

**Diseño de un plan estratégico de marketing digital para la empresa**

**Perfect Nails**

Kevin Stiven Rubiano Pimiento

Universidad Nacional Abierta y a Distancia

Escuela de Ciencias Básicas, Tecnología e Ingeniería

Ingeniería Industrial

2022

**Diseño de un plan estratégico de marketing digital para la empresa**  
**Perfect Nails**

Kevin Stiven Rubiano Pimiento

Asesora

Lucia Esmeralda Aguilar

Universidad Nacional Abierta y a Distancia  
Escuela de Ciencias Básicas, Tecnología e Ingeniería  
Ingeniería Industrial

2022

### **Dedicatoria**

El presente trabajo está dedicado principalmente a Dios, y a mis padres que con todo el amor y cariño apoyándome incondicionalmente, en seguida a todas las personas que han sido contribuyentes de este proceso y que han hecho parte del desarrollo del presente proyecto.

## **Agradecimientos**

En primer lugar, quiero agradecer a mi familia y especialmente a mi mamá con su experiencia sacamos este proyecto adelante, a la directora de Tesis, Ingeniera Lucía Esmeralda Aguilar quien marco cada etapa para este proyecto y la ingeniera Natalia Molina que fue de gran importancia durante el proyecto haciendo parte del semillero ingeniería del valor.

## Tabla de Contenido

Tabla de Tablas	8
Tabla de Figuras	9
Introducción	12
Planteamiento del Problema	13
Justificación	14
Objetivos	15
Objetivos Generales	15
Objetivos Específicos	15
Metodología	16
Fundamentación conceptual y teórica sobre Marketing Digital	18
Marco Conceptual	19
Stickers	19
Marketing Digital	20
Marketing digital y soporte estratégico	20
Posicionamiento en buscadores SEO	20
PHVA	21
Sitio Web	21
Redes Sociales	21
Meta Business Suite	21
Descripción general de la empresa	22
Nombre	22
Historia	22
Georreferenciación	23
Misión y visión	24
Misión	24
Visión	24
Productos ofertados por la empresa	24
Descripciones del producto	25
Redes sociales	26
Canales de venta online (Redes sociales y WhatsApp Business)	28
Arquetipo principal de la empresa Perfect Nails	29

Detalle del aspecto del perfil nivel geográfico	29
Detalle del aspecto del perfil nivel conductual	29
Descripción de, frustraciones y expectativas que tiene el cliente	29
Describe la experiencia del cliente en el antes del proceso de la compra	30
Describe la experiencia del cliente en el durante del proceso de compra	30
Describe la experiencia del cliente en el después del proceso de compra	30
Mapeo de la competencia	30
Cuál es la competencia Indirecta y que aspectos de ellos Analizamos	31
Análisis redes sociales	34
Matriz de DOFA para análisis estratégico	38
Análisis factores internos de la empresa	38
Debilidades	38
Fortalezas	38
Análisis factores externos de la empresa	39
Amenazas	39
Oportunidades	40
Alcance del estudio	41
Técnicas e instrumentos de investigación	41
Muestra	41
Tabulación y análisis de resultados	42
Preguntas Específicas	43
Resultados de estudio de marketing	48
Recolección de información estudio de mercadeo	50
Resultado de Estudio de Mercado	56
Diseño de un Plan de Marketing Digital para la Empresa Perfect Nails	57
Planear	57
Hacer	61
Verificar	68
Canales de venta Distribuidores	68
Publicidad por Redes Sociale	69
Participación Expociencia	72

Presentación del producto	73
Seguimiento	74
Proceso de venta	75
Actuar	79
Conclusiones	80
Referencias bibliográficas	82

**Tabla de Tablas**

Tabla 1. Percepción externa de la competencia.	33
Tabla 2. Análisis de red social Instagram	34
Tabla 3. Análisis de red social Facebook	37
Tabla 4. Información Perfect Nails	58
Tabla 5. Objetivos del proyecto	58
Tabla 6. Mercado Objetivo	58
Tabla 7. Fortalezas de la empresa	59
Tabla 8. Debilidades de la empresa	59
Tabla 9. Competidores	59
Tabla 10. Precios empresa Perfect Nails	60
Tabla 11. Capacitaciones	60
Tabla 12. Visibilidad	61
Tabla 13. Presentación del producto	61
Tabla 14. Seguimiento	62
Tabla 15. Proceso de venta	62
Tabla 16. Calculadora de presupuesto	65
Tabla 17 . Presupuesto publicidad de marketing	67
Tabla 18. Presupuesto página web	67
Tabla 19. Informe 2021 -2022	76



## Tabla de Figuras

Figura 1. Logotipo de la empresa Perfect Nails.	22
Figura 2. Geolocalización de la empresa Perfect Nails.	23
Figura 3. Categorías de la empresa Perfect Nails.	24
Figura 4. Tips de aplicación	25
Figura 5. Pantallazo Red social Instagram de la empresa Perfect Nails	26
Figura 6. Pantallazo Red social Facebook de la empresa Perfect Nails	26
Figura 7. Pantallazo Red social Facebook de Marketplace	27
Figura 8. Unidades vendidas segundo semestre 2021	27
Figura 9. Ventas segundo semestre 2021	28
Figura 10. Competencia indirecta.	31
Figura 11. Entrega de herramienta tecnologica.	32
Figura 12. Pantallazo Red social magenta	35
Figura 13. Pantallazo Red social nirly	35
Figura 14. Pantallazo Red social Perfect Nails	36
Figura 15. Análisis factores internos de la empresa	38
Figura 16. Amenazas (DOFA)	39
Figura 17. Oportunidades (DOFA)	40
Figura 18. Rango de edad a mujeres encuestadas	42
Figura 19. Red Social con más frecuencia en mujeres	43
Figura 20. Horario con más frecuencia en mujeres	44
Figura 21. Las mujeres ven QR	44
Figura 22. Tipo de Anuncio para las mujeres.	45

Figura 23. Tipo de campaña.	45
Figura 24. Confianza en realizar pagos Online	46
Figura 25. Compras en páginas Marketplace	46
Figura 26. Compras en Tiendas Online	47
Figura 27. Confianza en Página Web	47
Figura 28. Aspectos en una Página Web	48
Figura 29. Conocimiento del producto.	51
Figura 30. Precio del producto.	51
Figura 31. Diseño del producto	52
Figura 32. Diseños y tendencia	52
Figura 33. Instrucciones de uso	53
Figura 34. Durabilidad	53
Figura 35. Conocimiento del producto	54
Figura 36. Entrega de pedidos	54
Figura 37. Medios de pago	55
Figura 38. Atención al cliente	55
Figura 39. Estrategia Facebook	63
Figura 40. Estrategia Instagram	64
Figura 41. Estrategia YouTube	65
Figura 42. Imagen puntos de venta	68
Figura 43. Puntos de venta.	69
Figura 44. Campaña trafico .	69
Figura 45. Métricas	70
Figura 46. Blog Página Web.	71

Figura 47. Página Web	71
Figura 48. Participación Expociencia	72
Figura 49. Nueva presentación	73
Figura 50. Publicidad Perfect Nails	74
Figura 51. Evidencia de seguimiento	75
Figura 52. Tienda Online Perfect Nails	75
Figura 53. Vinculación empresa Envía	76
Figura 54. Informe general abril 2021	77
Figura 55. Informe grafico ventas	78
Figura 56. Informe grafico unidades	78

## **Introducción**

El actual trabajo de grado se realiza para el título de Ingeniería Industrial de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia con una alineación en investigación de Modelos de Gestión Organizacional, con un sub-línea Gestión tecnológica, debido a que se centra en el diseño de un plan de marketing para la empresa Perfect Nails con un enfoque de gestión PHVA.

La finalidad de este proyecto es lograr la implementación de un plan de marketing digital para la empresa Perfect Nails, para lograr lo anterior se desarrolla cada una de las fases mencionadas para este proyecto.

La primera fase consiste en saber la situación actual de las empresas y su ubicación en el mercado como apoyo para realizar esta primera fase contamos con el curso de maratón de emprendimiento para lograr la presente fase. Con la participación de más de 500 emprendimientos tolimenses estuvimos entre los mejores proyectos de la maratón del año 2021 recibiendo una herramienta tecnológica “Tablet”.

La segunda fase del proyecto se obtuvo un análisis del mercado, diseño y tamaño de la muestra, elaboración del cuestionario, tabulación. Que nos permitió con estadísticas lograr pautar la campaña tráfico prueba para lograr que tipo de anuncio, campaña, publico objetivo y sus características.

En la tercera fase se realizó el Diseño del plan de marketing digital con enfoque de gestión PHVA, donde encontramos, Pagina Web, Estrategias comerciales con ayuda de marketing digital, Cambio de imagen y mejoras en procesos productivos de la empresa Perfect Nails.

## **Planteamiento del Problema**

La empresa Perfect Nails fue creada a raíz de la pandemia, lo cual permitió tiempo de investigación para introducir un mejor producto al mercado ibaguereño. Desde el mes de enero del año 2021, inició como una tienda virtual comercializando los adhesivos para uñas, las ventas no fueron lo esperado, puesto que no se había estructurado un plan de marketing digital ya que no contaba con el conocimiento y experiencia en mercadotecnia para llegar a sus clientes a través de las redes sociales y demás medios digitales.

En el año 2021 la empresa de la ciudad de Ibagué no lograba focalizar las ideas de ventas por medio de redes sociales; Siendo un elemento indispensable para lograr vender por internet. En medios digitales y ahora con las nuevas plataformas tecnológicas que nos proporciona la oportunidad de aumentar a nuevos mercados, Así mismo ofrecer productos, aplicar técnicas de comunicación que nos brindan las plataformas y competir en similitud de condiciones con empresas más grandes. La empresa para el año 2021 vendía un promedio de \$245.000 semanalmente entre 300 a 250 unidades, buscando mejorar las ventas con el plan de mercadotecnia se espera crecer un 10% en sus ventas. Teniendo en cuenta lo anterior, la pregunta de investigación de este proyecto es:

¿Qué estrategias de marketing digital se pueden diseñar para posicionar la empresa Perfect Nails como comercializadora de adhesivos para uñas en la ciudad de Ibagué?

### **Justificación**

La comunicación es muy importante para nuestra humanidad por eso hoy en día podemos ver que crece más sistemas de conexiones que lleva a transformar la sociedad moderna y la interacción social. Unos de los desarrollos más significativos que podemos conectarnos es la comunicación social el aumento de estos sitios sociales es cada día mayor.

De esta manera el marketing digital es una forma certera y de uso prácticamente obligatorio para todas las empresas sin importar el tamaño, sector o lugar donde se encuentren; hoy en día no hay barreras para las empresas poder llegar con sus productos al otro continente cada vez estamos más cerca en poder tener un producto a nivel internacional. Por eso debemos aprovechar todos los avances tecnológicos posibles para lograr llegar con nuestro producto donde queremos venderlo con los avances en la ciencia y la tecnología.

## **Objetivos**

### **Objetivos Generales**

Diseñar un plan de marketing Digital para la empresa Perfect Nails, con el fin de aumentar el porcentaje de ventas en un 10% en el mercado ibaguereño en 6 meses.

### **Objetivos Específicos**

Analizar la actual situación de la empresa Perfect Nails y reconocer su ubicación en el mercado.

Realizar un estudio de mercado, como también buscar atributos de la competencia.

Diseñar una página Web para lograr aumentar su competitividad en el mercado ibaguereño.

## **Metodología**

El método de investigación de estudio es mixto siendo una mezcla de cualitativa y cuantitativa, observando la factibilidad de desarrollar estrategias de marketing digital para aplicarlo con la empresa Perfect Nails adhesivos para uñas, con el fin de dar un gran paso hacia este medio digital para que la empresa se pueda adoptar este método. así mismo verificando la capacidad de generar la acción a este medio con los productos en una nueva era digital, sitio web e implementación de estrategia social media.

De esta manera, el presente proyecto logrará realizar aplicaciones para la gestión de campañas en redes sociales, aplicar nuevas técnicas de comunicación que nos brindan las plataformas y competir en igualdad de condiciones con empresas más grandes competidoras de la ciudad de Ibagué. El proyecto consta de las siguientes fases:

Fase I: Analizar la actual situación de la empresa Perfect Nails y reconocer su ubicación en el mercado: Ya que es una empresa que apenas lleva un año y medio para su comercialización de sus productos necesitamos mapear la competencia, para tener conocimientos de cómo realizarlo estuvimos en una maratón de emprendimiento participaron más de 500 emprendimientos tolimenses estando en los mejores 100 proyectos de la maratón Tolima del año 2021 recibiendo una herramienta tecnológica “Tablet”. Dentro de la maratón tuvimos sesiones donde logramos Identificar nuestro cliente potencial, hacer nuestro producto único y diferente, Como vender y mapeo de nuestra competencia y por último Diseño de estrategia de introducción o consolidación en el mercado.

Fase II: Estudio de mercado incluyendo un nicho: Esta presente fase es una de la más importa durante el proyecto porque nos permite con las encuestas realizadas obtener datos que nos permiten pautar los tipos de anuncios que les gusta las mujeres, Red social que usa con más



frecuencia, Interés para un anuncio en redes sociales, confianza que presentan las mujeres en realizar compras online.

Fase III: Diseño del Plan de marketing digital para la empresa Perfect Nails: Para lograr con el plan de marketing Digital se realizó con un enfoque de gestión PHVA, que se logra el Diseño prueba de la página Web y luego los recursos necesarios para aumentar su competitividad en el mercado ibaguereño, ya que la empresa Perfect Nails no tiene puntos físicos siendo así se crea una página web para ser una Tienda Online, Cambio de imagen, implementación de estrategias comerciales con ayuda de marketing digital (Puntos Autorizados de venta, Código Qr en cada lamina del producto), Estrategias para las redes sociales de forma orgánica y publicidad pautada.

## **Fundamentación conceptual y teórica sobre Marketing Digital**

Se llevó a cabo búsquedas a través de Google académico y motores de búsqueda en internet principalmente basándonos en nuestro país se hallaron pocos proyectos de este tipo de productos , el mercado de los Adhesivos o Stikers para uñas en Colombia aún no se encuentra un proyecto de este tipo, teniendo en cuenta que hay diferentes formas como lo han llamado como Strikes, Tattos o Adhesivos de agua, la búsqueda arrojó resultados de proyectos de interés para nuestro trabajo en marketing digital se citara algunos de ellos:

Plan de Marketing Digital 2014 para la empresa Corporación de Servicios TBL S.A. de la ciudad de Guayaquil. (Maridueña, A. y Paredes, J. 2015)

Este proyecto como propósito como su nombre lo indica, un plan de marketing digital, contando con 5 secciones como primera medida la situación problemática y la necesidad que se tiene por resolver, la segunda sección lineamientos teóricos para lograr la realización del trabajo, la tercera Análisis de información con la investigación de mercado, la cuarta sección aplicaron el componente técnico y el diseño del proyecto logrando integrar, convertir, retener clientes y medir la eficacia que se plantearon para las estrategias de Marketing Digital y para finalizar la quinta son los resultados de la implementación del plan de marketing digital.

