

# El marketing, cada vez más digital

Agencia SIM nació en La Rioja en 1.997 como una compañía de marketing y comunicación muy ligada al sector de la tecnología y su aplicación en el mundo de los negocios B2B y B2C, proporcionando servicios de comunicación y marketing para empresas. En ese momento en el que surgía Internet y se abría un nuevo mundo de necesidades de marketing a cubrir en las empresas en esa área. Comenzamos nuestra aventura de especialistas en marketing centrando nuestro servicio en el desarrollo de páginas web y otros como la gestión de contenidos y comunicación global,



con una clara especialización en IT, sector del cual yo venía. Jugábamos con la ventaja de la experiencia y conocimiento adquiridos en los últimos años en Madrid, que, en aquel momento, en que la tecnología no era tan accesible, nos permitía adelantarnos a las necesidades que surgirían a nivel local y nos capacitaba para cubrirlas de la mejor manera.

A caballo entre La Rioja y Madrid, nos encontrábamos con dos necesidades de servicio diferente, en el primer caso el empresario era muchas veces el propietario de la compañía, no existía un presupuesto de marketing como tal, por lo que había que convencerle para que invirtiera el dinero en marketing en lugar de hacerlo en otros servicios o necesidades. En el segundo, las compañías a las que nos dirigíamos disponían de un presupuesto de marketing que tenían que invertir y nosotros teníamos servicios de calidad que les daban respuesta, por lo que se trataba de hacer una buena propuesta adaptada a sus necesidades que consiguiera convencerles.

Poco a poco, aumentó la demanda de nuestros servicios en Madrid, lo que nos llevó a dedicar más tiempo y esfuerzo en la capital, donde trabajábamos con empresas del área de la tecnología y, por ello finalmente, en el año 2000, trasladamos aquí nuestra oficina y con ella, a parte del equipo de Agencia SIM. Tanto entonces como ahora, prestamos servicios de marketing y comunicación a pymes y grandes empresas a nivel nacional e internacional.

En estos años han pasado muchas cosas, hemos sufrido tres importantes crisis económicas, la última la del covid, que quizá sea el hecho que más nos ha marcado a empresas y personas a nivel mundial. Nos hemos visto obligados a cambiar nuestra manera de vivir nuestros puestos de trabajo y ha propiciado de manera exponencial el uso de la tecnología, que nos sirve de herramienta para enfrentarnos a un entorno cambiante que los expertos llaman VUCA (Volátil, Incierto, Complejo y Ambiguo) en el que las empresas necesitamos adaptarnos de forma rápida y actuar de manera eficiente ante la evolución y requerimientos de un mercado cambiante y ante la competencia.

A nivel de marketing, hemos visto cómo el criterio del consumidor ha ido evolucionando y esto nos ha hecho evolucionar también a los profesionales del marketing. Hemos pasado del Marketing 1.0 centrado en el producto; al 2.0 centrado en el cliente; al 3.0 centrado en la fidelización a través de los valores del consumidor y al 4.0 en el momento actual, donde para fidelizar al consumidor el marketing se vuelve más humano, transparente y coherente.

**“ Las empresas que mejor han podido sobrevivir han sido aquellas cuya adaptación al mundo digital estaba ya avanzada ”**

Desde nuestros inicios en Agencia SIM hace 25 años, nos hemos adaptado a los cambios del mercado y del marketing, incorporando nuevas herramientas tecnológicas, con el objetivo de conseguir los mejores resultados para nuestros clientes. Bajo mi punto de vista, la tendencia actual es elaborar planes de marketing y comunicación globales, capaces de alcanzar los distintos puntos donde se encuentra el público objetivo de cada organización. Unificar bajo un mismo plan el online con el offline e ir incorporando nuevas herramientas y tendencias que vayan apareciendo en estos campos y que permitan no solo captar nuevos clientes si no establecer una relación duradera con ellos que permita fidelizarlos.

Por último, en mi opinión, en estos meses las empresas que mejor han podido sobrevivir han sido aquellas cuya adaptación al mundo digital estaba ya avanzada y han podido contar con las herramientas que, por un lado, les han permitido continuar con su negocio y, por otro, les han abierto otros posibles mercados no vinculados al espacio ni al tiempo. La transformación digital ha jugado un importante papel en las compañías en este momento al permitirnos reaccionar de una manera más eficiente y rápida.

**Carolina Lázaro**

**Directora de la Agencia SIM**

[Ir al artículo en:](#) **computing**