

Programa de formación dirigido a MiPymes

Fortalecimiento de capacidades digitales
para la transformación digital y la
promoción del comercio internacional



Programa de formación dirigido a MiPymes

Fortalecimiento de capacidades digitales
para la transformación digital y la promoción
del comercio internacional

Programa de formación dirigido a MiPymes

- Fortalecimiento de capacidades digitales para la transformación digital y la promoción del comercio internacional
- Fortalecimiento de capacidades digitales para la transformación digital y la promoción del comercio internacional
- Fortalecimiento de capacidades digitales para la transformación digital y la promoción del comercio internacional



Eduardo Ríos Sapia

Coordinador Académico

Asociación de Dirigentes de Marketing del Uruguay





#ALWAYS
PEOPLEFIRST

**LA TRANSFORMACIÓN
DIGITAL** NO SE LOGRA
CON TECNOLOGÍA, SINO
CON PERSONAS

Selección de Plataformas según el Negocio

Instagram: Ideal para productos visuales (moda, gastronomía, turismo).

Facebook: Buen alcance en comunidades locales, útil para grupos y promociones.

LinkedIn: Empresas B2B, servicios profesionales, networking.

TikTok: Creatividad, contenido breve y viral, llegada a públicos jóvenes.

👉 *Ejemplo práctico:* Una cafetería puede mostrar recetas cortas en TikTok, fotos de productos en Instagram y armar un grupo de clientes fieles en Facebook.

Instagram

Enfoque: Contenido visual de alta calidad, con fotos y videos como formatos principales.

Contenido: Photos, Stories, Reels (videos cortos) e IGTV (videos más largos), con un fuerte énfasis en la estética.

Audiencia: Atrae a un público más joven que prefiere lo visual.

Especialmente útil para:

- Promocionar productos y servicios
- Poner a los clientes en el centro de atención y compartir sus opiniones
- Compartir las últimas novedades de la empresa
- Proporcionar retroalimentación sobre los eventos
- Promover colaboraciones con influencers
- Promover concursos
- Responder preguntas frecuentes de los clientes
- Hacer contenido patrocinado

Facebook

Enfoque: Crear y mantener comunidades, compartir noticias y conectar con amigos y familiares.

Contenido: Permite una variedad de formatos, incluyendo texto, imágenes, videos y transmisiones en vivo.

Audiencia: Muy amplia y diversa.

Especialmente útil para:

- Hacer crecer tu comunidad
- Fidelizar a tus suscriptores
- Incitar a los suscriptores a reaccionar, comentar y compartir sus publicaciones
- Recordar a los suscriptores los eventos de la empresa
- Anunciar una nueva oferta de trabajo o promoción

LinkedIn

Enfoque: Networking profesional, búsqueda de empleo, desarrollo de carrera y negocios.

Contenido: Publicaciones enfocadas en el mundo profesional, como artículos, actualizaciones de la industria y ofertas de empleo.

Audiencia: Profesionales, empresas B2B y aquellos que buscan conexiones laborales o oportunidades de negocio.

Especialmente útil para:

- Crear contactos profesionales
- Animar a otros profesionales reaccionando a tus publicaciones
- Recordar a sus contactos los eventos profesionales de la empresa
- Anunciar una nueva oferta de trabajo o promoción
- Aumentar la tasa de interacción de sus contactos divulgando contenido exclusivo

TikTok

Enfoque: Contenido de video corto y entretenimiento.

Contenido: Videos verticales y virales, con una duración limitada (generalmente 15 a 60 segundos).

Audiencia: Audiencia masiva y participativa.

Especialmente útil para:

- Crear contenido viral y atractivo
- Llegar a un público joven y dinámico
- Participar en desafíos y tendencias populares para aumentar visibilidad
- Utilizar hashtags para mejorar el descubrimiento de contenido
- Colaborar con personas influyentes para promocionar productos o servicios
- Publica vídeos patrocinados para llegar a un público más amplio
- Comparte detrás de escena y momentos auténticos de la empresa
- Lanzar campañas de marketing creativas e innovadoras

Tipos de Contenidos que Generan Interacción

Educativo: tips, tutoriales, “cómo se hace”.

Emocional: historias de clientes, detrás de escena, testimonios.

Promocional: descuentos, lanzamientos, combos.

👉 **Regla 70-20-10:**

70% contenido de valor (educativo/emocional)

20% interacción (encuestas, preguntas)

10% promocional.