Este documento permite para el presente trabajo llevar una guía para poder implementar y mejorar los procesos del plan de marketing digital que se implementara a la empresa Perfect Nails, conociendo que la empresa aun no cuenta con virtudes para lograr ser fuertes como Tienda Online.

Implementación de estrategia de marketing digital a pymes familiares de productos alimenticios de dulces artesanales colombianos. (Puentes, M. y Rueda, E. 2016)

Este proyecto tiene como planteamiento digital para microempresas familiares de productos colombianos, que no estén dentro en el mundo online.

Si bien el resultado de este proyecto es lograr tener la menor duración y empeño tanto en a la venta de sus productos también en la compra, es de gran importancia para las empresas y con una ventaja competitiva del E-commerce.

Propuesta de un plan de marketing digital para la empresa alumitex de la ciudad de montería.

(Muñoz, C. y Cuervo, C. 2019)

Este trabajo tiene como finalidad Diseñar un plan de marketing digital para la empresa Alumitex en el año 2019. Trazando un planteamiento de marketing digital ampliando su fidelidad, la lealtad de los clientes y el aumento de las conexiones comerciales de la organización.

El marketing digital: una solución estratégica para las microempresas (Arredondo, J.2017)

En este trabajo de grado es importante porque nos explica los beneficios que tiene el marketing digital como también las herramientas que se pueden implementar para poder tener un plus clave del éxito para una microempresa.

Creación empresa vinilo & color s.a.s (Balanta, Y., Vela, A y Zuluaga, L. 2012)

El presente trabajo de grado es con la creación de una empresa de la decoración en el uso del vinilo adhesivo para hogares que se pueden pegar en cualquier parte de la casa. Estableciendo una empresa que logre satisfacer las necesidades en decoración de las familias, mediante la producción y comercialización de vinilos adhesivos siendo uno de los productos más similares para este presente proyecto.

## **Marco Conceptual**

### **Stickers**

Las uñas pinceladas son muy fáciles de utilizar y llevar ya que pueden utilizarlo cualquier mujer que desea buenas técnicas en decoración para las uñas, en este procedimiento se hace uso de un diferente esmalte, también se pueden utilizar stickers con distintas formas para darle un toque de perfección a las que no tienen tanta precisión al momento de realizar una manicure o pedicure a demás muchas de las mujeres que no son profesionales en estética y belleza. (Mundo Manicura.2017)

## **Marketing Digital**

Concepto de marketing Como origen del marketing podemos citar a Arqués-Salvador (2006), quien explicó su función Al principio, me limité a la publicidad y la promoción, basado en el hecho de que hay poco ambiente. El precio es estable y hay poca innovación en el desarrollo de nuevos productos. Existe en En ese momento, el mercado monopolista era un mercado monopolista y no existía protección legal. Competencia o protección al consumidor.

Marketing en español lo llamamos mercadeo o mercadotecnia, siendo una técnica que se encarga del revisar detalladamente de la conducta del mercado y de los clientes o usuarios, Analizando la parte comercial de la empresa u organización logrando captar, conservar y ganar clientes (Pérez & Gardey, 2008)

### **Marketing digital y soporte estratégico:**

Kotler & Armstrong (2008). Defienden la política medioambiental de la empresa Marketing de fuerzas externas y participantes que influyen en la capacidad y dirección del marketing. Mantener una relación rentable con el cliente objetivo, razón por la cual más herramientas. El equipo de marketing puede controlar la empresa, puede lograr mejores objetivos. Este entorno incierto y cambiante, de ahí la importancia del marketing digital El factor clave para el éxito en el trabajo sustantivo de marketing y la estrategia de la organización.

### **Posicionamiento en buscadores SEO:**

El Searching Engine Optimization, en español y en global es “salir el primero en Google”. El objetivo principal es ubicar cualquier sitio Web, aumentando las visitas que llegan desde Google. Por ejemplo: el cliente buscaría la palabra clave “Perfect Nails” y encontrando nuestra Tienda Online posicionada en Google. (Viteri, F., Herrera, L., & Bazurto, A. 2018).

## **PHVA**

García (2008) nombra que este procedimiento nombrado PHVA está junta a la planificación, implementación, control y mejora continua, hasta tal punto que para los productos y también para los procesos que no solo dependan de un producto, pero si contenga procesos sistemas de gestión.

## **Sitio Web**

Es un entorno que nos ayuda para que las personas tengan confianza y podamos suministrar información acerca de los servicios que ofrecemos. Además de ser un lugar donde todos puedan consultar, con diseño visualmente llamativo, con temas relevantes y con posicionamiento web, con la Tienda Online es un vendedor 24/7 para la compañía. (Suarez,2017)

## **Redes Sociales**

Existen diferentes aplicaciones para la socialización digital, Actualmente contamos con varios espacios como Facebook, Instagram, YouTube y demás redes sociales que las mujeres eligen cuál o cuáles redes sociales son las adecuadas para el tipo información que desean buscar o para la empresa pensando en el público objetivo.(Suarez,2017)

## **Meta Business Suite**

Meta Business Suite nos ayuda conectando las cuentas de Facebook e Instagram, logrando administrar todo tipo de publicación para que sea pautaada por redes sociales. Ayudando a mantenernos al día de nuestras cuentas empresariales. (Zayas,2022)

## **Engagement rate**

Es llamado tasa de interacción siendo un indicador que nos ayuda a calcular el total de interacción y el alcance de la publicación debido a que muchas empresas compran seguidores.(Bermudez,2022)

## Descripción general de la empresa

### Nombre

Perfect Nails adhesivos para tus uñas

### Logo

#### Figura 1.

*Logotipo de la empresa Perfect Nails.*



**Nota.** Fuente: Empresa Perfect Nails

### Historia

Perfect Nails, Es una empresa fundada en el año 2020. A raíz de la pandemia logro realizar grandes investigaciones basados en la experiencia por más de 25 años para elaborar y diseñar Stickers para uñas. Siendo una empresa industrial fortaleciendo la economía colombiana. Logrando ser primeros y principales impulsores de la producción de Stickers para uñas en el departamento del Tolima.

Sector en el que se desenvuelve: sector secundario

Sedes: No cuenta con sedes hasta ahora.

## Georreferenciación

Ubicación: Se encuentra situada en el departamento del Tolima, en la ciudad de Ibagué, su producción de adhesivos lo realiza en la Urbanización Santa Ana.

### Figura 1.

*Geolocalización de la empresa Perfect Nails.*



**Nota.** Fuente: <https://www.google.com/maps/@-33.3865698,-70.6224974,16z?hl=es-419>

## Misión y visión

### Misión

Producción y comercialización de Stickers para uñas con Innovación y calidad.

### Visión

En el año 2031 ser líder a nivel nacional en el mercado de adhesivos para uñas, aplicando tecnologías en el mejoramiento continuo de nuestros procesos, Además comprometidos con la preservación del medio ambiente.

### Productos ofertados por la empresa

#### Figura 3.

*Categorías de la empresa Perfect Nails.*



**Nota.** fuente: Empresa Perfect Nails (Categoría clásica y Premium)



**Figura 4.***Tips de aplicación*

**Nota.** fuente: Empresa Perfect Nails (Tips de aplicación)

### **Descripciones del producto**

Los productos Perfect Nails se ha caracterizado por gran diferencia en el mercado logrando ser un producto único, especial con innovaciones constates. Obteniendo productos de calidad, Definición en diseño, color y durabilidad.

Unos de los puntos clave de la empresa cuenta con diseños clásicos que da una sensación esplendidez, calidad y delicadeza en el diseño. Lo más importante nuestros diseños cuentan con alta dosis de singularidad, creatividad y personalizados, que nos ayudan nuestros clientes con las recomendaciones de diseños de tendencia y moda. Pensamos siempre en ellas ya que desean algo diferente cada día. Nuestros adhesivos son fáciles su uso de aplicación y rápido, ya que viene totalmente recortada la figura no tiene necesidad de ser recortado y lo aplicamos directamente a la uña, sin necesidad de agua para ser aplicados es una de la gran diferencia que está haciendo la empresa Perfect Nails en el mercado de Stickers o Adhesivos para uñas.

## Redes sociales

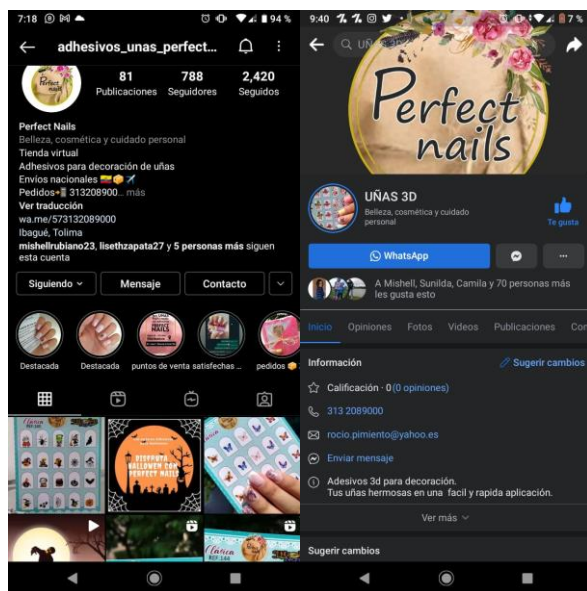
La empresa Perfect Nails tiene como mecanismo de comunicación por vía marketing tradicional y orgánico.

### Figura 5.

*Pantallazo Red social Instagram de la empresa Perfect Nails*

### Figura 6.

*Pantallazo Red social Facebook de la empresa Perfect Nails*



**Nota.** fuente: Redes sociales de la empresa Perfect Nails

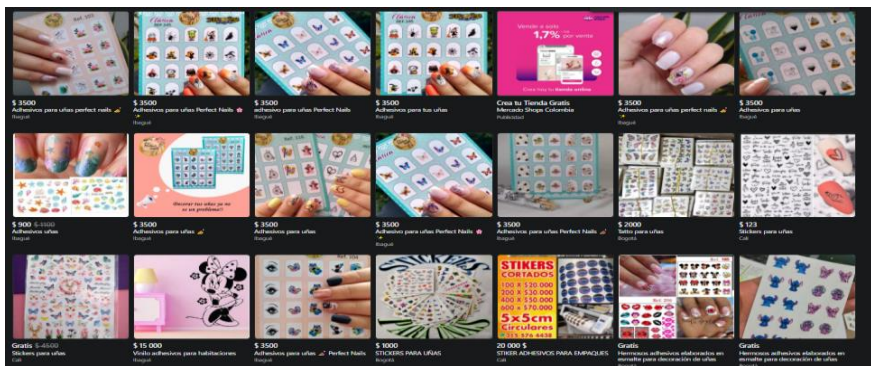
Fuente: <https://m.facebook.com/Perfectnailsibague/>

Fuente: [https://www.instagram.com/adhesivos\\_unas\\_perfectas/](https://www.instagram.com/adhesivos_unas_perfectas/)

La empresa Perfect Nails en este momento tiene una poca cantidad de seguidores en sus redes sociales el mecanismo de publicación que están realizando en este momento es vía Facebook en el cual desde sus perfiles publican en grupos y Marketplace formados para venta de artículos y demás productos.

**Figura 7.**

*Pantallazo Red social Facebook de Marketplace*



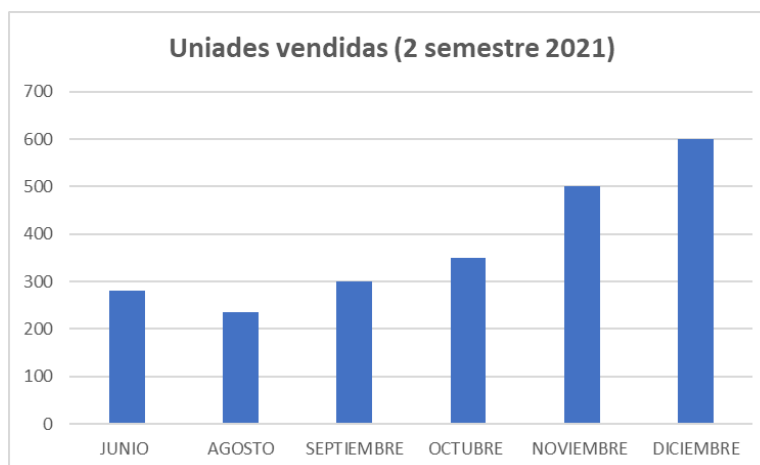
**Nota.** fuente: Marketplace de Facebook se busca a palabra Adhesivos para uñas y observamos diferentes publicaciones que ha realizado la empresa. Fuente:

[https://www.facebook.com/marketplace/?ref=app\\_tab](https://www.facebook.com/marketplace/?ref=app_tab)

Con esta imagen logramos evidenciar las publicaciones realizadas por el personal de la empresa Perfect Nails logrando así llegar al consumidor de una buena manera sin generar ningún tipo de gasto adicionales por publicidad.

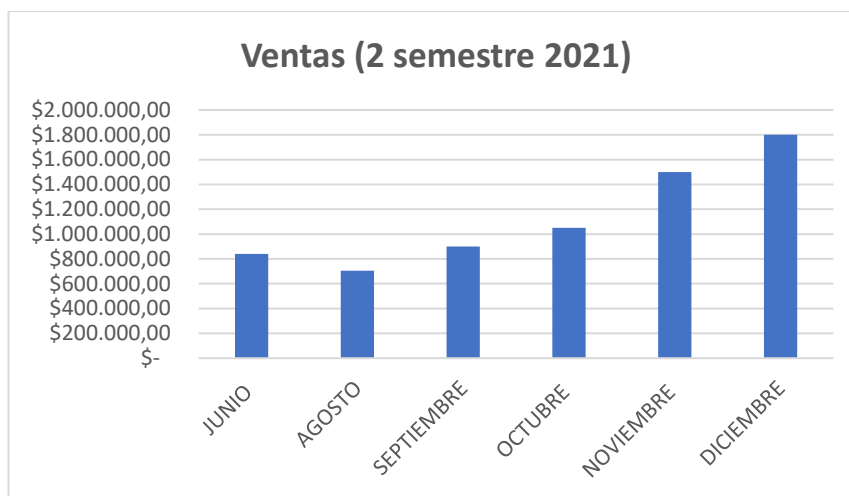
**Figura 8.**

*Unidades vendidas segundo semestre 2021*



Fuente: Elaboración propia

**Nota.** Unidades vendidas de la empresa semestre 2021B

**Figura 9.** Ventas segundo semestre 2021

Fuente: Elaboración propia

**Nota.** Numero en ventas vendidas de la empresa semestre 2021B

### **Canales de venta online (Redes sociales y WhatsApp Business)**

La empresa Perfect Nails desde sus inicios solamente sus canales de venta fueron las redes sociales principalmente en Facebook con la creación de la página empresarial. En esta página, es cuenta con la descripción del negocio, que su principal objetivo son las mujeres, de esta manera también crearon la red social Instagram también empresarialmente. La forma de vender fue orgánicamente pautaada por grupos de Facebook donde se encuentran más de 35 mil personas o mayor teniendo una gran segmentación de público.

