[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)Publicado en Ciudad de México el 13/01/2017

# [La industria manufacturera en México, con altas expectativas de retorno de inversión a través del mailing](http://www.notasdeprensa.es)

## No es que la industria manufacturera no le importe el marketing, simplemente falta acoger nuevas prácticas. Y aunque no lo parezca, existe un retorno de inversión asegurado

Se dice que la industria manufacturera no tiene cabida en el mundo del marketing y comunicación digital. Algunos incluso etiquetan a la industria manufacturera de estar un tanto obsoleta en ciertas prácticas comercial. Lo cual en lo particular es un tanto irónico y hasta cierto punto es totalmente debatible. En principio, es uno de los sectores económicos más importantes de México, en donde el crecimiento en aportación al PIB ha sido exponencial. Según INEGI, la industria manufacturera en México fue la que más aportó en materia de sectores económicos en el 2015, superando los tres mil millones de pesos. Y si bien existen hoy dueños y gerentes se enfrentan a competencias in-extremis en la medida en que los márgenes manufactureros son exprimidos a su máximo, hay una realidad innegable: para que la fabricación y las empresas de distribución impulsen las ventas y aumenten su volumen de facturación, hay que apostar por el marketing actual y las prácticas de vanguardia. La industria manufacturera con alto retorno de inversión vía mailingLa realidad es que la industria manufacturera sí le da importancia al marketing y la publicidad, pero una cantidad importante del mercado se ha quedado con las antiguas formas y medios. Al menos esa es la opinión de Alejandro Basurto, Co-Fundador de Grupo Dialogamia (Grupo de Marketing en Ciudad de México y Chihuahua), el cual explica: Hoy, los medios tradicionales o la publicidad tradicional ya no compite con el impacto y poder de las actividades de marketing digital. Pongamos un ejemplo rápido: antes, las grandes naves industriales y los grandes grupos de maquiladoras podían hacerse de campañas costosas en medios como la TV o la radio. En cambio, hoy incluso las empresas más pequeñas de fabricación y distribución tienen acceso a medios tan potentes como el email marketing y el social media profesionalizado. Si nos remontamos al 2009, podremos encontrar un estudio importante desarrollado por la Asociación de Marketing Directo, el cual reveló que por cada dólar invertido por una empresa manufacturera en campañas de email marketing se retornaba en promedio un total de $43,62 dólares estadounidenses. Por eso, la construcción de una exitosa presencia de marketing digital está a la puerta de la industria manufacturera; es decir, para todas aquellas empresas que quieran ir más allá de sus límites actuales. En el caso particular del Estado de Chihuahua (uno de los más competitivos en la industria manufacturera a nivel nacional en México), según los resultados del mismo Grupo Dialogamia en envíos hechos dentro de la industria, la tasa de apertura promedio se situó en un nada despreciable 17%. En relación a este último punto, Alfredo Molina, también socio y co-fundador de Grupo Dialogamia, comenta lo siguiente: Si nos atrevemos a hacer un cruce con aquel dato del 2009 como nuestra guía, podríamos considerar que hoy la industria manufacturera en el norte del país y específicamente en Chihuahua podría estar retornando poco más de 14,800 dólares estadounidenses por cada 2,000 envíos email; claro está, considerando que estos dos mil receptores sean contactos de calidad y que el envío newsletter venga bien estructurado y diseñado. Al final, la conclusión está en que hoy los líderes de la industria manufacturera deben de tomar en cuenta 3 puntos como ejes para su entrada al mundo del marketing digital: tomar en serio a las redes sociales y al email marketing (como métodos de atracción para nuevos clientes y para el mantenimiento de la lealtad de los actuales), comprender al marketing digital como una vía tangible para la generación de negocios, y analizar que ya son muchas otras empresas (quizás dentro del mismo giro) las que están compitiendo y teniendo, quizás, una mejor presencia digital.

**Datos de contacto:**

Alfredo Molina

+526141961474

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/la-industria-manufacturera-en-mexico-con-altas](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Marketing Otras Industrias

[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)

[**http://www.mexicopress.com.mx**](http://www.notasdeprensa.es)