Plataforma	Educativo	Emocional	Promocional
Instagram	Mini tutoriales en carrusel o reels (“3 tips rápidos...”)	Fotos del equipo, stories con el “detrás de escena”	Post con combos, reels con lanzamientos
Facebook	Publicar artículos cortos o links a blog	Testimonios de clientes en video o texto	Eventos, promociones y descuentos exclusivos
LinkedIn	Publicaciones con consejos profesionales, guías	Historias de éxito de clientes B2B	Presentación de servicios, promociones B2B
TikTok	Videos cortos “cómo se hace” (ej: recetas, procesos)	Trends adaptados con storytelling de la marca	Videos creativos con promociones rápidas

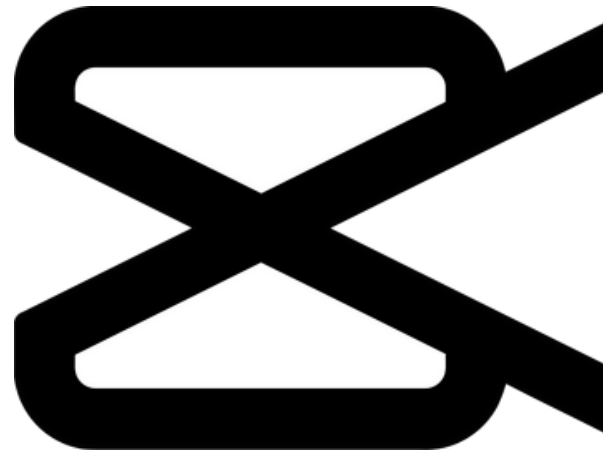
Herramientas Simples para Crear Contenido

Canva: diseños listos, plantillas para redes.

CapCut: edición de videos cortos, subtítulos automáticos.

ChatGPT: generación de ideas, guiones, textos para publicaciones.

👉 **Consejo práctico:** dediquen 2 horas semanales a preparar el contenido del mes y lo programan (Meta Business Suite, Later, Buffer).



Optimización Orgánica de Motores de Búsqueda (SEO)

1. **SEO autogestionado:** usar palabras clave (“ropa deportiva en Lima”, “asesoría contable en Bogotá”).
2. **Google Mi Negocio:** ficha gratuita para aparecer en mapas y búsquedas locales (horarios, fotos, reseñas).

👉 **Ejemplo:** “Zapatería en Santiago” con buenas reseñas y fotos atrae más clientes que solo tener un Facebook.

SEO Autogestionado

Investigación de palabras clave: Identificar las palabras y frases que los usuarios utilizan para buscar productos o servicios relacionados con tu negocio.

Optimización de contenido (SEO On-Page): Crear y optimizar el contenido de tu sitio web, incluyendo títulos, meta descripciones, encabezados y texto del cuerpo, para incluir las palabras clave.

Mejora de la experiencia de usuario: Asegurar un diseño accesible, con fuentes legibles, tiempos de carga rápidos y una navegación clara.

Optimización técnica: Implementar un buen hosting, crear un mapa del sitio para que los motores de búsqueda lo entiendan fácilmente y optimizar las URL.

Generación de enlaces internos: Conectar diferentes contenidos dentro del propio sitio web para mejorar su estructura y la navegación de los usuarios.

Herramientas SEO

Herramientas gratuitas de Google:

- **Google Analytics:** Proporciona información sobre el tráfico y el comportamiento de los usuarios en tu web.
- **Google Search Console:** Ayuda a solucionar problemas de indexación y a medir el rendimiento de tu sitio en la búsqueda de Google.
- **Google Trends:** Útil para encontrar palabras clave y tendencias de búsqueda populares.

Google Mi Negocio

Logra que las personas que te encuentren en la Búsqueda de Google y Google Maps se conviertan en clientes con un Perfil de Negocio gratuito para tu tienda física o área de servicio. Personaliza tu perfil con fotos, ofertas, publicaciones y mucho más.

👉 Características:

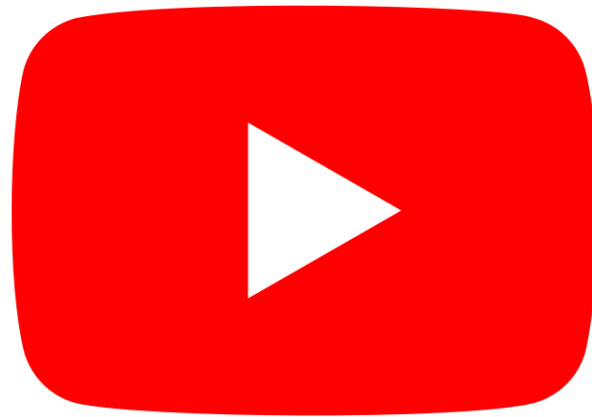
- **Gratis:** Crea un Perfil de Negocio sin costo
- **Fácil:** Administra tu perfil desde la Búsqueda y Maps
- **Personalizado:** Agrega horarios, fotos, publicaciones y mucho más

Blog Vs. Sitio Web

Sitio web: carta de presentación digital. Credibilidad.

Blog: genera tráfico con artículos útiles, mejora el SEO.

👉 **Ejemplo:** un taller mecánico puede publicar “5 consejos para cuidar tu auto antes de un viaje” y atraer visitas que luego se convierten en clientes.