WhatsApp Business fue creado también por la empresa Perfect Nails con fines de poder crear un catálogo y una mejor presentación para la empresa, y teniendo respuestas inmediatas a la hora de que un futuro clientes se comuniquen.

## **Arquetipo principal de la empresa Perfect Nails**

Detalle del aspecto del perfil nivel demográfico

1. Todo tipo de mujer
2. Manicuristas, estilistas y la mujer del común.

**Detalle del aspecto del perfil nivel geográfico**

1. Territorio colombiano
2. Urbano y rural
3. Cualquier tipo de clima

**Detalle del aspecto del perfil nivel conductual**

Mujeres que les gusta tener sus uñas bien arregladas, amantes de la manicura.

**Descripción de, frustraciones y expectativas que tiene el cliente.**

Miedos

1. Que te roben como tienda virtual (Mucho se habla de supuestas tiendas virtuales que estafan a personas, de tal manera se ha generado miedo al comprador para poder adquirir productos desde internet)
2. Que el producto no cumpla satisfactoriamente sus expectativas (Mala calidad, los diseños no son de muy buena nitidez)

Frustraciones

1. Que el producto no tenga una buena durabilidad.
2. Cuando lo pongan en la uña no sea el mismo tono del diseño que iba en la lámina.

### Expectativas

1. Producto duradero y de muy buena calidad
2. Precios justos
3. Se puede aplicar en cualquier sistema de uñas

### **Describe la experiencia actual del cliente en el antes del proceso de la compra**

1. Mediante las redes sociales (Encontrándonos con publicidad Orgánica)
2. La voz a voz de los clientes

### **Describe la experiencia actual del cliente en el durante del proceso de compra**

1. La manicurista Adquiere nuestros Adhesivos para maximizar el tiempo en el trabajo y satisfacer sus clientes.
2. Presentación del portafolio de las referencias actuales.
3. Demostración de diseños plasmados en uñas reales para una mejor convicción para adquirir nuestros adhesivos.

### **Describe la experiencia del cliente en el después del proceso de compra**

1. Seguimiento posterior al despacho del pedido con el cliente.
2. Encuesta de satisfacción del cliente con los Adhesivos de Perfect Nails.

### **Mapeo de la competencia**

Con el Mapeo de la competencia la competencia es gran importancia para lograr saber en qué posición se encuentra la empresa para empresa, sus habilidades y desventajas sus principales puntos importantes son:

1. Posicionar la empresa en el mercado
2. Fijar precios y el valor que podemos ofrecer
3. Crear un buen discurso de venta

4. Diseñar empaques novedosos y atractivos
5. Quienes son sus compradores
6. Permite evitar la repetición de errores que otros ya han cometido

### ¿Cuál es la competencia Indirecta y que aspectos de ellos Analizamos?

Nuestra competencia indirecta, Es desde un diseño bien elaborado de una manicurista y demás productos como, Stikers pegatinas, Tattos y Stamping. Los aspectos más importantes que hemos analizado de ellos los stikers chinos lleva tecnologías avanzadas en el cual no encontramos tipo de maquinaria especializada para lograr competir con el mismo tipo de diseños.

#### Figura 10.

##### *Competencia indirecta*



Nuevo | 18 vendidos

Kit Pinturas Acrílicas De 5ml   
20 Unidades Más Pincel 000

\$ 35.000

en 12x \$ 2.917 sin interés

[Ver los medios de pago](#)

 Envío a nivel nacional

Conoce los tiempos y las formas de envío.

[Calcular cuándo llega](#)

 **Devolución gratis**

Tienes 30 días desde que lo recibes.

[Conocer más](#)

Stock disponible

Cantidad: 1 unidad  (3 disponibles)

Fuente: <https://www.mercadolibre.com.co>

**Nota.** Se busco por la página mercado libre Colombia para poder tener un ejemplo de la competencia indirecta ya que muchos de estos productos también se comercializan en el mercado digital.

¿Cuál es la competencia Directa y que aspectos de ellos Analizamos?

Para Analizar la competencia se logró ingresar en la maratón de emprendimiento que se realizó de manera virtual por parte de la Gobernación del Tolima, donde participaron más de 500 emprendimientos y microempresas menores de 2 años en el comercio, logrando quedar entre los mejores 100 proyectos de la maratón Tolima 2021 recibiendo una herramienta tecnológica “Tablet”. Dentro de la maratón tuvimos sesiones donde logramos Identificar nuestro cliente potencial, hacer nuestro producto único y diferente, Como vender y mapeo de nuestra competencia y por último Diseño de estrategia de introducción o consolidación en el mercado.

### **Figura 11.**

*Entrega de Herramienta tecnológica*



Fuente: Autoridad propia

**Nota.** Se muestran la entrega de certificado y herramienta digital por la participación de la maratón de emprendimiento 2021.



**Tabla 1.***Percepción externa de la competencia*

<b>Empresas</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Productos</b>	<b>Precios</b>	<b>Canales</b>	<b>Formas de pago</b>	<b>Tiempos de entrega</b>
<b>Perfect Nails</b>	Ibagué	Adhesivos para uñas	\$ 3.500,00	Facebook, Instagram, YouTube	Antes del envío Trasferencia Bancolombia Nequi	Ibagué- Inmediato. 3 días hábiles para otras ciudades
<b>Magenta</b>	Bogotá	Películas para uñas, Acrílicos para stamping, Brillo para strikes, Esmaltes	\$ 2.700,00	Instagram, Cuenta con página <a href="https://magenta-nailart.olistshops.com/">https://magenta-nailart.olistshops.com/</a>	Antes del envío Bancolombia Nequi	Bogotá- Inmediato. 3 días hábiles para otras ciudades
<b>Niraly</b>	Medellín	Adhesivos o Strikes, esmaltes	\$ 6.000,00	Facebook, Instagram	Antes del envío Bancolombia Nequi	Medellín- Inmediato. 3 días hábiles para otras ciudades

**Fuente:** Autoridad propia

**Nota.** Investigación de la percepción externa de la competencia para lograr con el cumplimiento de las secciones de la maratón de emprendimiento.

Con la presente tabla logramos observar que una de las competencias llamada Magenta maneja una Tienda Online y el precio del producto es económico. Pero ninguna de las dos empresas ofrece contra entrega a nivel nacional. Una de las desventajas de la empresa Perfect Nails es que solo ofrece un solo producto mientras que las demás empresas ofrecen un portafolio más amplio para sus clientes, hay que resaltar que la empresa solo fabrica y comercializa adhesivos para uñas y apenas lleva año y medio en el mercado.

## Análisis redes sociales

**Tabla 2.**

*Análisis de red social Instagram*

<b>Red Social Instagram</b>	<b>Perfect Nails</b>	<b>Magenta</b>	<b>Niraly</b>
<b>Seguidores</b>	820	11.1mil	2.547
<b>Frecuencia de publicaciones</b>	Cada semana	Todos los días	Cada 4 días
<b>Tipo de publicaciones</b>	Propias	Propias+ sector	Propias
<b>Tonos de los mensajes</b>	Informal	Informal	Informal
<b>Sentimientos</b>	Positivos	Neutral	Positivos

Fuente: Autoridad propia

**Nota.** Comparación de redes sociales de la empresa Perfect Nails con la competencia directa.

La red social de Instagram podemos analizar varios factores de las empresas con competencia directa, primero en Seguidores muchos de cuentas de esta red social compran seguidores por eso se va a realizar un engagement rate “Es llamado tasa de interacción” es un indicador que nos ayuda a calcular porcentajes que sirve para cuantificar el nivel de interacción que tiene una audiencia. La fórmula para calcularlo es;

$$\frac{\text{Total de interacciones}}{\text{Alcance de la publicación}} \times 100$$

$$\frac{N^{\circ} \text{ Me gusta} + N^{\circ} \text{ Comentarios} + N^{\circ} \text{ copartidos}}{N^{\circ} \text{ de seguidores}} \times 100$$

Para realizar y calcularlo vamos a escoger una última publicación de cada empresa.

**Figura 12.***Pantallazo Red social nirly*Fuente: <https://www.instagram.com/p/Cb5P-nYopc/>**Nota.** Magenta cuenta con un porcentaje buen en interacción de sus seguidores

$$\frac{147}{11.100} \times 100 = 1.32$$

**Figura 13.***Pantallazo Red social nirly*Fuente: <https://www.instagram.com/p/CcrBGGsuRqk/>**Nota.** Niraly es una empresa que lleva un buen tiempo en el mercado, pero en esta publicación no tiene una buena interacción a comparación de la cantidad de seguidores que tiene.

$$\frac{4}{2547} \times 100 = 0.15$$

**Figura 14.***Pantallazo Red social Perfect Nails*

Fuente: <https://www.instagram.com/p/CY66-yFuDhU/>

**Nota.** La empresa Perfect Nails ha logrado algo muy importante y es la calidad de sus seguidores, ya que la cuenta no tiene un gran número de seguidores tiene buenas interacciones en las publicaciones.

$$\frac{16 + 1}{820} \times 100 = 2.07$$

Ya calculamos el Engament rate para cada empresa y logramos observar que contamos con un mayor porcentaje de interacción, esto conlleva que no es importante la cantidad de seguidores si no la calidad de contenido que podemos ofrecer a nuestro público objetivo.

Las frecuencias de publicaciones son importantes para cada cuenta de esta manera estamos recordándole al cliente que siempre estamos presentes con nuestro producto, lo más importante para el tipo de publicación es que sea de autoridad propia para que el público tenga una mayor confianza en la empresa. El tono de mensajes es una parte importante a la hora de interactuar con el cliente por eso se lleva a cabo un embudo y ventas para lograr dar con el cierre de las ventas.

**Tabla 3.***Análisis de red social Facebook*

<b>Red Social Facebook</b>	<b>Perfect Nails</b>	<b>Magenta</b>	<b>Niraly</b>
<b>Seguidores</b>	150		1707
<b>Frecuencia de publicaciones</b>	Cada semana		Cada semana
<b>Tipo de publicaciones</b>	Propias		Propias
<b>Tonos de los mensajes</b>	Informal		Informal
<b>Sentimientos</b>	Positivos		Positivos

Fuente: Elaboración propia

## Matriz de DOFA para análisis estratégico

### Análisis factores internos de la empresa

**Figura 15.**

*Análisis factores internos de la empresa*

DEBILIDADES (-)		FORTALEZAS (+)	
1	Pocos medios de pago (la empresa Perfect Nails solo tiene medio de pago en efectivo o cuenta Bancolombia)	1	Atención Personalizada
2	Pocos canales de entrega y reparto (solo hay servicio de contra entrega en Ibagué)	2	Variedad de Diseños (En épocas importantes, Tendencia e Innovación)
3	Falta de direccionamiento estratégico (No cuenta con estrategias en Ventas, marketing y producción)	3	Aplicación de uso Fácil y Rápido
4	Poca participación en redes sociales (La empresa Perfect Nails no es constante en publicaciones para lograr atraer más clientes)	4	Precio accesible (Precios Justos)
		5	Durabilidad (Gran durabilidad del adhesivo superando el mes de haberse aplicado)
		6	Oportuna entrega (Entregas rápidas)
		7	Presentación única y especial (presentación del producto diferencial a los demás competidores)

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

### Debilidades

La empresa Perfect Nails ofrece pocas alternativas de pago eso hace que cliente pueda que se retracte al realizar una compra, Además ofrece pocas opciones de entrega algunas personas sienten miedo a comprar por medio del internet al no conocer la empresa personalmente. La empresa debe ser más frecuente en su participación en redes sociales realizar más campañas en esos medios para lograr tener una mayor interacción de las personas.

### Fortalezas

La empresa cuenta con muy buenas fortalezas con el producto, atención al cliente, precios justos, variedad de diseños, aplicación fácil y rápido en menos de 20 segundos tiene la uña decorada lo mejor para destacar en la empresa producto único y diferente.

## Análisis factores externos de la empresa

**Figura 16.**

*Amenazas (DOFA)*

AMENAZAS (-)	
1	Entradas de nuevos competidores ( Stikers chinos con nuevas tecnologías y nuevos competidores nacionales )
2	Competidores con mayor variedad de productos ofrecidos que con llevan con la decoración de uñas
3	Aumento de costos de la materia prima (los costos de producción cada día es más costo por el alza de la materia prima)
4	Inestabilidad económica (Situación económica de todos los ciudadanos colombianos)

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

### Amenazas

Las principales amenazas que tiene la empresa Perfect Nails es la entrada de nuevos competidores al mercado colombiano e Ibaguereño, hoy en día nos encontramos con stikers o tattoos chinos que traen mayor cantidad y más económico, y nuevas técnicas en sus diseños, el aumento de la materia prima para cualquier producto fuera de lo relacionado con las uñas esta supremamente costoso en el año 2022,de esta mera la empresa deberá replazar otras técnicas para lograr sacar sus productos más económicos.

**Figura 17.***Oportunidades (DOFA)*

Oportunidades (+)	
1	Alto nivel de consumo (el producto cuenta con alta demanda y uso de recompra)
2	Brindar vacantes de trabajo (La empresa Perfect Nails brinda vacantes de empleo)
3	Ferias para dar a conocer la empresa Perfect Nails
4	Confiabilidad de los clientes en las compras
5	Apertura de nuevos canales de comercialización
6	Contra entrega a nivel nacional (Con la empresa envía se proyecta trabajar a la mano para ofrecer servicio de contra entrega)
7	Apoyo de entidades gubernamentales (Entidades gubernamentales pueden apoyar la empresa Perfect Nails)

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

### **Oportunidades**

El producto que se fabrica en la empresa Perfect Nails ha tenido un gran impacto en el mercado ibaguereño, de esta manera cuenta con alta demanda y uso de recompra es una un punto importante para que la empresa se mantenga y logren alcanzar metas numéricas en ventas, la empresa Perfect Nails puede dar un salto importante para dar a conocer su producto a nivel nacional y es con la feria de la belleza que se realiza cada año en la ciudad de Bogotá, donde varias empresas del sector de la belleza impulsan y venden sus productos.

