ortega Cecilia / ceci.ortega90@gmail.com

Directora: Mg. Ana Laura Domínguez / analad@hotmail.com

Universidad Nacional del Comahue (UNComa)

Recibido: 6/11/2023-Aceptado: 12/12/2023

Objetivo principal

El objetivo principal es mostrar los beneficios de las nuevas herramientas del marketing digital para potenciar a las empresas.

Objetivos secundarios.

- Realizar una recopilación de información relevante sobre la evolución de la conectividad en el mundo y en Argentina.
- Presentar y describir las principales herramientas y beneficios que ofrecen las redes sociales, en particular Facebook, en la actividad comercial.
- Estudiar y analizar el comportamiento del mercado de los pet’s shop de la ciudad de Neuquén en cuanto al uso de la red social Facebook.
- Aportar recomendaciones sobre el uso de la red social Facebook para mejorar y fortalecer la promoción del negocio de los pet’s shop en la Ciudad de Neuquén y para las empresas en general.

Metodología

La metodología elegida para la elaboración de la tesina es “desarrollo teórico”. En ella se realiza la recopilación de información sobre la evolución de la conectividad, su llegada a Argentina, los cambios en el marketing tradicional por la aparición de las nuevas herramientas digitales y sus beneficios. Para contrastar esta información se realiza una investigación sobre el uso de la red social Facebook en el mercado de los pet’s shop en la ciudad de Neuquén, que incluye una investigación cualitativa y otra cuantitativa.

La investigación cualitativa se lleva a cabo a través de entrevistas a diversos pet’s shop, las cuales se dividen en dos segmentos, por un lado, aquellos con presencia activa en la red social Facebook, y por el otro aquellos sin presencia activa en ésta. Por su parte, la investigación cuantitativa incluye encuestas a consumidores, para relevar datos más precisos sobre el comportamiento de este sector.

A través de la sinergia entre ambas investigaciones, el objetivo es, principalmente, conocer los beneficios que han obtenido los pet’s shop con el uso de esta herramienta, y los consumidores

¹ Tesina de la carrera Licenciatura en Administración

a la hora de elegir dónde comprar, según las ofertas y productos que publica cada pet's shop en su página.

Marco teórico

Con esta tesina se pretende entender y aportar al conocimiento de las herramientas del marketing digital y sus beneficios para las empresas. Para ello, como parte del marco teórico se desarrolla, en primer lugar, la evolución de los conceptos más importantes asociados a la conectividad.

En el primer capítulo se realiza la recopilación teórica sobre la historia y evolución de internet y de la web, tanto a nivel mundial como en Argentina. También se relevan conceptos y estadísticas sobre el surgimiento y la evolución del marketing digital.

En el segundo capítulo se desarrollan las nuevas herramientas digitales que tienen las empresas para comunicarse con el entorno. Ellas conforman el marketing digital y las más destacadas son el comercio electrónico, las redes sociales, motores de búsqueda, entre otras.

Para finalizar el marco teórico, en el tercer capítulo se realiza una breve introducción para conocer el comportamiento del mercado de los pet's shop a nivel mundial, en Argentina y en Neuquén para luego, con esta información, desarrollar la investigación.

Conclusiones

La evolución de la conectividad ha transformado positivamente el mundo de los negocios, tal como lo describen Philip Kotler *et al.* (2018) en el libro Marketing 4.0, en la actualidad el marketing combina la interacción en línea y fuera de línea entre empresas y clientes, la creación de marcas y la conectividad con el contacto de persona a persona para fortalecer la participación del cliente.

Los datos presentados sobre internet, el marketing digital en el mundo y en Argentina, y sus herramientas para las empresas, muestran cómo el mundo está en constante evolución con respecto a la conectividad, por lo que el presente trabajo abre un abanico para investigaciones futuras acerca de la temática.

Se puede concluir que el marketing digital, que está en continuo avance, trae múltiples beneficios para las empresas en interacción con el marketing tradicional. Las herramientas descritas en la tesina son de gran utilidad para que las empresas potencien su negocio con una imagen de marca más humanizada, porque permiten un contacto personalizado con los clientes y atraer a los potenciales.