Sitios Web

Herramientas más comunes:

WordPress.com: Ideal si buscas crear un blog o un sitio con una sólida gestión de contenido y herramientas de SEO.

Wix: Ofrece un editor de arrastrar y soltar muy fácil de usar, con una amplia variedad de plantillas y funciones impulsadas por IA.

Google Sites: Una opción sencilla y totalmente gratuita para crear sitios web empresariales básicos, que se integra perfectamente con el ecosistema de Google.

Weebly: Una buena opción para quien necesita crear un sitio web de manera rápida, con funciones integradas para comercio electrónico.

Carrd: Es perfecto para crear páginas web de una sola página, es decir, sitios sencillos y enfocados en una información clave

Marketing en Motores de Búsqueda (SEM)

Funcionamiento de anuncios

Google Ads: paga para aparecer en búsquedas específicas.

Redes sociales Ads: segmentación por edad, intereses, ubicación.

👉 **Ejemplo:** un hotel en Cancún puede mostrar anuncios solo a turistas de Chile y Perú interesados en viajes.

Google ADS

¿Cómo funcionan?

Cuando alguien busca en Google usando una palabra clave, tu anuncio de Google Ads puede aparecer como resultado, compitiendo en una subasta con otras empresas.

¿Dónde se ven?

Aparecen como resultados destacados en los motores de búsqueda de Google (SERP), en videos de YouTube o en sitios web que forman parte de la red de Google.

Tipos de anuncios:

Hay anuncios de texto, anuncios de Shopping (con imágenes y precios de productos) y anuncios de video en YouTube.

Objetivo principal:

Es alcanzar a usuarios que están buscando activamente un producto, servicio o solución específica.

Google ADS con Bajo Presupuesto

Segmenta con precisión: Utiliza la segmentación geográfica y de horarios para mostrar tus anuncios a la audiencia correcta y en el momento adecuado, evitando desperdiciar presupuesto.

Usa la concordancia de palabras clave adecuada: Empieza con concordancias exactas y de frase en lugar de la concordancia amplia, que puede ser más costosa y consumir presupuesto rápidamente.

Prueba varias palabras clave y anuncios: Realiza pruebas con diferentes mensajes y creatividades para descubrir qué resuena mejor con tu audiencia, y luego optimiza basándote en esos resultados.

Activa las extensiones de anuncio: Usa extensiones de llamada, ubicación y texto destacado para dar más información y mejorar la visibilidad de tus anuncios sin aumentar los costos.

Social ADS

¿Cómo funcionan?

Utilizan los datos demográficos y de interés de los usuarios para mostrar tus anuncios a un público objetivo, incluso si no están buscando activamente tu producto o servicio.

¿Dónde se ven?

Se muestran en los muros o feeds de las redes sociales (como Facebook, Instagram, etc.), en las historias, o en otras áreas de la plataforma.

Tipos de anuncios:

Pueden ser imágenes, videos, carruseles (varias imágenes en secuencia), anuncios en historias, entre otros formatos.

Objetivo principal:

Generar conocimiento de marca, aumentar la interacción, dirigir tráfico a una web o conseguir ventas.

Social ADS con Bajo Presupuesto

Investiga a tu público objetivo: Entiende a quién te diriges, sus intereses y necesidades para crear mensajes y creatividades que realmente les llamen la atención.

Experimenta con mensajes y creatividades: Al igual que en Google Ads, haz pruebas con diferentes textos, imágenes o videos para ver qué tipo de contenido funciona mejor en cada plataforma.

Aprovecha la segmentación avanzada de cada red social: Las redes sociales ofrecen opciones de segmentación detalladas. Utilízalas para dirigirte a audiencias muy específicas según datos demográficos, intereses y comportamientos.



Herramientas de Análisis

Herramientas de análisis para captar nuevos mercados

Google Analytics: mide visitas, páginas más vistas, origen de usuarios.

Facebook/Instagram Insights: datos de seguidores e interacción.

Google Trends: qué buscan los clientes en diferentes países.



Herramientas de Análisis

Herramientas para crecer y fortalecer la presencia internacional

Marketplace internacionales (Mercado Libre, Amazon, Etsy).

LinkedIn Sales Navigator: prospectar contactos en otros países.

Shopify: e-commerce simple para exportar.



Herramientas de Análisis

Automatizaciones básicas

Mailchimp → newsletters simples.

WhatsApp Business → mensajes automáticos de bienvenida y catálogos.



Herramientas de Análisis

Rutina semanal de marketing digital

Lunes: revisar métricas.

Martes–Miércoles: crear contenido.

Jueves: publicar promoción.

Viernes: interactuar con seguidores.

Recursos gratuitos: HubSpot Academy, Google Garage Digital, cursos de Meta.

“



Si no puedes volar, corre, si no
puedes correr, camina, si no
puedes caminar, gatea. Sin
importar lo que hagas, sigue
avanzando hacia adelante.

”

Martin Luther King Jr.

**¡Gracias por tu
participación!**