Dentro del plan de marketing digital se quiere lograr un acuerdo empresarial para que la empresa logre vender a nivel nacional sin ningún conveniente en confianza con sus clientes de esta manera se llevara a cabo un proceso de vinculación con la empresa Envía “transportadora colombiana reconocida en el país” para que los clientes tengan la oportunidad de pagar con contra entrega y se sientan seguros en adquirir el producto.



### **Alcance del estudio**

El método de investigación de estudio es mixto siendo una mezcla de cualitativa y cuantitativa, la idea central es observar la factibilidad de desarrollar estrategias de marketing digital para aplicarlo con la empresa Perfect Nails adhesivos para uñas, con el fin de dar un gran paso hacia este medio digital para que la empresa se pueda adoptar este método. Demostrando posibilidades de la implementar estrategias en una nueva era digital, página web y planificación de estrategia social media.

### **Técnicas e instrumentos de investigación**

La intención de este estudio mixto es lograr conocer las características y formas por el cual la mujer interactúa y compra productos de belleza en internet como segunda manera logrando buscar e investigar maneras del cual la competencia logra comunicarse y transmitir sus productos a los consumidores, como diseño se fue aplicando recopilación de datos cualitativos y cuantitativos de manera paralela. Analizado por separado y funcionando en un triángulo de métodos. Se analizó a la competencia directa por medio de fuentes secundarias, en esto caso internet, llevando a cabo una tabla para lograr obtener cuales son las ventajas y desventajas que está presentando la empresa Perfect Nails. Al mismo tiempo se realiza una recopilación de encuestas en línea, encuestas móviles. Logrando dar datos importantes para lograr implementar una estrategia de marketing digital.

El procesamiento de datos se realiza mediante el uso de herramientas. Con el apoyo de la computadora, con un el programa para realizar estadísticas Estadístico y programa Excel Microsoft Office

### **Muestra**

Una vez definida la unidad de análisis, comenzamos a definir La población o muestra a estudiar y pretendiendo generalizar los resultados. Por tanto, la población que será dirigido es a

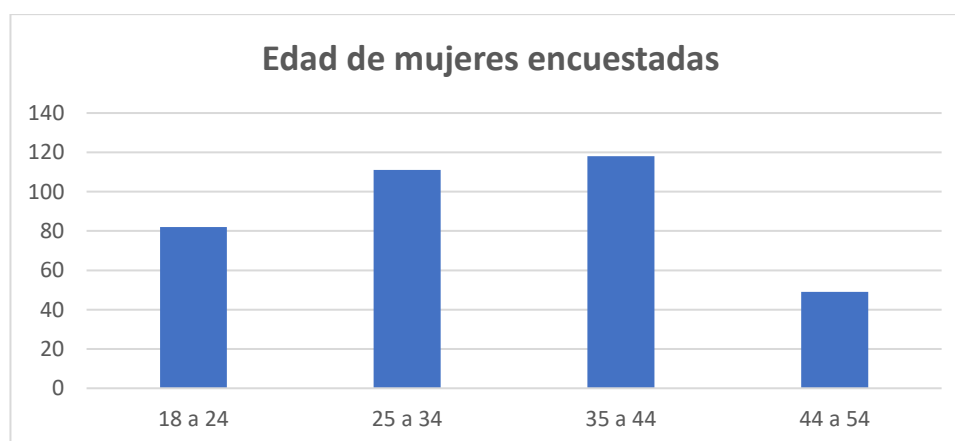
todo tipo de mujer que puedan obtener un Celular, Pc o Tablet, es el conjunto de todos los casos pactados. Para la aplicación de métodos de recolección de información (encuesta).

El sondeo se realizó a 362 mujeres ubicadas en la ciudad de Ibagué entre los estratos 1,2,3 al 4, con edades que oscilan entre los 18 y 54 años. Las edades de los encuestados los dividimos en 4 ya que es una segmentación de rangos de edad grande para lograr hacer un análisis más completo a la hora de pautar por redes sociales.

### Tabulación y análisis de resultados

#### Figura 18.

*Rango de edad a mujeres encuestadas*



Fuente: Elaboración propia

Nota. Edad de mujeres encuestadas en la ciudad de Ibagué

Evidenciando que:

1. El 23% de los encuestados se encuentran ubicados en un rango de edad entre los 18 y 24 años.
2. El 31% de los encuestados se encuentran ubicados en un rango de edad entre los 25 y 34 años.

3. El 33% de los encuestados se encuentran ubicados en un rango de edad entre los 35 y 44 años.
4. El 14% de los encuestados se encuentran ubicados en un rango de edad entre los 44 y 54 años.

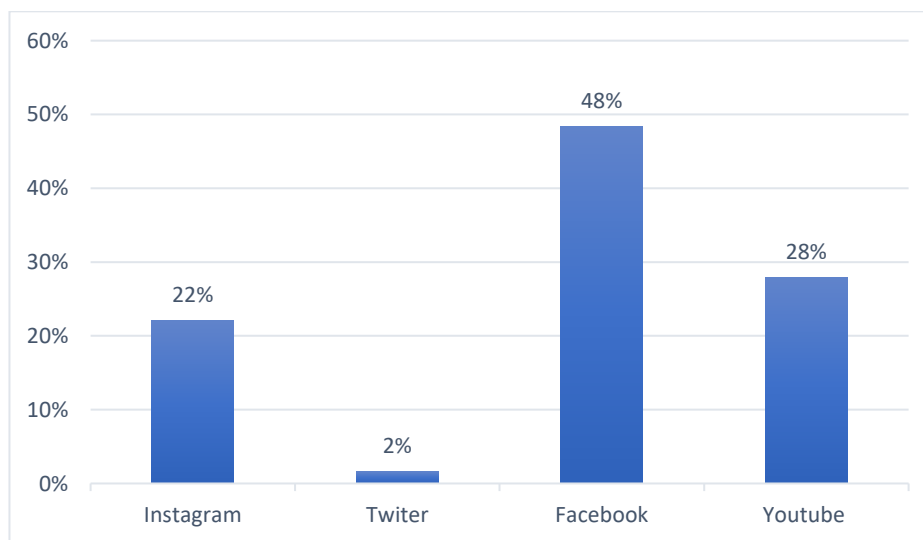
Ahora se procede al análisis e interpretación de los datos

### Preguntas Específicas

1. ¿Cuál es la red social que usas con más frecuencia?

#### Figura 19.

*Red Social con más frecuencia en mujeres*



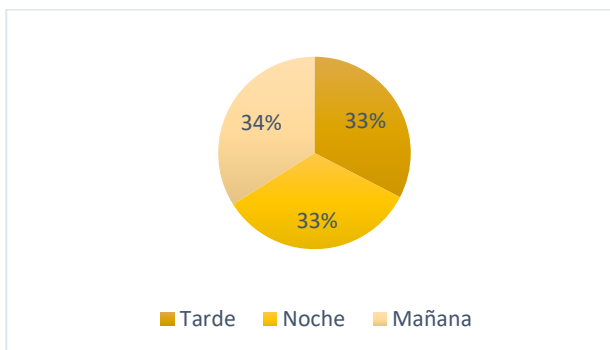
Fuente: Elaboración propia

**Nota.** 48% de las mujeres utilizan Facebook como la red social más frecuentada por ellas siguiendo YouTube con el 28%, Instagram 22% y Twitter con 2% mujeres

2. ¿En qué horario revisas redes sociales?

**Figura 20.**

*Red Social con más frecuencia en mujeres*



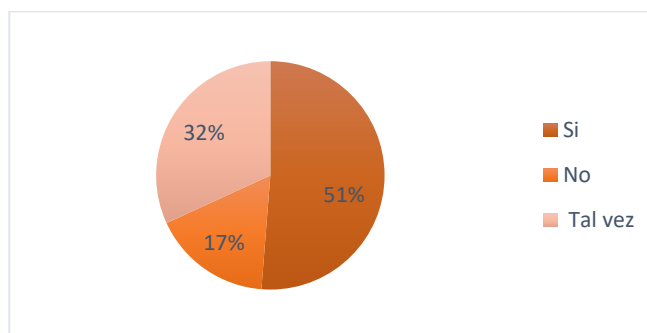
Fuente: Elaboración propia

**Nota.** El horario en el que se conecta las mujeres a las redes sociales es muy equilibrado podemos observar que 34% de las mujeres se conectan en la mañana luego tarde y noche con el mismo porcentaje de 33%.

3. ¿Si ves un código QR para ver un paso a paso lo harías?

**Figura 21.**

*Las mujeres ven QR*



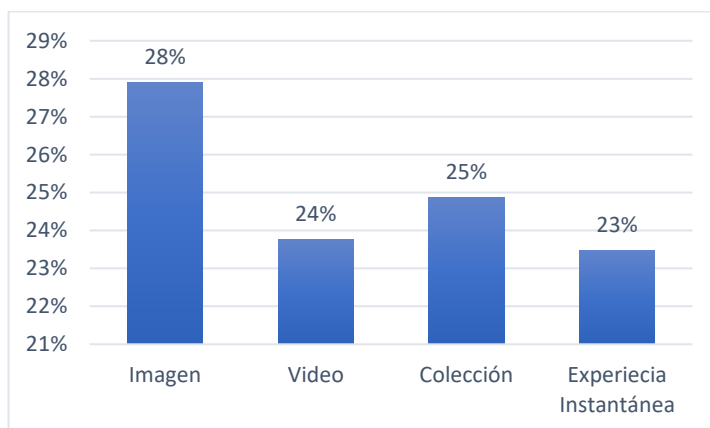
Fuente: Elaboración propia

**Nota.** Algunas mujeres les gusta poder ver un video de paso a paso para poder hacer uso del producto y fue con un porcentaje de 51% mientras que el 17% fue del No prefieren algo escrito y el 32% tal vez.

#### 4. ¿Qué tipo de formas de anuncios te llama más la atención?

**Figura 22.**

*Tipo de Anuncio para las mujeres*



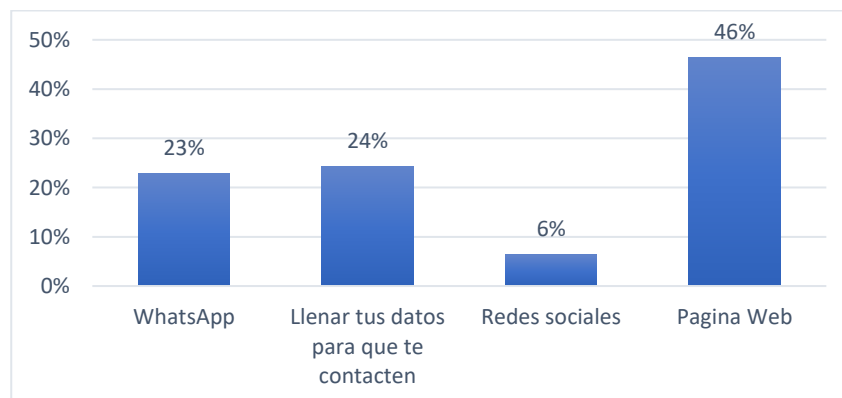
Fuente: Elaboración propia

**Nota.** El 28% de las encuestadas les llama la atención las imágenes luego el 25% como colección 24% con video y 23% Experiencia instantánea.

#### 5. ¿Cuándo está interesada en un Anuncio te gusta que te lleve directamente?

**Figura 23.**

*Tipo de campaña*



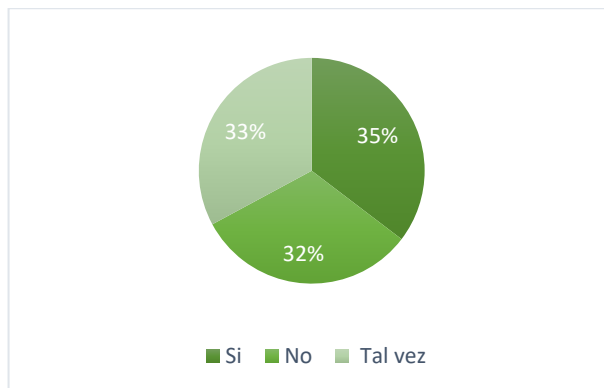
Fuente: Elaboración propia

**Nota.** En Meta Business Suite Facebook nos permite realizar diferentes campañas dependiendo del tipo de anuncio estos datos nos arroja importantes resultados para lograr pautar 46% de las mujeres se sienten seguras con una página web 24% llenar datos, 23% WhatsApp y 6% Redes sociales.

6. ¿Tienes confianza en realizar pagos en línea?

**Figura 24.**

*Confianza en realizar pagos Online*



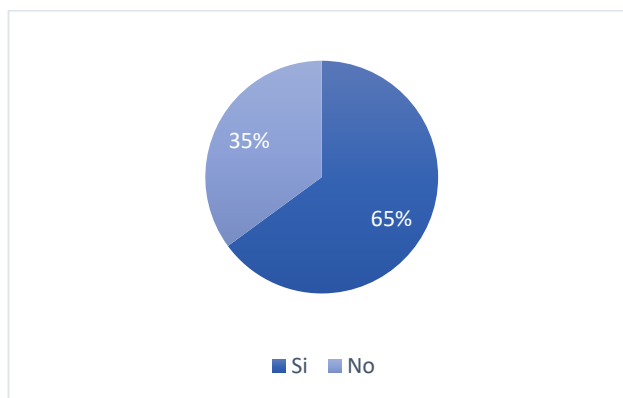
Fuente: Elaboración propia

**Nota.** Los presentes resultados nos indican que 35% las mujeres no sienten confianza en realizar pagos en línea, 33% Tal vez y el 32% Si se sienten seguras en realizar pagos en línea.

7. ¿Realiza compras por paginas Marketplace (Mercado libres, Linio, Amazon)?

**Figura 25.**

*Compras en páginas Marketplace*



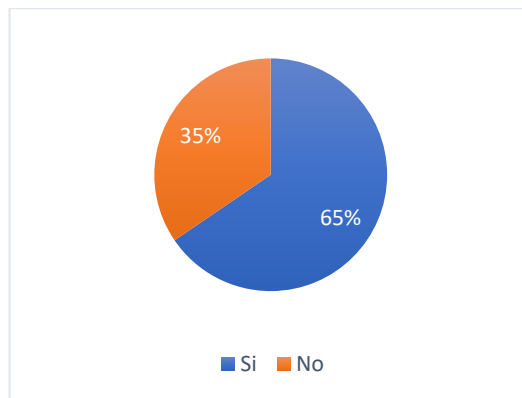
Fuente: Elaboración propia

**Nota.** El 65% de las mujeres realizan compras por Marketplace y el 35% no.

8. ¿Realizaste alguna vez compras por Tiendas Online o Ecommerce?