A través de la red social Facebook, herramienta fundamental del marketing digital, la publicidad tiene un amplio alcance a públicos específicos con costos medibles en relación a la publicidad tradicional (radio, folletería, televisión), permite promocionar a través de la segmentación del público y medir el alcance de todas las publicaciones.

Además, esta red social es de apoyo para mejorar la atención y el contacto con los clientes, para conocer sus gustos, lo que están buscando en la web y así poder atender sus necesidades, por ello es que Kotler *et al.* (2018) sostienen que deben interactuar los negocios online y offline.

De acuerdo con la investigación llevada a cabo, los pet's shop afirman dentro de los beneficios de la red social, que es un medio de publicidad masivo, rápido y gratuito o de muy bajo costo, que permite mejorar el negocio a través de la segmentación. Es una herramienta que genera atracción y rápida convertibilidad de clientes, y ventas a bajo costo.

En cuanto a los consumidores encuestados, resultó que para la mayoría es beneficioso la presencia de los pet's shop en la red social por motivos como la comodidad y rapidez para encontrar información, opiniones y comparar precios antes de decidir. Además, se destaca el resultado acerca de las ventas que surgen a través de la red social, que no solo es por las consultas que se transforman en compras, sino que también hay un porcentaje de compras que se efectúan sin antes consultar.

Es necesario mencionar que los entrevistados pertenecen a los nuevos grupos de influencia de consumo y en las redes, porque son jóvenes y en su mayoría mujeres. Según el libro Marketing 4.0 el segmento más influyente de la era digital es el *JMI* compuesto por jóvenes, mujeres e internautas², ya que han pasado a tener autoridad y poder en la cultura por su red de contactos. Son ellos quienes en gran medida crean las nuevas tendencias y este mercado de los pet's shop no se queda fuera.

Además, si bien los entrevistados activos en Facebook no están capacitados para explotar al máximo sus herramientas, todos han notado la mejora de su negocio gracias a este, ya sea por el alcance de sus publicaciones, por las promociones, por la comunicación con sus clientes o potenciales clientes, la red social funciona como una "vidriera virtual".

Por lo tanto, de acuerdo con todos los datos relevados en la investigación, se puede demostrar que la red social Facebook es una herramienta valiosa para la promoción de los pet's shop de la Ciudad de Neuquén, principalmente porque brinda un mayor alcance a clientes potenciales, una rápida convertibilidad de clientes, una alta efectividad en ventas a bajo costo y el reconocimiento de la marca.

Si bien la investigación se lleva a cabo en el mercado de los pet's shop de la ciudad de Neuquén, se destaca que la red social Facebook podría ser de gran utilidad para aquellos emprendedores y pymes pequeñas que recién empiezan o para empresas ya establecidas que no tienen en claro cómo potenciar el negocio, particularmente aquellas que venden un producto o servicio dirigido al consumidor final.

Referencias bibliográficas

- Celaya, J. (2011). La Empresa en la WEB 2.0. https://books.google.com.ar/books?id=w8SaUTXcxDMC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Drucker, P. (s.f). El management del futuro. <http://www.estrategiamagazine.com/descargas/El%20Management%20del%20Futuro.pdf>
- Facebook (2019). Estadísticas de la audiencia, usuarios de la ciudad de Neuquén con interés en mascotas. <https://www.facebook.com/ads/audience-insights/people?act=10202255265924961&age=18-&city=88406&interests=6004037726009>
- Google Trends, (desde 11 de febrero de 2018 al 13 de enero de 2019). Término "Pet Shop". <https://trends.google.com/trends/explore?cat=882&geo=AR&q=pets%20shop>
- Kotler, P., Kartajaya, H. y Setiawan, I. (2018). Marketing 4.0: Transforma tu estrategia para atraer al consumidor digital. LID.
- MD Marketing Digital (s.f). Qué es el Marketing Digital. <https://www.mdmarketingdigital.com/que-es-el-marketing-digital.php>

² Internauta: término utilizado comúnmente para referirse a usuarios habituales de internet o las redes.

Moreno, M. (2018). La Enciclopedia del Community Manager. Planeta.

Singh, P. (2017). Lo que se viene en E- commerce: Comprender al consumidor omnicanal. The Nielsen Company.