**Figura 26.**

*Compras en Tiendas Online*



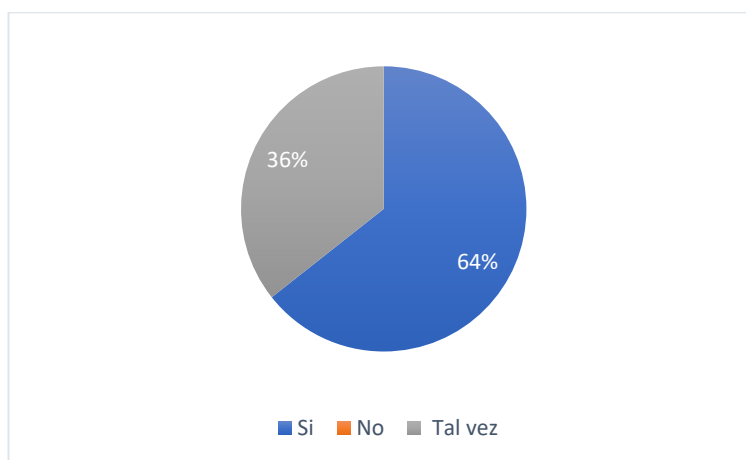
Fuente: Elaboración propia

**Nota.** Una gran parte de las encuestas 65% han realizado compras por Tienda Online mientras que el 35% no lo realizan por no tener confianza

9. ¿Te sientes segura cuando una empresa tiene página Web?

**Figura 27.**

*Confianza en Página Web*



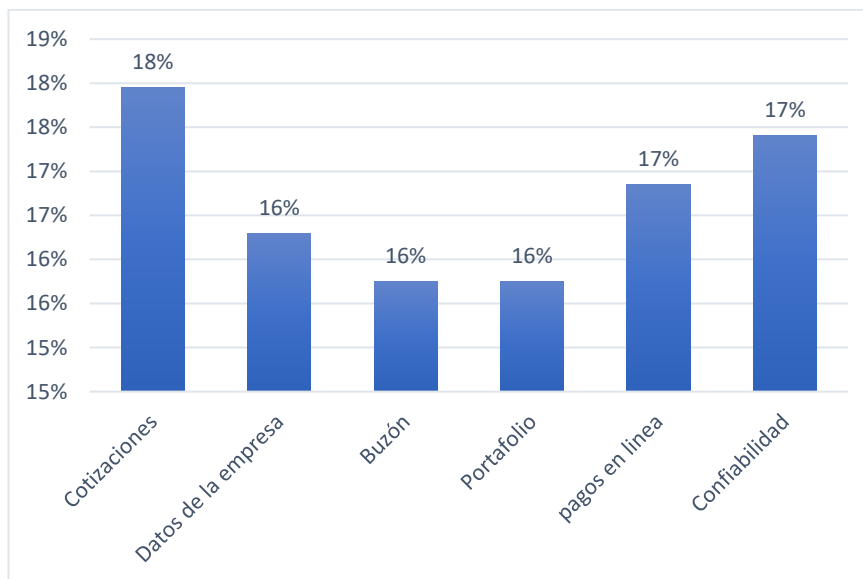
Fuente: Elaboración propia

**Nota.** Se puede notar que el 64% de las mujeres se sienten seguras cuando una empresa tiene página web el 36% no lo consideran necesario.

10. ¿Cómo cliente digital que aspectos le gustaría encontrar en la página web de la empresa?

**Figura 28.**

*Aspectos en una Página Web*



Fuente: Elaboración propia

**Nota.** El 18% de las encuestas que respondieron esta pregunta buscan que una página web tenga como realizar cotizaciones el 17% pagos en línea, 17% confiabilidad, 16% datos de la empresa, 16% buzón y el 16% un portafolio de los productos ofrecidos.

### **Resultados de estudio de marketing**

Como resultado de la investigación se obtiene que 48% de las mujeres utilizan Facebook como la red social más frecuentada por ellas siguiendo YouTube con el 28%, Instagram 22% de esta manera nos permite a nosotros lograr plantear una estrategia para realizar publicidad pagada por medio de Meta Business Suite nos aporta lograr entrelazar las dos redes sociales Facebook y e Instagram.



El horario en el que se conecta las mujeres a las redes sociales depende de la disponibilidad del tiempo de ellas podemos observar que 34% de las mujeres se conectan en la mañana luego tarde y noche con el mismo porcentaje de 33%. De esta manera nos ayuda a lograr pautar de manera orgánica por nuestras redes sociales para lograr alcanzar el público objetivo.

Algunas mujeres les gusta poder ver un video de paso a paso para poder hacer uso del producto y fue con un porcentaje de 51% mientras que el 17% fue del No prefieren algo escrito y el 32% tal vez. Logramos evidenciar que las mujeres tienen un gran porcentaje en ver videos por la plataforma de YouTube eso comprueba que lograrían ver un video del paso a paso.

El 28% de las encuestadas les llama la atención las imágenes luego el 25% como colección 24% con video y 23% Experiencia instantánea. Lo cual es un buen indicador que nos puede ayudar a saber que tipología de información les gusta a las mujeres así mismo para lograr realizarla publicidad pagada con una segmentación más detallada.

En Meta Business Suite Facebook nos permite realizar diferentes campañas dependiendo del tipo de anuncio estos datos que nos arroja son importantes resultados para lograr pautar 46% de las mujeres se sienten seguras con una página web 24% llenar datos, 23% WhatsApp y 6% Redes sociales. Y aun mejor cuando sabemos qué tipo de Imagen o video les gusta las mujeres.

Los resultados indican que el 35% de las mujeres no sienten confianza en realizar pagos en línea, 33% Tal vez y el 32% Si se sienten seguras en realizar pagos en línea. Obteniendo estos resultados debemos realizar una estrategia para que las mujeres que indicaron que con el 35% que no sienten confianza puedan adquirir el producto sin ningún problema.

El 65% de las mujeres realizan compras por Marketplace y el 35% no, para las mujeres con el 35% debemos realizar estrategias como contra entrega para que aquellas que no sienten la confianza de adquirir un producto pueda realizarlo de otra manera más segura.

Hoy en día la gran mayoría hemos realizado compras en cualquier plataforma por eso una gran parte de las encuestas 65% han realizado compras por Tienda Online mientras que el 35% no lo realizan por no tener confianza. Esta estadística evidencia que debemos crear una Tienda Online ya que más del 50 % de las mujeres lograr comprar por ese medio.

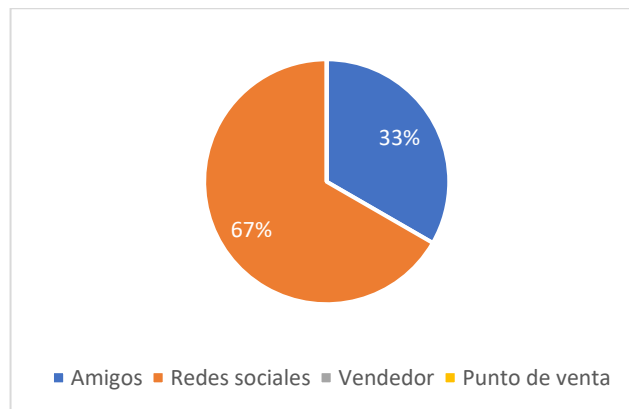
Este es uno de los resultados más equivalente que las mujeres lograron votar. El 18% de las encuestas que respondieron esta pregunta buscan que una página web tenga como realizar cotizaciones el 17% pagos en línea, 17% confiabilidad, 16% datos de la empresa, 16% buzón y el 16% un portafolio de los productos ofrecidos. Nos permite identificar para que una mujer se sienta más segura en realizar compras Online una página web debe contar con todos esos aspectos.

Estos presentes resultados se realizaron con el fin de lograr obtener estrategias que logren dar con una muy buena segmentación del mercado, así mismo como también que tipo de información busca una mujer en una página web.

### **Recolección de información estudio de mercadeo**

Para dar un mejor impacto del producto a la hora de realizar la publicidad pautaada se logró realizar otras encuestas a clientes que ya ha realizado recompra del producto para saber cuáles son las falencias que debemos mejorar. El sondeo se realizó a 6 clientas como estilistas, ama de casa, Distribuidora de belleza en la ciudad de Ibagué entre los estratos 1,2 y 3 con edades que oscilan entre los 18 y 45 años.

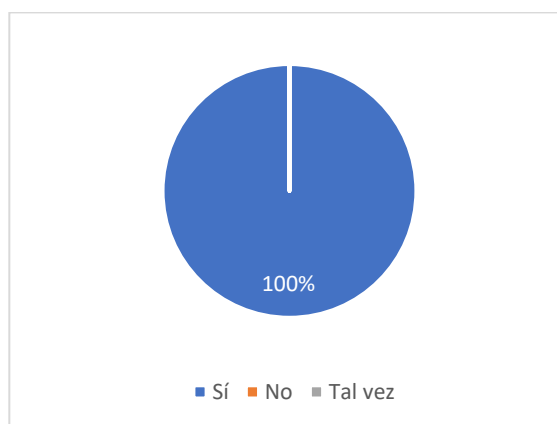
## 1. ¿Cómo conociste este producto?

**Figura 29.***Conocimiento del producto*

Fuente: Elaboración propia

**Nota.** Con el 67% de las clientas encuestadas conocieron el producto por medio de las redes sociales y con el 33% por medio de amigos.

## 2. ¿Te parece un precio justo?

**Figura 30.***Precio del producto*

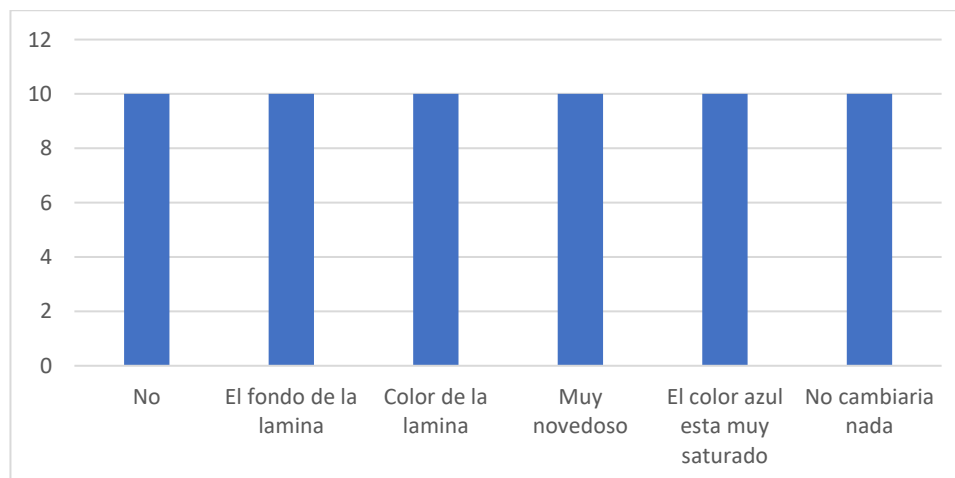
Fuente: Elaboración propia

**Nota.** El 100% de las clientas consideran que el precio es justo para el mercado

### 3. ¿Qué te parece la presentación de este producto, Cambiarías algo?

**Figura 31.**

*Diseño del producto*



Fuente: Elaboración propia

**Nota.** La razón a que esta pregunta abierta porque queríamos saber la opinión de nuestros clientes respecto al Diseño del producto con el 80% de nuestras clientas nos piden reestructurar el fondo de la lámina.

### 4. ¿Te ofrece diferentes Diseños y tendencia?

**Figura 32.**

*Diseños y tendencia*



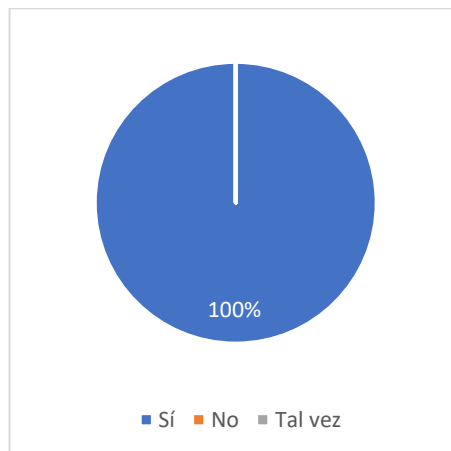
Fuente: Elaboración propia

**Nota.** El 100% de las mujeres les gusta los diseños que ofrece a empresa Perfect Nails

5. ¿Te ofrece buenas instrucciones de uso?

**Figura 33.**

*Instrucciones de uso*



Fuente: Elaboración propia

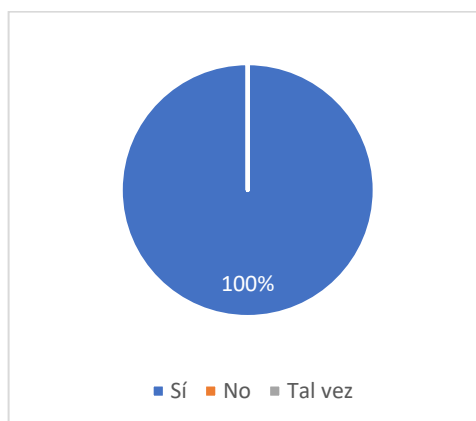
**Nota.** El 100% de las mujeres están de acuerdo con las instrucciones de uso que ofrece a empresa

Perfect Nails

6. ¿El producto cuenta con buena durabilidad?

**Figura 34.**

*Durabilidad*



Fuente: Elaboración propia

**Nota.** El 100% de las mujeres relacionan que el producto tiene una buena durabilidad.

7. ¿Recomendarías el producto a tus amigos?

**Figura 35.**

*Conocimiento del producto*



Fuente: Elaboración propia

**Nota.** El 100% de las mujeres están de acuerdo de recomendar el producto ofrece a empresa

Perfect Nails

8. ¿Es oportuna la entrega de tu pedido?

**Figura 36.**

*Entrega de pedido*



Fuente: Elaboración propia

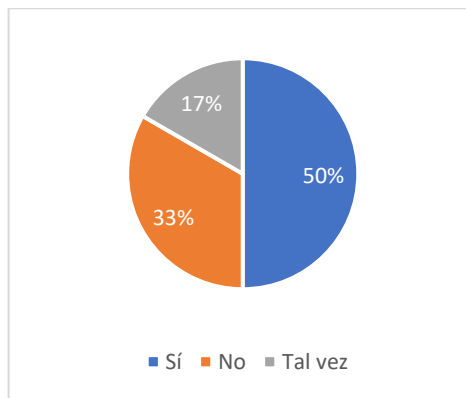
**Nota.** El 100% de las mujeres están de acuerdo que es oportuna la entrega del producto ofrece a

empresa Perfect Nails

9. ¿te ofrece diferentes medios de pago?

**Figura 37.**

*Medios de pago*



Fuente: Elaboración propia

**Nota.** El 50% de las mujeres relacionan que la empresa ofrece diferentes medios de pago, el 33% No y 17% Tal vez

10. ¿En atención a solicitudes, te han solucionado tus problemas?

**Figura 38.**

*Atención al cliente*



Fuente: Elaboración propia

**Nota.** El 100% de las mujeres están de acuerdo la empresa Perfect Nails ateniendo todas las solicitudes dadas por los clientes.

## **Resultado de Estudio de Mercado**

Como resultado de la investigación se obtiene que el 67% de las clientas encuestadas conocieron el producto por medio de las redes sociales y con el 33% por medio de amigos. Indica que la gran parte de las clientas lograron saber de la empresa por medio de las redes sociales con publicaciones orgánicas.

Las siguientes preguntas son para analizar calidad del producto, durabilidad, Diseños y tendencia, precio, empaque, intrusiones y aplicación del producto. Para estas preguntas fue del 100% teniendo presente que las mujeres encuestadas son clientas de diferentes factores como estilista, ama de casa, Distribuidora de belleza etc.

En la presentación del producto fue con una pregunta abierta la razón a que esta pregunta abierta porque queríamos saber la opinión de nuestros clientes respecto al Diseño del producto, con el 80% de nuestras clientas nos piden reestructurar el fondo de la lámina. Obteniendo estos resultados la empresa Perfect Nails deberá renovar y sacar al mercado un diseño más atractivo para las mujeres.

Se tiene un 50% de las mujeres relacionan que la empresa ofrece diferentes medios de pago, el 33% No y 17% Tal vez. De esta manera la empresa deberá buscar alternativas o mecanismo para lograr tener diferentes tipos de pago para que los clientes se sientan satisfechos.



### **Diseño de un Plan de Marketing Digital para la Empresa Perfect Nails**

Para diseñar nuestro plan de marketing digital nos guiamos por cada interpretación del estudio que se realizan en marketing y en mercadeo para lograr obtener un Diseño de plan de marketing digital se tienen presentes estas 4 estrategias:

1. Estrategias de segmentación y Posicionamiento.
2. Estrategias de productos y servicios.
3. Estrategias de distribución y ventas.
4. Estrategias de comunicación.

Este plan de marketing digital se llevará acabo con un enfoque de gestión llamado PHVA, no ayudará a planificar, implementar, controlar y realizar mejoras continuas, tanto para los productos como para los procesos de sistema de gestión. Hoy en día sabemos que la tecnología está constantemente innovando, se presentan cada vez más nuevas redes sociales que se vuelven tendencia por lo que este plan de marketing digital es enfocado con un sistema de gestión, porque siempre vamos a tener que estar haciendo mejoras continuas dependiendo de las tendencias en decoración para uñas, temporadas o uso de redes sociales. El enfoque de gestión se realizó en el programa Excel Microsoft Office donde la primera hoja encontramos el mapeo de la competencia donde están las tablas 1 2 y 3 de presente trabajo.

#### **Planear**

Donde se realiza un diagnóstico, determinando la problemática y el impacto que pueda tener, se definen los objetivos que tiene la empresa, debilidad y fortalezas en marketing online, sus principales competidores, capacitaciones para lograr mejorar y adaptar como tienda online y por último se desarrollan planes de trabajo.

**Tabla 4.***Información Perfect Nails*

Información de la Empresa			
<b>Nombre:</b>	PERFECT NAILS	<b>Sitio Web:</b>	No tiene
<b>Dirección:</b>	Mz 54 casa 2 santa Ana	<b>Ultima edición:</b>	octubre
<b>Teléfono:</b>	3132089000	<b>Por:</b>	Roció Pimiento

Fuente: Elaboración propia

**Nota.** Información de la empresa Perfect Nails con la última publicación realizada.

**Tabla 5.***Objetivos del proyecto*

Propuesta de valor
Diseñar un plan de marketing Digital para la empresa Perfect Nails, con el fin de aumentar el porcentaje de ventas en un 10% en el mercado ibaguereño.

Fuente: Elaboración propia

**Nota.** Objetivo general que buscamos llegar con el plan estratégico

**Tabla 6.***Mercado Objetivo*

Mercado objetivo
Distribuidoras de Belleza, Centros de Spa de uñas, peluquerías y mujeres que les gusten las decoraciones en las uñas

Fuente: Elaboración propia

**Nota.** Se realiza la descripción del cliente ideal para la empresa

**Tabla 7.***Fortalezas de la empresa*

Fortalezas de la empresa
1. Tipo de publicaciones propias
2. Respuestas en nuestros canales de venta inmediata
3. Aliados comerciales.

Fuente: Elaboración propia

**Nota.** Puntos fuertes con los que contamos en Marketing Online

**Tabla 8.***Debilidades de la empresa*

Debilidades de nuestra empresa
1. Página Web
2. Mayor frecuencia de publicaciones en redes sociales
3. Mayor interacción con nuestros clientes por redes sociales
4. Transmitir mejor confianza a los futuros clientes

Fuente: Elaboración propia

**Nota.** Puntos que necesitamos mejorar en Marketing Online

**Tabla 9.***Competidores*

Principales competidores	
1. Magenta (Bogotá)	Sitio Web: <a href="https://magenta-nailart.olistshops.com/">https://magenta-nailart.olistshops.com/</a>
2. Niraly (Medellín)	Sitio Web: No cuenta con Sitio Web

Fuente: Elaboración propia

**Nota.** Competencia directa que cuenta con página web

**Tabla 10.***Precios empresa Perfect Nails*

Nuestros productos / servicios	Precio
Adhesivos para uñas clásicas	3.500
Adhesivos para uñas premium	4.500

Fuente: Elaboración propia

**Nota.** Precios 2021 de los productos ofrecidos por la empresa Perfect Nails.

**Tabla 11.***Capacitaciones*

Capacitación / Entrenamiento		
1. Luis silva (Marketing Digital)	Sitio Web:	<a href="https://luisrsilva.com/como-crear-una-pagina-web/?utm_source=PlanMrktDig2020-PDF&amp;utm_medium=pdf_footer_link&amp;utm_campaign=plan_marketing_digital&amp;utm_content=PMD-2020">https://luisrsilva.com/como-crear-una-pagina-web/?utm_source=PlanMrktDig2020-PDF&amp;utm_medium=pdf_footer_link&amp;utm_campaign=plan_marketing_digital&amp;utm_content=PMD-2020</a>
2. Felipe Vergara (Anuncios en redes sociales)	Sitio Web:	<a href="https://www.felipevergara.co/curso-online">https://www.felipevergara.co/curso-online</a>
3. Oscar Auza Marketing Speaker	Canal de YouTube:	<a href="https://www.youtube.com/c/oscarauza">https://www.youtube.com/c/oscarauza</a>

Fuente: Elaboración propia

**Nota.** Capacitación para lograr adaptarnos a las estrategias que se van a implementar para la empresa Perfect Nails.

## Hacer

En esta etapa se lleva a cabo el plan de trabajo establecido anteriormente, junto con algún control para vigilar que el plan se esté llevando a cabo según lo acordado de esta manera se cuenta con diferentes pasos para el plan de marketing digital como la visibilidad para darse a conocer, captación de prospectos, seguimiento, proceso de venta, fidelización, estrategias redes sociales y presupuestos.

### Tabla 12.

Visibilidad

Visibilidad – Dar a conocer
1. Búsqueda (SEO): Página Web
2.Comunidad: Redes Sociales
3. Publicidad pagada: anuncios en Facebook, YouTube, Google
4. Directorios Locales (recomendaciones): Google my business, otros
5.Networking: colaboración con negocios en el mismo nicho (que no sean competencia)
6.Participacion en ferias

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

Dentro de nuestra investigación encontramos que a las mujeres se sienten seguras cuando una empresa tiene página web de tal manera se plantea como estrategia del plan de marketing digital, como también anuncios publicitarios, seguir con las publicaciones orgánicas de Facebook y Instagram y participación en ferias para lograr a dar conocer el producto.

### Tabla 13.

*Presentación del producto*

Presentación del producto
1. Cambio de Imagen
2.Implementacion de Código QR
3. Implementación de la página web

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

Para el Diseño de la presentación del producto se plantea cambio de imagen, implementación de QR para un paso a paso de la aplicación y página web en el producto.

**Tabla 14.**

*Seguimiento*

Seguimiento
1. Whatsapp Business
2. Facebook Messenger
3. Redes sociales
4. Contenido de ayuda (Vídeos, artículos, gráficos, reportes)

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

Como estrategia de seguimiento se propone seguir implementado las estrategias que la empresa ha llevado a cabo, pero mejorando el contenido audiovisual para realizar una mejor presencia en todas las redes sociales.

**Tabla 15.**

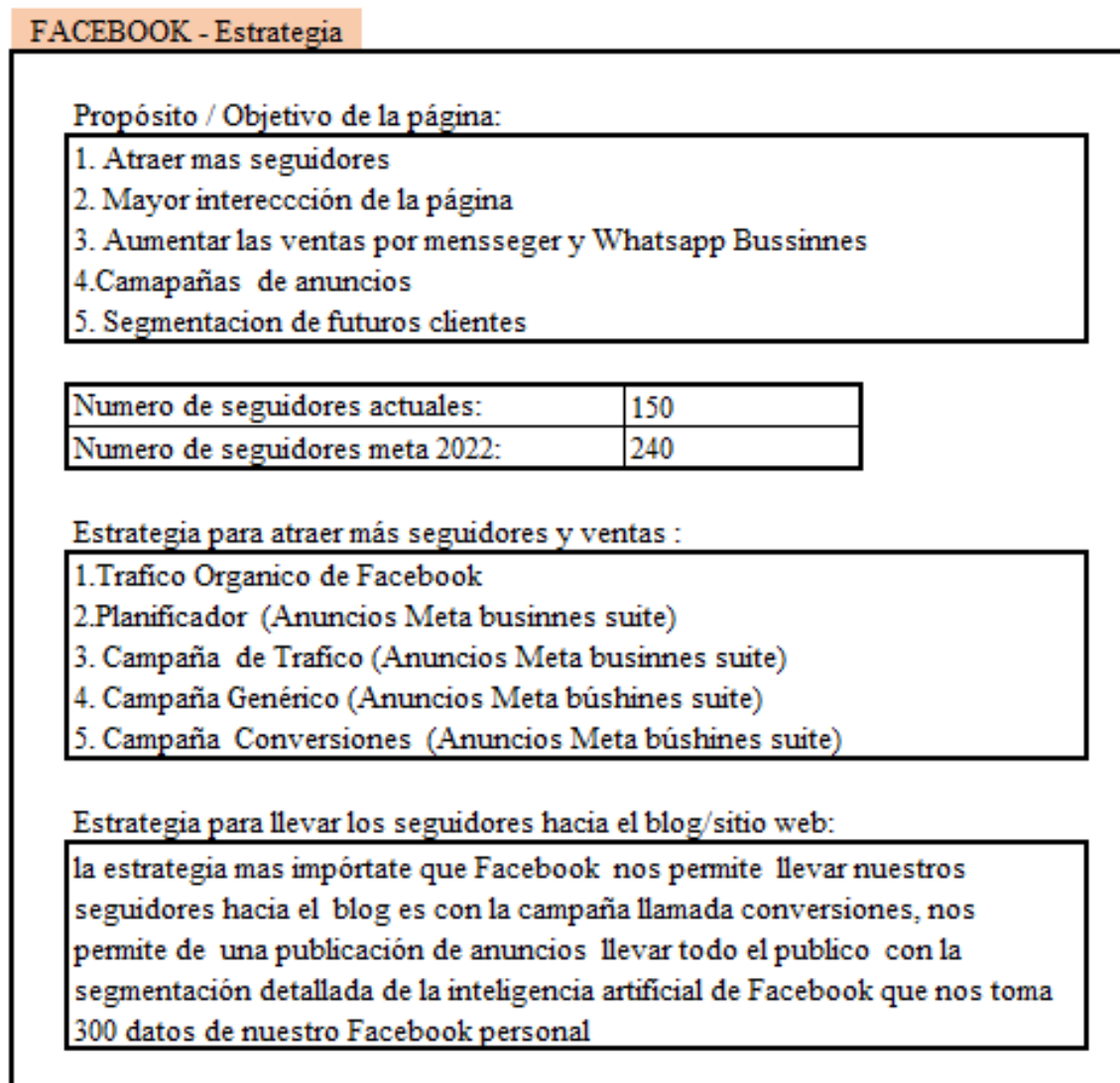
*Proceso de venta*

Proceso de venta
1. Pagos online / móvil - facilitar al cliente
2. Oferta / Bonos Extras (Estrategia de precio)
3. Downsell (opciones de menos resistencia pagos contra entrega)
4. Diferentes Medios de pago
5. Cross Sell (productos / servicios relacionados)

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

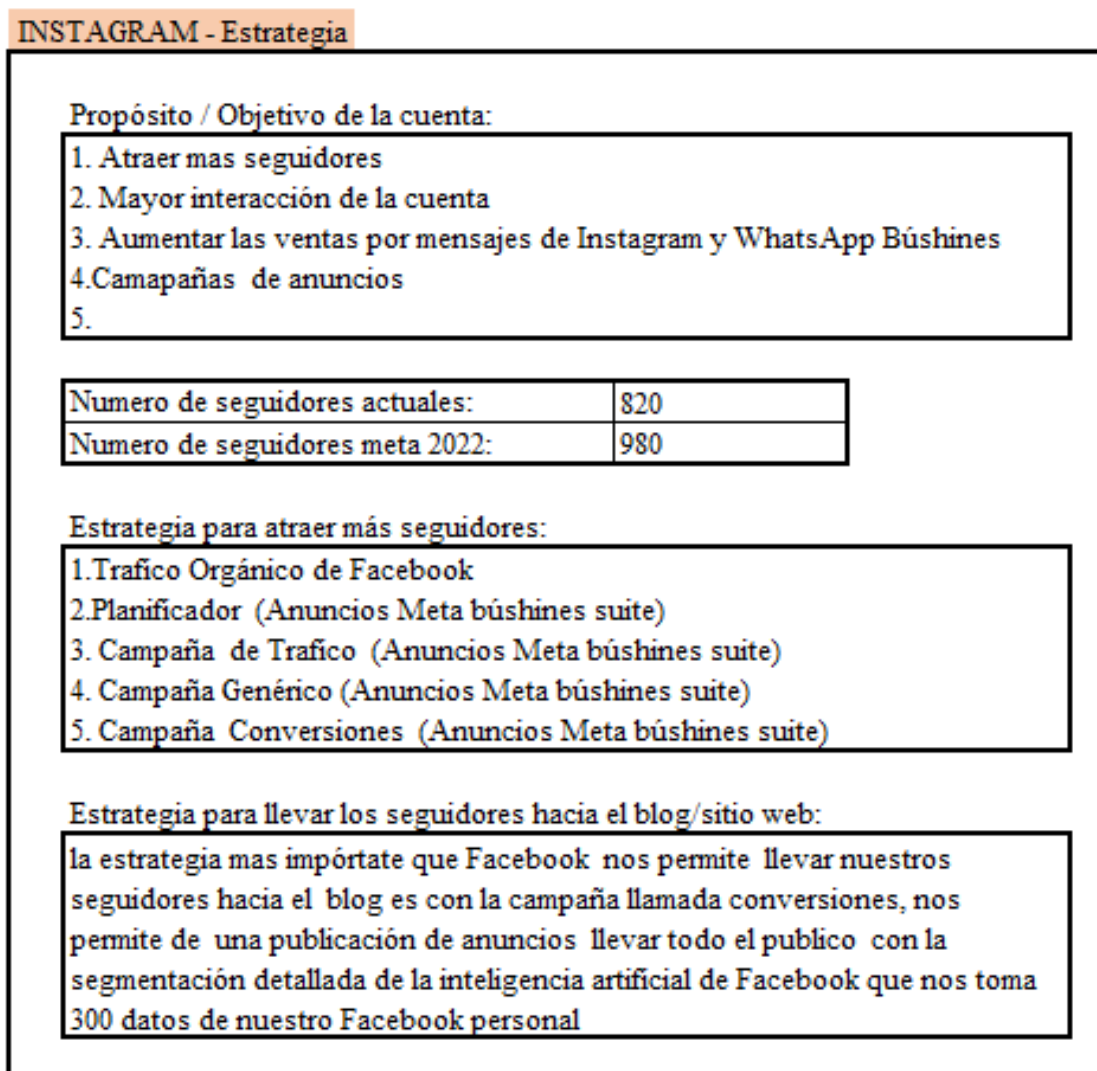
En el proceso de venta que es una parte importante para la empresa se da como estrategias pagos en línea tener una Tienda Online donde las mujeres sientan confianza en realizar pagos, como también estrategias en bonos en producto o en precio, para tener una mejor confianza con el cliente se quiere llegar un acuerdo comercial con la empresa Envía transportadora Colombia para realizar envíos a nivel nacional en contra entrega, de esta manera las mujeres que no se sientan seguras en realizar pagos en línea puedan utilizar esta modalidad.

Figura 39.

*Estrategia Facebook*

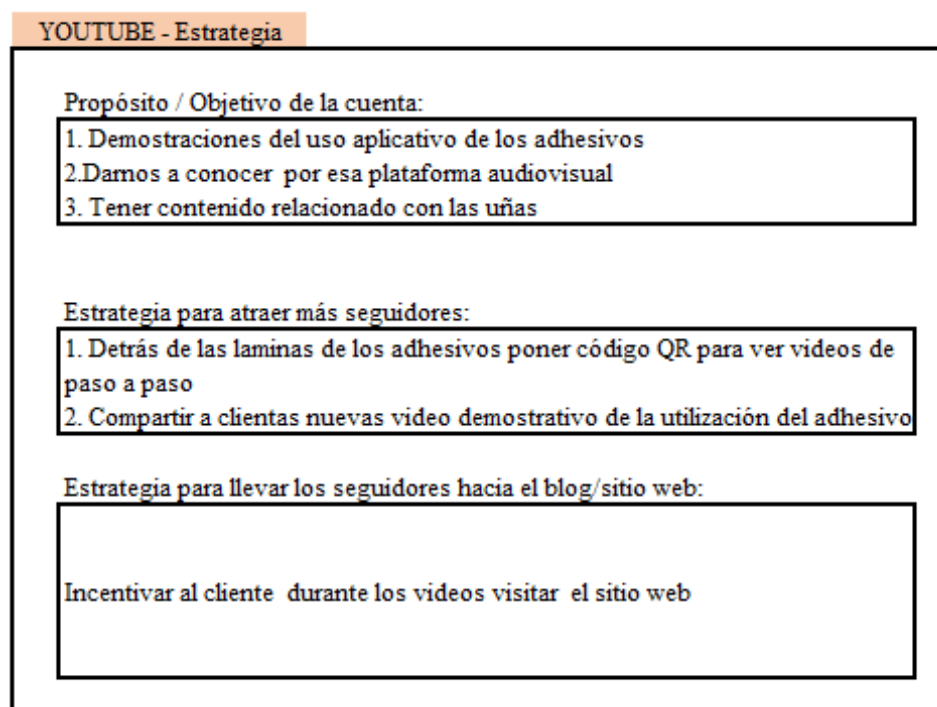
**Nota.** Fuente: Elaboración propia

Figura 40.

*Estrategia Instagram*

**Nota.** Fuente: Elaboración propia



**Figura 41.***Estrategia YouTube*

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

¿Cuánto debo invertir en una campaña de Facebook para generar ventas?

**Tabla 16.***Calculadora de presupuesto*

Calculadora de presupuesto para anuncios en Facebook e Instagram	
<b>PASO 1</b>	
¿Cuánto quieres vender?	\$200.000,00
¿Cuál es tu ticket promedio?	\$42.000,00
Número de ventas necesarias	4,76
<b>PASO 2</b>	
% que estás dispuesto a invertir para adquirir un nuevo cliente	8,00%
Costo por Compra Objetivo	\$3.360,00
Inversión Necesaria	\$16.000,00
Retorno a la Inversión en Publicidad (ROAS) Objetivo	12,50

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

Miles de empresas están creciendo cada día gracias a Facebook e Instagram por diferentes razones, pero una de las más importantes es que por solo 1 dólar diario pueden llegarle a su público objetivo. Para esta presente tabla se llevó como guía un video donde se llevó a cabo un estudio para poder pautar por redes sociales, lo mínimo que se puede pautar por redes sociales es de \$3.750 pesos colombianos, sin embargo, es importante calcular el monto de inversión según los resultados esperados en un tiempo determinado, por ejemplo, mensualmente.

En el primer paso encontramos la casilla (Cuánto quieres vender), colocamos el monto por el cual nosotros queremos vender en este caso solo colocamos \$200.000 porque es apenas la primera publicada pautada para la empresa Perfect Nails, siguiendo con (Cuál es tu tique promedio) colocamos la venta promedio de un cliente.

Para calcular el número de ventas necesarias debemos Dividir (Cuánto quieres vender) / (Cuál es tu tique promedio) nos dará el número de ventas necesarias para lograr obtener el resultado del precio estipulado.

Segundo paso encontramos (% que estás dispuesto a invertir para adquirir un nuevo cliente) el % de margen no tiene que ser todo tu margen de utilidad sino el % que estás dispuesto a invertir para adquirir un nuevo cliente. Por ejemplo, si % de margen es del 35% pero queremos ganar mínimo el 15% de utilidad, el % que estamos dispuestos a invertir para adquirir un nuevo cliente sería el 20%. Agregando este número y las ventas que deseas al documento del video, sabrás exactamente cuál es el presupuesto exacto que necesitan tus anuncios. Para el presente caso invertimos un dólar diario por 5 días sabiendo que es la campaña tráfico de prueba para lograr saber qué tipo de segmentación hemos llegado. En (Costo por Compra Objetivo) multiplicamos (% que estás dispuesto a invertir para adquirir un nuevo cliente) \* (Número de ventas necesarias) para obtener el precio diario que se debe pautar para cada día, Obteniendo el Retorno a la Inversión en Publicidad (ROAS) Objetivo lo calculamos dividiendo (Cuánto quieres vender) / (Inversión

Necesaria), El ROAS, por el contrario, da como resultado un valor que resulta de comparar la cantidad ganada y la cantidad gastada. Es decir, el ROAS mide los ingresos brutos generados por nuestra inversión publicitaria.

Calculado nuestra inversión necesaria proyectamos pautándolo en todos los meses del año 2022 de esta manera se multiplico \$16.000 por las 4 semanas de cada mes este valor de \$16.000 puede variar dependiendo de las semanas que tenga cada mes para lograr.

**Tabla 17.**

*Presupuesto publicidad de marketing*

Presupuesto publicidad de marketing	
Enero	\$ 320.000,00
febrero	\$ 320.000,00
Marzo	\$ 320.000,00
Abril	\$ 320.000,00
Mayo	\$ 320.000,00
Junio	\$ 320.000,00
Julio	\$ 320.000,00
Agosto	\$ 320.000,00
Septiembre	\$ 320.000,00
Octubre	\$ 320.000,00
Noviembre	\$ 320.000,00
Diciembre	\$ 320.000,00

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

**Tabla 18.**

*Presupuesto página web*

Presupuesto para página web	
Dominio.	Costo por año
.com	\$ 35.422,00
Hosting	Costo por año
Godaddy	\$ 84.843,00
Diseño de la pagina	\$ 200.000,00
Total	\$ 320.265,00

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

Para la elaboración de la página se utilizó página web WordPress para su elaboración, primero se realizó un prototipo estilo blogs para tener una idea a la empresa de cómo va a quedar la página Web, antes de comprar el Dominio y el Hosting.

**Verificar:** Aquí se comparan los resultados planeados con los que se obtuvieron realmente.

Canales de venta Distribuidores Puntos de venta autorizados en Ibagué 18 puntos

## Figura 42.

*Imagen puntos de venta*



**Nota.** Fuente: Elaboración propia

Perfect Nails es una Tienda Online no tiene punto físico, muchas de las mujeres les gusta primero conocer el producto antes de adquirirlo o algunas de las mujeres no les gusta comprar Online. Teniendo esta investigación se logró como estrategia comercial y de marketing digital con la ayuda de la empresa buscar puntos estratégicos como (Puntos autorizados de venta) en diferentes lugares de la ciudad de Ibagué.

### Figura 43.

*Puntos de venta*



**Nota.** Fuente: Elaboración propia

[https://www.google.com/maps/d/edit?mid=1WK\\_SieGqo6Nm\\_IOgxZcB2F2F5M5cwI9e&usp=sharing](https://www.google.com/maps/d/edit?mid=1WK_SieGqo6Nm_IOgxZcB2F2F5M5cwI9e&usp=sharing)

### Publicidad por Redes Sociales

### Figura 44.

*Campaña trafico*



**Nota.** Fuente: Meta Business Suite

Como resultado de la publicidad pautaada en la campaña tráfico se llegó a un alcance de 3369 personas con una interacción de las publicaciones 115 mujeres fueron las interesadas en el anuncio y 30 de ellas llegaron al WhatsApp Business obteniendo como resultado 5 compras 4 de la ciudad de Ibagué y 1 para la ciudad de Manizales. Se direccionaron 7 personas para los puntos más cercanos y lograron adquirir el producto por medio de los Distribuidores.

### Figura 45.

#### Métricas



**Nota.** Fuente: Meta Business Suite

Analizando estas estadísticas que nos arroja la campaña tráfico podemos observar que las mujeres entre 35-44 años le dieron clics 10 mujeres, de 25 -34 años le dieron clics 10 mujeres, 18 – 24 años le dieron clics 5 mujeres mientras que las mujeres menos interesadas por la publicidad fueron entre los 45-54 años con un total de le dieron clics 4 mujeres. Las mujeres que se comunicaron con nosotros entre las edades de 45-44 años era porque tenía un establecimiento como spa de uñas, peluquería o distribuidora de belleza.





## Participación Expociencia

**Figura 48.**

*Participación Expociencia*



**Nota.** Fuente: Autoridad propia

Como participación a ferias se logró participar en expociencia, como primera medida se expuso el proyecto y para que las personas no solo de la ciudad de Ibagué conozcas los productos de la empresa Perfect Nails. Siendo el único proyecto sé que fue aprobado de la universidad nacional abierta y a distancia.



## Presentación del producto

**Figura 49.**

*Nueva presentación*



**Nota.** Fuente: Autoridad propia

Las estrategias que se plantearon para la presentación del producto vienen dadas con en el análisis de mercado y marketing que se realizó en la fase anterior son las siguientes:

1. Cambio de imagen ya que algunas de las clientas sugerían cambiar el fondo azul que se tenía para la anterior lamina.
2. Alungas mujeres les gusta poder ver un video de paso a paso para poder hacer uso del producto y fue con un porcentaje de 51%, de esta manera se logró buscar un espacio en la parte donde va el paso a paso para implementar un QR enlazada con la cuenta de YouTube.
3. Ya que la empresa cuenta con página web se logra implementar en la lámina a la dirección para que las mujeres interesadas puedan conocer más sobre la empresa El 18% de las mujeres buscan que una página web tenga como realizar cotizaciones el

17% pagos en línea, 17% confiabilidad, 16% datos de la empresa, 16% buzón y el 16% un portafolio de los productos ofrecidos.

### Seguimiento

Para realizar un seguimiento de información al cambio de imagen se tuvieron como contenido de ayuda (Vídeos, gráficos, reportes) se publicaron en todas las redes sociales, así como también vía WhatsApp a todas las clientas para que tengan el conocimiento del cambio de imagen de información de la parte posterior de la lámina.

### Figura 50.

*Publicidad Perfect Nails*

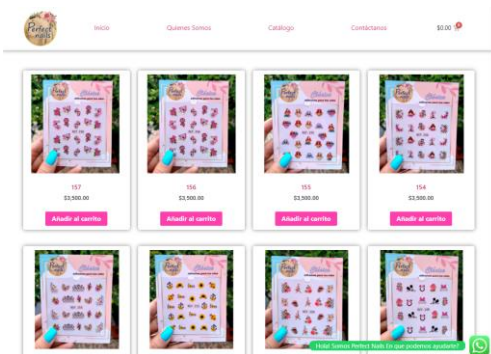


**Nota.** Fuente: Elaboración propia

También se realizaron ayudas audiovisuales para fechas especiales en este caso el día de la mujer donde varias de las clientas se sintieron satisfechas de haberles llegado el mensaje. Donde tenemos como evidencia una de nuestras clientas que publico en estado de la misma plataforma de WhatsApp el mensaje recibido.

**Figura 51.***Evidencia de seguimiento***Nota.** Fuente: Elaboración propia**Proceso de venta**

Para mejorar el proceso de venta se tuvieron en cuenta varios aspectos en el estudio de mercado, el 65% de las mujeres realizan compras por Marketplace o Tienda Online como estrategia del plan de marketing digital se creó una página web que tuviera Tienda Online para lograr satisfacer las necesidades y seguridad.

**Figura 52.***Tienda Online Perfect Nails***Nota.** Fuente: <https://www.perfectnailscolombia.com>

Para el 35% que mencionaron que no se sienten seguras comprando en Online se buscó una manera para que aquellas mujeres se sientan más seguras en adquirir un producto por internet y fue con la vinculación de la empresa Envía para realizar las ventas en todas Colombia en contra entrega.

### Figura 53.

#### Vinculación empresa Envía

Señores:  
 COLORS FASHION  
 Atención NORMA ROCIO.PIMIENTO

Reciba un cordial saludo;

Para envía es muy grato darle la bienvenida a la página envía OnLine. El acceder a esta página requiere de un Usuario y un Password el cual es intransferible y de uso exclusivo a NORMA ROCIO.PIMIENTO

El Usuario es: [REDACTED]  
 El Password es : [REDACTED]

En los próximos dos días su Asesor Comercial le impartirá la capacitación respectiva para el uso del sistema.

El acceso al sitio es: <http://200.69.100.66/Online/>

Cordialmente:

GELEN HUERTAS  
 Dirección COMERCIAL  
 Envía Colvanes S.A.S.  
 Tel 4239900 – Ext 1903 - 1904

**Nota.** Fuente: Correo de la empresa

### Tabla 19.

#### Informe 2021 -2022

MES	UNIDADES	CARTERA
JUNIO	280	\$ 840.000,00
AGOSTO	235	\$ 705.000,00
SEPTIEMBRE	300	\$ 900.000,00
OCTUBRE	235	\$ 705.000,00
NOVIEMBRE	500	\$ 1.500.000,00
DICIEMBRE	600	\$ 1.800.000,00
ENERO	500	\$ 1.500.000,00
FEBRERO	700	\$ 2.100.000,00
MARZO	900	\$ 2.250.000,00
ABRIL	1345	\$ 2.699.000,00

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

**Figura 54.***Informe general abril 2021*

## INFORME GENERAL DE CARTERA

Página 1

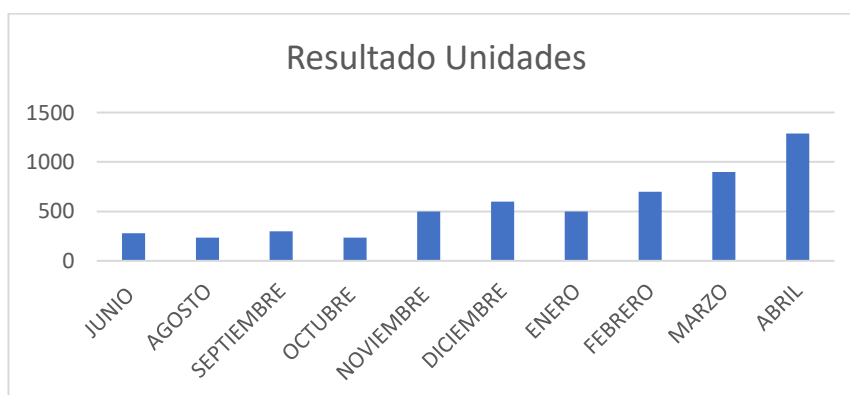
NIT.						
CODIGO	DESCRIPCION	DCTO	FECHA	VCTO	VR. FACTURA	SALDO
19474458-2	HECTOR DURAN	000000025	13/03/2022	//	2,000.00	2,000.00
520748875	ROYAL BEATY	000000026	14/03/2022	//	54,000.00	54,000.00
520748875	ROYAL BEATY	000000027	14/03/2022	//	46,000.00	46,000.00
87219650	JONATHAN GALEANO NIÑO	000000030	18/03/2022	//	400,000.00	400,000.00
87219650	JONATHAN GALEANO NIÑO	000000031	18/03/2022	//	400,000.00	400,000.00
87219650	JONATHAN GALEANO NIÑO	000000032	18/03/2022	//	200,000.00	200,000.00
520748875	ROYAL BEATY	000000034	22/03/2022	//	38,000.00	38,000.00
3053924718	ROSA MISTICA	000000035	25/03/2022	//	80,000.00	80,000.00
3053924718	ROSA MISTICA	000000036	25/03/2022	//	76,000.00	76,000.00
520748875	ROYAL BEATY	000000037	28/03/2022	//	54,000.00	54,000.00
520748875	ROYAL BEATY	000000038	28/03/2022	//	62,000.00	62,000.00
520748875	ROYAL BEATY	000000039	28/03/2022	//	6,000.00	6,000.00
1110573132	LA TIENDA DEL PELUQUERO	000000041	06/04/2022	//	7,000.00	7,000.00
94312340-0	FUCSIA COSMETICOS	000000042	06/04/2022	//	70,000.00	70,000.00
94312340-0	FUCSIA COSMETICOS	000000043	06/04/2022	//	30,000.00	30,000.00
3138833527	MISELANIA PETETE	000000044	12/04/2022	12/04/2022	18,000.00	18,000.00
657658808	JOSE FERNANDO MARQUEZ	000000045	12/04/2022	12/04/2022	21,000.00	21,000.00
1110547690	PUNTO CAPILAR CIRUELOS	000000046	12/04/2022	12/04/2022	28,000.00	28,000.00
3174460416	GENESIS GIMENEZ	000000047	12/04/2022	12/04/2022	30,000.00	30,000.00
3123963560	ROSMARY SENTENO	000000048	12/04/2022	20/04/2022	30,000.00	30,000.00
3174460416	GENESIS GIMENEZ	000000049	12/04/2022	12/04/2022	33,000.00	33,000.00
3212746004	COMERCIALIZADORA DE BELLEZA	000000050	13/04/2022	13/04/2022	82,000.00	82,000.00
3212746004	COMERCIALIZADORA DE BELLEZA	000000051	13/04/2022	13/04/2022	32,000.00	32,000.00
3208730857	BUIY AND COLOR'S	000000052	13/04/2022	13/04/2022	100,000.00	100,000.00
3102956275	CENTRO COSMETICOS	000000053	13/04/2022	13/04/2022	210,000.00	210,000.00
43905621	MEGA DISTRIBUIDORA	000000054	16/04/2022	//	160,000.00	160,000.00
43905621	MEGA DISTRIBUIDORA	000000055	16/04/2022	//	80,000.00	80,000.00
520748875	ROYAL BEATY	000000056	18/04/2022	18/04/2022	44,000.00	44,000.00
520748875	ROYAL BEATY	000000057	18/04/2022	18/04/2022	6,000.00	6,000.00
2654699	MAYED COLORS	000000058	21/04/2022	//	128,000.00	128,000.00
2654699	MAYED COLORS	000000059	21/04/2022	//	72,000.00	72,000.00
26637782	NORMA LILIANA ROJAS CAICEDO	000000060	21/04/2022	//	64,000.00	64,000.00
26637782	NORMA LILIANA ROJAS CAICEDO	000000061	21/04/2022	//	36,000.00	36,000.00
			TOTAL CARTERA		2,699,000.00	

**Nota.** Fuente: Programa contable empresa Perfect Nails

Este informe general de cartera que entrega la empresa demuestra un total en ventas \$2'699.000 uno de los principales resultados importantes en la implementación del plan de marketing digital hay que resaltar que estos datos numéricos son solamente datos de los mayoristas como spa de uñas y Distribuidoras de belleza, haciendo falta los datos de compras que se realizan por docenas o unidades promociones lanzadas por la empresa.

**Figura 55.***Informe grafico en ventas***Nota.** Fuente: Elaboración propia

La empresa Perfect Nails estaba teniendo un promedio por unidades de 1000 mil unidades en 4 meses, esos datos por unidad han incrementado significativamente con el plan de marketing digital en este último mes podemos observar que estamos llegando a las mismas 1000 mil unidades en un mes.

**Figura 56.***Informe grafico en unidades***Nota.** Fuente: Elaboración propia

## **Actuar**

Con esta etapa se concluye el ciclo de la calidad: si al verificar los resultados se logró lo planeado, entonces se sistematizan y documentan los cambios; de lo contrario, se debe actuar rápidamente estableciendo planes de acción.

En vista de que la acción ha sido efectiva, Pero es necesario iniciar un nuevo ciclo para lograr llegar a una mejor segmentación de mercado más detalladas no solo para la ciudad de Ibagué si no a nivel nacional. De esta manera se sugiere para el siguiente plan y como mejora continua crear cuenta con la red social TikTok ya que es una de las redes sociales que hoy en día en el año 2022 es tendencia a nivel mundial. Con el fin de poder llegar a un mercado más grande y poder tener una gran apertura de público.

Como segunda medida de mejoramiento continuo se recomiendo empezar con las campañas Genérico y Conversiones, aprovechando ya que la empresa Perfect Nails en el primer plan de marketing digital se entrega la página web, de esta mera las mujeres tendrán una mejor confianza, experiencia y conocerán más acerca de la empresa.

## Conclusiones

Actualmente, el marketing digital es una forma certera y de uso prácticamente obligatorio en todas las empresas, sin importar tamaño, sector o el lugar donde se encuentren. Nos encontramos en un año donde todo tipo de empresa así sea muy pequeña que sea tiene sus redes sociales, con esto podemos evidenciar que el marketing digital cada día se está haciendo más fuerte en cualquier tipo de mercado.

El marketing digital ha transformado al marketing tradicional, cada vez más como lo podemos ver cada día la tecnología se va apoderando más. El internet y los medios digitales han transformado demasiado que hasta para nosotros mismos dependemos de los celulares o de un PC podemos darnos cuenta de que no podemos vivir sin conexión a internet por eso el marketing digital es supremamente importante para las empresas se han dado obligadas a estar conectados las 24 horas del día para poder atender a sus clientes, tanto marketing digital y marketing tradicional son muy importantes los dos se destacan mutuamente. Sabemos que el marketing digital es el mayor desarrollo tecnológico que ha permitido introducir a nivel superior toda clase de información publicitaria, permite transmitir la información con mayor facilidad con imágenes, videos uniendo una amplia red de forma rápida. De esa forma las empresas están obligada de ir creciendo tecnológicamente para poder desarrollarse y tener mejores incrementos en clientes nuevos, producción y muchas más. Empresa que no avance con el marketing digital se queda en el camino.

Hoy en día la gran mayoría hemos realizado compras en cualquier plataforma por eso una gran parte de las encuestas 65% han realizado compras por Tienda Online estos resultados que se obtuvieron reflejan lo que hoy en día es fuerte el marketing digital una empresa ya no es de obligación tener un punto físico para lograr vender. Muchas de las microempresas cerraron debido



a la pandemia, los costos fijos que se deben pagar para poder tener un punto físico en el año 2022 es muy costoso para empezar con un emprendimiento, aun así, los resultados de este plan de marketing reflejan que no es necesario tener un punto físico porque la gran mayoría de mujeres encuestadas realizan compras en online.

### Referencias bibliográficas

Arredondo, J. (2017) *El marketing digital: una solución estratégica para las microempresas*.

[Trabajo de grado especialización, Universidad Militar Nueva Granada]

Repositorio Unimilitar.

<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/16196/ArredondoMoraJuanCamilo2017.pdf?sequence=1>

Ayuni, C y Mateu, D.(2015), *Sistema de mejora continua en la empresa Arnao S.A.C. bajo la metodología PHVA*[ Trabajo de grado profesional, Universidad de San Martín de Porres].

Repositorio Académico USMP.

<https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/1160>

Balanta, Y, Vela, A y Zuluaga, L. (2012) *Creación empresa vinilo & color s.a.s* [Trabajo de grado, Universidad EAN] Repositorio EAN.

<https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/2142/BalantaYuliana2012.pdf?sequence=9>

Bermudez, Y (2022) *Cómo calcular el engagement rate en redes sociales*. [Blog].

<https://contenttu.com/blog/redes-sociales/como-calcular-el-engagement-rate-en-redes-sociales#>

García, M. (2008). *Kaizen o la Mejora Continua*. Revista Industrial Data

Maridueña, A. y Paredes, J. (2015) *Plan de Marketing Digital 2014 para la empresa Corporación de Servicios TBL S.A. de la ciudad de Guayaquil* [Proyecto de grado, Universidad

Politécnica Salesiana]. Repositorio UPS.

<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/9939/1/UPS-GT000974.pdf>

Mundo Manicura. (2017) *12 Técnicas Modernas Para Tus Uñas*. Sitio web:

<https://mundomanicura.com/12-tecnicas-modernas-para-tus-unas/>

Muñoz, C. y Cuervo, C. (2019) *propuesta de un plan de marketing digital para la empresa alumitex de la ciudad de montería*. [Trabajo final, Universidad Cooperativa de Colombia]. Repositorio UCC.

[https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/7180/2/2019\\_propuesta\\_plan\\_marketing.pdf](https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/7180/2/2019_propuesta_plan_marketing.pdf)

Pérez Porto, J y Gardey, A; (2012). *Definición de marketing*. [Blog].

<https://www.elblogsalmon.com/marketing-y-publicidad/que-es-el-marketing>

Puentes, M. y Rueda, E. (2016) *Implementación de estrategia de marketing digital a pymes familiares de productos alimenticios de dulces artesanales colombianos* [Trabajo de grado, Fundación universitaria los fundadores] Repositorio libertadores.

<https://repository.libertadores.edu.co/bitstream/handle/11371/838/RuedaCuestaElianaPatricia.pdf?sequence=2>

Suarez, L ( 2 de marzo,2017) *6 herramientas digitales que impulsan tus ventas*. Sitio web:

<https://salesup.com/crm-online/cc-5-herramientas-digitales-que-impulsan-tus-ventas.html>

SEOSVE. (2021). *Técnicas de marketing digital*. Sitio web:

<http://www.seosve.com/tecnicas-de-marketing-digital>

Silva, L. (5 de marzo 2022) *Cómo crear una página web para negocio y vender productos o servicios*. [Archivo de video]

<https://www.youtube.com/watch?v=JdxoMjOKbQc>

Vergara, F (26 diciembre 2019). *Diferencias entre Campañas, Conjuntos de Anuncios y Anuncios en Facebook Ads* [Archivo de video]

[https://www.youtube.com/watch?v=OD\\_8tDRTtQA](https://www.youtube.com/watch?v=OD_8tDRTtQA)

Vergara, F (24 marzo 2020). *Las mejores estrategias para vender por WhatsApp* [Archivo de video]

<https://www.youtube.com/watch?v=7bkIGhLNBy0&t=522s>

Vergara, F (3 agosto 2020). *Calcula fácilmente el presupuesto de tus anuncios* [Archivo de video]

<https://www.youtube.com/watch?v=zHRMp4EKkeY&t=1s>

Viteri, F., Herrera, L., & Bazurto, A. (2018). *Importancia de las técnicas del marketing digital*.

Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento., 2(1). Sitio web:

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6732914>

Kotler, P. & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Educación.

Zayas, A ( 9 de febrero,2022) *Meta Business Suite, el análisis de métricas y tendencias*.

Sitio web:

<https://www.saludiaro.com/meta-business-suite-el-analisis-de-metricas-y-tendencias/>